FUNDACJA CENTRUM CYFROWE · PROJEKT SPOŁTECH

16 scenariuszy lekcji

Szkoła myślenia krytycznego i walki z dezinformacją

Zbiór scenariuszy do zajęć w szkołach podstawowych (kl. 7 i 8) i ponadpodstawowych

I Dezinformacja zdrowotna

II Dezinformacja klimatyczna

III Dezinformacja społeczna

IV Dezinformacja technologiczna

CENTRUM CYFROWE

SPOŁTECH

Ministerstwo Cyfryzacji

SZKOŁA MYŚLENIA KRYTYCZNEGO I WALKI Z DEZINFORMACJĄ

Zbiór 16 scenariuszy lekcji

do zajęć w szkołach podstawowych (kl. 7 i 8) i ponadpodstawowych

CENTRUM CYFROWE

SPOŁTECH

FINANSOWANIE

Ministerstwo Cyfryzacji

Projekt Fundacji Centrum Cyfrowe „Szkoła myślenia krytycznego i walki z dezinformacją: iteracyjne szkolenia dla kadr pedagogicznych i innowacyjne narzędzia edukacyjne dla rodzin" finansowany i realizowany w ramach otwartego konkursu Ministerstwa Cyfryzacji na rzecz świadomości i edukacji społeczeństwa wokół zjawiska dezinformacji w internecie – „Budowanie wiedzy w zakresie przeciwdziałania dezinformacji". Kwota dofinansowania projektu: 222 070 zł.

Publikacja wyraża jedynie poglądy autorów i nie może być utożsamiana z oficjalnym stanowiskiem Ministerstwa Cyfryzacji.

ZESPÓŁ

Koncepcja i koordynacja projektu: dr Kuba Piwowar, Łukasz Cegliński (zespół SpołTech Centrum Cyfrowego)

Autor scenariuszy lekcji: dr Karol Jachymek (Obserwatorium Praktyk Medialnych, Uniwersytet SWPS)

Wsparcie merytoryczne i konsultacje metodyczne: Katarzyna Czubińska, dr hab. Katarzyna Bąkowicz, prof. Uniwersytetu SWPS

Składamy serdeczne podziękowania za zaufanie oraz wsparcie w opracowywaniu gry karcianej oraz scenariuszy lekcji nauczycielom, nauczycielkom, uczniom i uczennicom zzaangażowanych szkół.

LICENCJA

Creative Commons Uznanie Autorstwa (CC BY 4.0)

Zachęcamy do przedruku i wykorzystania materiałów – prosimy jednak o zachowanie informacji o autorstwie i finansowaniu projektu oraz podanie linku do strony:

www.centrumcyfrowe.pl

Spis treści

Wstęp 5

I. Dezinformacja zdrowotna 10

1. **Lajki zamiast dyplomu,** czyli jak nie dać się nabrać internetowym „ekspertom" od zdrowia? (szkoła podstawowa) 11
2. **Wróżby z ekranu telefonu,** czyli jak algorytmy i internetowi „specjaliści" diagnozują nas w mediach społecznościowych? (szkoła ponadpodstawowa) 28
3. **Zaszczepiłem się i...,** czyli dlaczego dwa wydarzenia następujące po sobie nie zawsze są powiązane? (szkoła ponadpodstawowa) 44
4. **Holistyczne biowibracje dobrostanu,** czyli gdzie kończy się medycyna, a zaczyna internetowa magia? (szkoła ponadpodstawowa) 57

II. Dezinformacja klimatyczna 72

5. **Na tropie greenwashingu,** czyli jak nie dać się nabić w (zieloną) butelkę? (szkoła podstawowa) 73
6. **Mała seria, duża fabryka,** czyli co tak naprawdę często kupujemy, gdy kupujemy „limitowany drop"? (szkoła ponadpodstawowa) 90
7. **Obraz wyrwany z kontekstu,** czyli dlaczego samo zdjęcie nie jest dowodem w dyskusji o klimacie? (szkoła ponadpodstawowa) 105
8. **Śnieg w maju i ucięte osie,** czyli jak za pomocą jednego wykresu wymazać globalne ocieplenie? (szkoła ponadpodstawowa) 125

III. Dezinformacja społeczna 143

9. **Farmy trolli,** czyli kto czerpie korzyści z dzielenia społeczeństwa? (szkoła podstawowa) 144
10. **Apokalipsa na klawiaturze,** czyli jak media zamieniają złożone wyzwania społeczne w „szturmy", „potopy" i „inwazje"? (szkoła ponadpodstawowa) 160
11. **Paszport w nagłówku,** czyli jak jedno słowo może zmienić naszą ocenę faktów? (szkoła ponadpodstawowa) 176
12. **Od samorozwoju do radykalizacji,** czyli jak algorytmy w mediach społecznościowych mogą zarządzać naszym gniewem? (szkoła ponadpodstawowa) 192

IV. Dezinformacja technologiczna 212

13. **Kwantowa szczoteczka z modułem AI,** czyli jak nie dać się złowić na technologiczny bełkot? (szkoła podstawowa) 213

14. **„Zdania w studiu są podzielone…”,** czyli jak media tworzą spory tam, gdzie nauka o technologii jest zgodna? (szkoła ponadpodstawowa) 226

15. **W sieci domysłów,** czyli jak demaskować teorie spiskowe wokół technologii? (szkoła ponadpodstawowa) 242

16. **Zabójcze fale i stalowe potwory,** czyli dlaczego w debacie o technologiach tak łatwo ulegamy językowi paniki moralnej? (szkoła ponadpodstawowa) 256

O ZBIORZE SCENARIUSZY

Wstęp

Twórcy internetowej dezinformacji rzadko posługują się dziś oczywistymi, łatwymi do wykrycia kłamstwami. Zamiast tego stosują wyrafinowane techniki i umiejętnie grają na naszych emocjach, wywołując lęk, oburzenie, gniew, a czasem – na przykład w kwestii decyzji zakupowych – niepohamowany zachwyt. Z tego względu edukacja medialna nie powinna ograniczać się wyłącznie do tłumaczenia, w jaki sposób działają współczesne media, oraz nauki rozpoznawania ukrytych w nich mechanizmów. Wspólna rozmowa o tych zjawiskach podczas lekcji może stać się również praktycznym narzędziem dbania o dobrostan i ochronę zdrowia psychicznego młodzieży.

16	4	4	2
scenariuszy lekcji	obszary tematyczne	etapy każdej lekcji	ćwiczenia aktywne w jednych zajęciach

Z taką właśnie myślą przygotowaliśmy oddawany w Państwa ręce zestaw scenariuszy. Oparliśmy go na kilku kluczowych założeniach.

01 Główny cel zajęć

Projekt powstał po to, aby wspierać młodych ludzi w rozwijaniu krytycznego myślenia i pomagać im świadomie poruszać się w cyfrowym świecie. Choć scenariusze dotyczą czterech konkretnych obszarów – dezinformacji zdrowotnej, klimatycznej, technologicznej i społecznej – omawiane w nich zagadnienia stanowią przede wszystkim swego rodzaju punkt wyjścia do głębszego przyjrzenia się mechanizmom samej dezinformacji.

W gruncie rzeczy chodzi bowiem o to, by podczas zajęć pomóc uczniom i uczennicom nauczyć się, jak rozpoznawać stałe, uniwersalne schematy – takie jak zjawisko fałszywej

równowagi, mylenie korelacji z przyczynowością, efekt Barnuma czy język paniki moralnej. Wszystkie one bowiem działają w sieci dokładnie tak samo, bez względu na to, czy czytamy akurat o zdrowiu, technologii, czy sprawach społecznych.

CZTERY OBSZARY TEMATYCZNE – 16 SCENARIUSZY

I. Zdrowotna	II. Klimatyczna	III. Społeczna	IV. Technologiczna
1. Lajki zamiast dyplomu	**5.** Na tropie greenwashingu	**9.** Farmy trolli	**13.** Kwantowa szczoteczka z modułem AI
2. Wróżby z ekranu telefonu	**6.** Mała seria, duża fabryka	**10.** Apokalipsa na klawiaturze	**14.** „Zdania w studiu są podzielone…”
3. Zaszczepiłem się i…	**7.** Obraz wyrwany z kontekstu	**11.** Paszport w nagłówku	**15.** W sieci domysłów
4. Holistyczne biowibracje dobrostanu	**8.** Śnieg w maju i ucięte osie	**12.** Od samorozwoju do radykalizacji	**16.** Zabójcze fale i stalowe potwory

02 Cztery stałe etapy lekcji

Wszystkie scenariusze zostały zaprojektowane w oparciu o model uczenia się przez doświadczenie (tzw. cykl Kolba). Każda lekcja składa się z czterech stałych kroków: doświadczenia, refleksji, teorii oraz praktyki. Dzięki temu w ramach jednych zajęć młodzież realizuje aż dwa aktywne ćwiczenia – pierwsze wprowadzające, bazujące na ich naturalnej intuicji oraz drugie, które pozwala od razu utrwalić i zweryfikować zdobytą wiedzę.
W zadaniach tych nie ma zresztą „złych” odpowiedzi – jeśli klasa od razu przejrzy ich ukrytą mechanikę i odpowie wbrew założeniom, staje się to doskonałym punktem wyjścia do rozmowy o tym, co pomogło im zachować czujność.

CYKL KOLBA – UCZENIE SIĘ PRZEZ DOŚWIADCZENIE



Dla ułatwienia każdy scenariusz rozpoczyna się od wprowadzenia, które zarysowuje tło omawianego tematu i może pomóc w przeprowadzeniu części teoretycznej. Sama teoria nie

powinna mieć jednak formy sztywnego wykładu wygłaszanego punkt po punkcie – należy traktować ją raczej jako merytoryczne zaplecze do uporządkowania wniosków wyciągniętych przez klasę. Jeśli podczas dyskusji młodzież samodzielnie nazwie i scharakteryzuje omawiane mechanizmy (nawet własnymi słowami), można zrezygnować ze szczegółowego tłumaczenia pojęć i płynnie przejść do zadania praktycznego.

Same zajęcia mają bowiem przede wszystkim charakter swego rodzaju eksperymentu, nastawionego na praktyczne działanie i wyciąganie wniosków. Jeśli jednak zechcą Państwo rozwinąć część merytoryczną, przygotowane scenariusze można łatwo zmodyfikować i uzupełnić – tak, by poświęcić teorii więcej czasu i mocniej pogłębić omawiane pojęcia.

03 Praca offline i wykorzystanie technologii

Zajęcia zostały skonstruowane tak, aby można było przeprowadzić je w pełni „analogowo" – bez użycia smartfonów czy dostępu do internetu, opierając się wyłącznie na wydrukowanych kartach pracy. To świadomy wybór metodyczny ułatwiający pracę w szkołach, w których obowiązuje zakaz używania telefonów.

Jeśli jednak wolą Państwo pracować z nowymi technologiami, można z powodzeniem zachęcić młodzież do korzystania ze smartfonów, tabletów czy komputerów szkolnych. Sam przebieg zajęć można swobodnie zmodyfikować i wzbogacić np. o szybki *fact-checking* „na żywo", tworzenie internetowych memów, projektowanie prostych postów graficznych czy wyszukiwanie w sieci aktualnych przykładów dezinformacji.

04 Elastyczność i swoboda łączenia

Zestaw scenariuszy to w gruncie rzeczy jeden duży mechanizm, którego elementy można dowolnie ze sobą łączyć, kondensować, modyfikować, a także swobodnie przenosić poszczególne części czy ćwiczenia między zajęciami. Czas podany w materiałach jest wyłącznie szacunkowy i zależy od dynamiki konkretnej grupy. Sugerujemy pracę w kilkuosobowych zespołach, ponieważ sprzyja to naturalnej wymianie myśli, ale jeśli uznają Państwo, że dana klasa lepiej popracuje w parach lub indywidualnie – scenariusze można łatwo do tego dostosować. Sposób podziału (np. szybkie odliczanie, losowanie, przydział przez nauczyciela czy swobodny wybór samych uczniów) również zależy wyłącznie od Państwa.

Przygotowane materiały świetnie sprawdzą się na wielu różnych przedmiotach: lekcjach wychowawczych, języku polskim, historii, WOS-ie, biologii, geografii, fizyce, chemii, informatyce, a także edukacji zdrowotnej i podstawach przedsiębiorczości. Omawiane w nich pojęcia i mechanizmy są uniwersalne – refleksję m.in. nad takimi zjawiskami jak „bańka informacyjna", „królicza nora", „*astroturfing*" etc., można z powodzeniem przenieść na

inne lekcje i konteksty. Oznacza to również, że po drobnym dostosowaniu języka czy omawianych przykładów scenariusze przeznaczone dla szkół podstawowych i ponadpodstawowych można realizować wymiennie.

Wszystkie scenariusze dostępne są bezpłatnie na stronie centrumcyfrowe.pl/szkolamysleniakrytycznego. Znajdą tam Państwo pliki w różnych formatach (zarówno gotowe do wydruku PDF, jak i otwarte pliki DOCX, które umożliwiają swobodną edycję materiałów), a także poradnik „Dezinformacja. Studia przypadku". Zebraliśmy w nim sporą dawkę polecanych materiałów z obszaru walki z dezinformacją oraz wzmacniania umiejętności krytycznego myślenia. Zamieściliśmy tam także dodatkowe źródła wokół realnych wydarzeń i przypadków, które odnoszą się do tematyki poniższych scenariuszy – mogą posłużyć do głębszego zapoznania się z omawianą tematyką lub urozmaicenia zajęć.

05 Wymyślone, ale neutralne przykłady

W kartach pracy celowo zrezygnowano z wykorzystywania prawdziwych nazwisk twórców, konkretnych nazw marek czy realnych zrzutów ekranu. Stworzenie na potrzeby zajęć neutralnych, przykładowych postów i opisów sprawia, że materiały zachowują aktualność niezależnie od upływu czasu i chronią przed niepotrzebnymi sporami w klasie – np. na temat ulubionych influencerów.

Ta „umowna" forma stanowi zresztą dodatkowy walor edukacyjny – dzisiejsza sieć jest pełna wiarygodnie wyglądających, spreparowanych wpisów, w które niezwykle łatwo uwierzyć. Praca na takich przykładach pomaga uczniom i uczennicom uświadomić sobie, jak przekonująco można dziś zaaranżować dowolny przekaz.

Jeśli jednak uznają Państwo, że praca na rzeczywistych przypadkach będzie dla grupy ciekawsza, można swobodnie podmieniać je na prawdziwe przykłady z sieci (korzystając choćby ze wspomnianego wyżej, przygotowanego w ramach projektu poradnika „Dezinformacja. Studia przypadku").

06 Empatia i brak oceniania

Scenariusze z założenia nie mają oceniającego charakteru. Ich zadaniem nie jest narzucanie uczniom i uczennicom „słusznego" światopoglądu ani podważanie ich prywatnych wyborów, w tym codziennych nawyków konsumenckich.

Poruszane w materiałach zagadnienia budzą często spore emocje, dlatego tak kluczowe jest stworzenie w klasie bezpiecznej przestrzeni do rozmowy. Warto przy tym podczas zajęć wykazywać się empatią – nie krytykować zachowań młodych ludzi w sieci, lecz spokojnie i obiektywnie ukazywać im działanie manipulacji. To właśnie zrozumienie kontekstu uczy

młodzież samodzielnego weryfikowania informacji znacznie skuteczniej niż nakazy, zakazy czy moralizowanie.

07 Edukacyjna gra karciana

W ramach projektu została przygotowana również specjalna edukacyjna gra karciana. Można ją swobodnie wplatać w przebieg lekcji – wykorzystując w głównej części warsztatowej albo jako angażujące, praktyczne podsumowanie tematu omawianego podczas zajęć.



Gra dostępna jest na stronie centrumcyfrowe.pl/szkolamysleniakrytycznego w wersji do samodzielnego druku na zwykłej, biurowej drukarce.

Mamy nadzieję, że oddawany w Państwa ręce zestaw stanie się praktycznym wsparciem w pracy dydaktycznej, a zajęcia przeprowadzone na podstawie poszczególnych scenariuszy pomogą młodzieży rozwijać krytyczne myślenie i sprawniej rozpoznawać dezinformację.

Życzymy udanych lekcji!

OBSZAR TEMATYCZNY I Z IV

I Dezinformacja zdrowotna

Scenariusze lekcji w tym obszarze

01 **Lajki zamiast dyplomu**

czyli jak nie dać się nabrać internetowym „ekspertom" od zdrowia?

SZKOŁA PODSTAWOWA (KL. 7 I 8) · 45 MINUT · STR. 11

02 **Wróżby z ekranu telefonu**

czyli jak algorytmy i internetowi „specjaliści" diagnozują nas w mediach społecznościowych?

SZKOŁA PONADPODSTAWOWA · 45 MINUT · STR. 28

03 **Zaszczepiłem się i...**

czyli dlaczego dwa wydarzenia następujące po sobie nie zawsze są powiązane?

SZKOŁA PONADPODSTAWOWA · 45 MINUT · STR. 44

04 **Holistyczne biowibracje dobrostanu**

czyli gdzie kończy się medycyna, a zaczyna internetowa magia?

SZKOŁA PONADPODSTAWOWA · 45 MINUT · STR. 57

1.

Lajki zamiast dyplomu,

czyli jak nie dać się nabrać internetowym „ekspertom” od zdrowia?

OBSZAR
dezinformacja zdrowotna

GRUPA DOCELOWA
szkoła podstawowa (kl. 7 i 8)

CZAS TRWANIA
45 minut

Wstęp

Współcześni uczniowie i uczennice traktują internet i media społecznościowe jako naturalne środowisko poszukiwania wiedzy.

To właśnie tam młodzi ludzie szukają często odpowiedzi na pytania dotyczące fizycznego samopoczucia, zmian w organizmie, radzenia sobie ze stresem czy problemów ze snem. Obok profili o typowo rozrywkowym charakterze, ogromną popularnością cieszą się dziś konta o tematyce medycznej czy psychologicznej. Choć w sieci bez trudu znajdziemy świetnych, autentycznych lekarzy, dietetyków czy terapeutów, którzy rzetelnie edukują swoich odbiorców, to algorytmy równie często podsuwają młodzieży osoby, które jedynie udają ekspertów.

Sam fakt upowszechniania wiedzy o zdrowiu naturalnie może być bardzo wartościowy, jednak w tej sferze niezwykle łatwo paść ofiarą manipulacji. Nie wynika to jednak wyłącznie z naiwności młodzieży, ale także – z samej specyfiki cyfrowego świata. Wiele treści publikowanych na co dzień w mediach społecznościowych opiera się bowiem na ciągłym budowaniu wrażenia bliskości i kierowaniu do odbiorcy bardzo bezpośrednich, uproszczonych komunikatów.

W takim otoczeniu kluczową rolę zaczynają grać dwa powiązane ze sobą zjawiska: **iluzja autorytetu** oraz mechanizmy tworzenia **relacji paraspołecznych**.

Iluzja autorytetu

Pierwsze z nich, czyli **iluzja autorytetu**, sprawia, że internetowy twórca wcale nie potrzebuje akademickich tytułów, by szybko zyskać nasze zaufanie. Zjawisko to dotyczy zresztą również osób, które co prawda mają dyplom, stopień lub tytuł naukowy w jakiejś dziedzinie, ale przekraczają swoje kompetencje, wypowiadając się na tematy leżące poza ich wiedzą.

Wystarczy chociażby, że taki twórca wykorzysta różnorodne elementy budujące pozór profesjonalizmu – założy biały fartuch, zawiesi na szyi stetoskop, użyje specjalistycznego, naukowego słownictwa, a w tle postawi regał pełen książek lub certyfikatów. Taka przemyślana oprawa wizualno-językowa automatycznie osłabia naturalny krytycyzm – nie tylko zresztą u młodych widzów.

Bliskość, która usypia czujność

Z kolei za mechanizmami tworzenia **relacji paraspołecznych** stoi fakt, że autorzy profili bardzo skutecznie skracają dystans ze swoją widownią. Mówią bezpośrednio do kamery, używają zwrotów w stylu „cześć, kochani”, dzielą się prywatnymi historiami i regularnie

odpowiadają na komentarze. W efekcie nastolatek zaczyna podświadomie traktować influencera jak bliskiego znajomego lub przyjaciela.

Choć tego typu relacje potrafią być bardzo pozytywne i dają młodym ludziom poczucie przynależności, niosą też ze sobą konkretne ryzyko. Ta jednostronna więź sprawia, że porady płynące z ekranu są przyjmowane z ogromnym zaufaniem – nawet wtedy, gdy ich głównym założeniem jest po prostu marketing i sprzedaż konkretnych produktów czy suplementów diety.

UWAGA METODYCZNA

Prowadzenie tych zajęć w ostatnich klasach szkoły podstawowej wymaga ogromnej delikatności i zrezygnowania z moralizatorskiego tonu. Młodzież w tym wieku często autentycznie ufa swoim internetowym idolom i czuje z nimi silną więź.

Kwestionowanie ich wyborów, krytykowanie oglądanych twórców czy ocenianie faktu, że ktoś dał się zwieść internetowej poradzie, może zniechęcić uczniów i uczennice do dalszej rozmowy.

Zamiast wchodzić w rolę sędziego, warto skupić się na obiektywnej analizie mechanizmów medialnych. Chodzi o to, by dać nastolatkom konkretne umiejętności samodzielnej oceny trafiających do nich treści, a nie kolejną listę „dorosłych” zakazów i nakazów.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- wyjaśniają, czym jest relacja paraspołeczna i rozumieją, dlaczego skracanie dystansu oraz budowanie zażyłości przez internetowych twórców zwiększają zaufanie do ich słów,
- rozpoznają różne zabiegi (językowe, wizualne oraz psychologiczne) służące do tworzenia pozoru autorytetu w mediach społecznościowych,
- znają podstawowe kryteria weryfikacji kompetencji eksperta w sieci i potrafią zastosować je w praktyce do oceny wiarygodności profili,
- identyfikują komercyjny cel stojący za internetowymi poradami zdrowotnymi, odróżniając bezinteresowną edukację od działań marketingowych.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie	**Refleksja**	**Teoria**	**Praktyka**
10 min	10 min	10 min	15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 **Przywitaj klasę i wyjaśnij, że dzisiejsza lekcja rozpocznie się od castingu na internetowego eksperta.** Uczniowie i uczennice wcielą się w rolę jurorów, których zadaniem będzie ocena zgłoszeń zewnętrznych kandydatów i wybranie osoby, która miałaby poprowadzić oficjalny kanał z poradami na temat radzenia sobie ze szkolnym zmęczeniem i stresem.

2 **Podziel osoby uczestniczące w zajęciach na 5-6 małych zespołów.** Następnie rozdaj każdej grupie po jednym egzemplarzu karty pracy (Załącznik 1), na której znajdują się opisy profili oraz wypowiedzi dwóch kandydatów – Kandydata A i Kandydata B.

Sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Wyobraźcie sobie, że jesteście komisją jurorską. Macie przed sobą dwa projekty filmów wideo przygotowane przez dwóch różnych kandydatów, którzy chcą uczyć młodzież, jak dbać o zdrowie i radzić sobie ze zmęczeniem. Przeczytajcie uważnie te opisy. Na podstawie treści zgłoszeń, naradźcie się w grupach i zdecydujcie, któremu z nich przyznacie kontrakt na prowadzenie kanału. Wybierzcie wspólnego kandydata i zapiszcie na kartce 3 powody, dla których to właśnie jemu zdecydowaliście się zaufać.”

3 Daj grupom kilka minut na swobodną dyskusję, wybór wspólnego kandydata i uzasadnienie swojej decyzji.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 **Poproś przedstawicieli poszczególnych grup o podzielenie się swoimi decyzjami.** Zapisz na tablicy imiona i nazwiska wytypowanych kandydatów oraz argumenty, które zadecydowały o ich wyborze. Zazwyczaj klasa bez wahania wskazuje Kandydata A, tłumacząc to m.in. jego przyjaznym nastawieniem, przystępnym językiem oraz profesjonalnym wyglądem gabinetu.

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

Jeśli jednak grupy dokonają innego wyboru – to równie cenny punkt wyjścia do dyskusji. Wykorzystaj tę sytuację, by dopytać uczniów i uczennice, co pomogło im nie ulec pierwszemu wrażeniu i co konkretnie przekonało ich do innego kandydata.

2 **Po wysłuchaniu wszystkich głosów odsłoń przed uczniami i uczennicami kulisy tego wyboru.** Powiedz spokojnym głosem, niezdradzającym Twoich emocji czy sympatii względem któregokolwiek z nich:

POWIEDZ

„Przyjrzyjmy się bliżej naszym ekspertom. Maksymilian, który nagrywa w białym fartuchu i pięknym gabinecie, tak naprawdę nie skończył żadnych studiów medycznych. Gabinet to wynajęte na godzinę studio fotograficzne, fartuch kupił w internecie, a cały ten film ma jeden cel – namówić Was na zakup kropli z jego sklepu. Z kolei pan Konrad, który nagrywał na tle zwykłej białej ściany i mówił nieco chłodniejszym językiem, to prawdziwy lekarz pediatra, naukowiec i wieloletni pracownik szpitala uniwersyteckiego.”

3 **Pozwól młodzieży przez moment przemyśleć te fakty, a następnie zapytaj ich wprost o pierwsze wrażenia.** Bądź przygotowany na to, że w klasie może pojawić się w tym momencie spore poruszenie lub widoczne zakłopotanie. To całkowicie naturalny mechanizm obronny młodych ludzi przed poczuciem dyskomfortu i koniecznością przyznania się do błędnego wyboru. Zamiast oceniać ich reakcję, okaż zrozumienie i skieruj dyskusję na nieco głębsze tory, zadając klasie serię pytań naprowadzających:

- Jak to możliwe, że postać Maksymiliana wydała się nam bardziej wiarygodna, mimo że w jego materiale nie pojawiła się ani jedna konkretna informacja o jego medycznych kwalifikacjach?
- Gdybyście poznali na lotnisku osobę, która po prostu założyła mundur pilota i twierdziła, że lata samolotami pasażerskimi, czy sam strój byłby dla Was dowodem, by powierzyć jej sterowanie maszyną? Dlaczego więc w przypadku internetu biały fartuch u Maksymiliana tak łatwo uśpiła naszą czujność?
- Jakie konkretnie zachowania Maksymiliana (np. bezpośredni ton, mówienie o własnym zmęczeniu) sprawiły, że podświadomie poczuliśmy do niego sympatię? I dlaczego oficjalny, zdystansowany styl pana Konrada odepchnął większość z nas, mimo że to on miał rzeczywistą wiedzę merytoryczną?

4 Podsumowując tę część rozmowy, zwróć uwagę klasy na kluczowy wniosek:

POWIEDZ

„Odpowiednia oprawa wizualna i przyjacielski ton sprawiają, że odruchowo przenosimy naszą ocenę z poziomu faktów na poziom emocji. W internecie niezwykle często bierzemy zwykłą sympatię do danej osoby za dowód jej merytorycznej wiedzy."

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 **Nawiąż do wniosków z dyskusji i wyjaśnij klasie, że sytuacja, której przed chwilą doświadczyli, nie jest przypadkowa.** W świecie mediów społecznościowych uleganie pozorom kompetencji wynika z precyzyjnie zaprojektowanych mechanizmów wykorzystywanych przez twórców, z którymi stykamy się każdego dnia podczas przeglądania sieci.

2 Aby pomóc uczniom i uczennicom w sprawnym identyfikowaniu tych technik, wprowadź dwa pojęcia (warto zapisać je na tablicy):

Relacja paraspołeczna

– to złudzenie bliskości i jednostronna więź psychologiczna, jaką widz odczuwa wobec twórcy internetowego. Ponieważ influencer mówi bezpośrednio do kamery, skraca dystans, wita się serdecznie i dzieli swoimi słabościami, zaczynamy traktować go jak dobrego znajomego.

Ten mechanizm sprawia, że automatycznie wyłączamy podejrzliwość – podświadomie zakładamy przecież, że „przyjaciel" z ekranu nie chciałby nas oszukać ani wprowadzić w błąd.

Tworzenie pozoru autorytetu

– to zestaw zabiegów, które mają przekonać odbiorcę o niezwykłych kompetencjach twórcy. W świecie cyfrowym proces ten bywa często starannie wyreżyserowanym spektaklem.

Odpowiednia scenografia (biały fartuch, stetoskop, dyplomy w tle) oraz dobrze zagrana rola (mówienie z absolutną pewnością siebie i sypanie trudnymi terminami jak z rękawa) mają jeden cel – uśpić naszą czujność. Wszystko po to, aby skłonić nas do oceny czyjejś wiedzy wyłącznie „na oko", bez sprawdzania faktów.

DWA MECHANIZMY, KTÓRE BUDUJĄ ZAUFANIE DO TWÓRCY

MECHANIZM 1

Relacja paraspołeczna

- Mówi prosto do kamery: „cześć, kochani!",
- Dzieli się prywatnymi słabościami,
- Zaczynamy traktować twórcę jak dobrego znajomego.

MECHANIZM 2

Tworzenie pozoru autorytetu

- Dobrze zagrana rola eksperta,
- Może wykorzystywać scenografię, np. biały fartuch, stetoskop, dyplomy w tle,
- Odpowiednia aura zamiast weryfikowalnych kwalifikacji.

3 **Po omówieniu tych mechanizmów zatrzymaj się na chwilę i zaproś klasę do wspólnej dyskusji.** Zapytaj uczniów i uczennice:

POWIEDZ

„Skoro już wiemy, jak łatwo dać się zwieść temu złudzeniu, to co możemy zrobić? Jakie kroki podjęlibyście, żeby sprawdzić, czy uśmiechnięty ekspert z ekranu naprawdę ma wiedzę medyczną?”

4 **Przeprowadź krótką burzę mózgów.**

Zapisuj hasłowo na tablicy pomysły rzucane przez młodzież (np. „wygooglać nazwisko”, „sprawdzić, gdzie pracuje”, „zobaczyć, czy coś sprzedaje”).

5 **Podziękuj za te propozycje i doceń trafność ich wniosków.**

Pamiętaj, aby na tym etapie nie dyskredytować żadnego z rzucanych pomysłów – nawet te nietrafione są cennym punktem wyjścia do dyskusji.

Następnie uporządkujcie je razem z klasą, tworząc krótką, praktyczną listę. Wspólnie omówcie podstawowe kryteria weryfikacji ekspertów w sieci:

Tożsamość i kwalifikacje (Kto to mówi?)

- Czy znamy prawdziwe imię i nazwisko tej osoby? Czy możemy łatwo sprawdzić, w jakiej placówce medycznej, naukowej czy terapeutycznej na co dzień pracuje, czy ukrywa się wyłącznie pod chwytliwym, internetowym pseudonimem?

Źródła wiedzy (Skąd to wie?)

– Czy twórca opiera się na oficjalnych wytycznych medycznych i wskazuje weryfikowalne odnośniki do niezależnych badań, czy jego jedynym dowodem jest tak zwany dowód anegdotyczny („sam tak zrobiłem i podziałało”) lub ogólne, rzucane w eter hasło „naukowcy odkryli”?

Język i obietnice (Jak to mówi?)

– Czy autor używa języka sensacji, obiecuje „cudowne”, natychmiastowe efekty albo twierdzi, że odkrył „tajny sposób, o którym lekarze Ci nie powiedzą”? Prawdziwa wiedza medyczna rzadko jest czarno-biała i nie oferuje magicznych dróg na skróty, a rzetelny ekspert nie musi wywoływać strachu, by przekonać do swoich racji.

Stosunek do innych ekspertów (Czy udaje nieomylnego?)

– Czy twórca przedstawia się jako osoba, która jako jedyny zna prawdę, atakując przy tym całe środowisko medyczne i tradycyjną naukę? Prawdziwi specjaliści znają granice swoich kompetencji – potrafią przyznać, że czegoś nie wiedzą, i w razie potrzeby odsyłają do innych ekspertów.

Cel i intencja (Po co to mówi?)

– Jaki jest ostateczny cel tego materiału? Jeśli w opisie profilu lub na końcu filmu pojawia się link do sklepu, kod rabatowy albo zachęta do zakupu e-booków i suplementów, możemy mieć do czynienia z precyzyjnie zaplanowanym marketingiem, a nie z darmową i bezinteresowną poradą.

PIĘĆ PYTAŃ DO INTERNETOWEGO „EKSPERTA”

1	2	3	4	5
Kto to mówi?	**Skąd to wie?**	**Jak to mówi?**	**Czy udaje nieomylnego?**	**Po co to mówi?**
Prawdziwe imię i nazwisko, weryfikowalne kompetencje.	Podane źródła, wytyczne i badania czy „sam tak zrobiłem”?	Sensacja, cudowne efekty, „tajny sposób”?	Zna granice kompetencji i odsyła dalej?	Podaje link do sklepu, kod rabatowy, e-booka za zapis do newslettera?

6 Na koniec zwróć uwagę uczniów i uczennic na to, że weryfikacja internetowych profili nie ma na celu zaszczepienia w nich nieufności wobec każdego twórcy – w sieci działa przecież wielu świetnych popularyzatorów i popularyzatorek nauki.

Zestawienie to pozwala przede wszystkim wyrobić nawyk krytycznego myślenia. Omówione kryteria mogą w prosty sposób pomóc im w weryfikacji profili twórców, dzięki czemu sprawnie oddzielą bezinteresowne dzielenie się wiedzą od działań nastawionych wyłącznie na zysk.

CZĘŚĆ IV

Praktyka

OK. 15 MINUT

1 Pozostawiając uczniów i uczennice w tych samych grupach roboczych, rozdaj każdemu zespołowi po jednym egzemplarzu karty pracy (Załącznik 2).

2 **Wprowadź klasę w zadanie i powiedz, że przetestujecie teraz zdobytą wiedzę w praktyce.**

POWIEDZ

„Wyobraźcie sobie, że podczas zwykłego przeglądania sieci trafiacie na profil Laury, której materiały zdobywają ogromną popularność. Przeczytajcie uważnie jej najnowszy wpis oraz opis konta, a następnie oceńcie je przez pryzmat naszych pięciu kryteriów. Zastanówcie się wspólnie i zdecydujcie – czy pod tym nagraniem kryje się rzetelna porada zdrowotna, czy jedynie sprytny marketing?”.

3 **Daj zespołom kilka minut na uważne przeczytanie tekstu i sporządzenie notatek na karcie pracy.** W trakcie ćwiczenia przechodź między ławkami, w razie potrzeby pomagając uczniom i uczennicom w obiektywnej ocenie komunikatów oraz wychwyceniu trików wykorzystanych przez twórcę.

4 Po upływie wyznaczonego czasu poproś reprezentantów grup o przedstawienie wniosków (aby praca przebiegła sprawniej, każdy zespół może zreferować jedno kryterium z listy).

5 **Podziękuj uczniom i uczennicom za zaangażowanie oraz trafną ocenę materiału.** Zauważ, że dzięki tym kilku prostym wskazówkom bez trudu przejrzeli marketingowe intencje twórcy. Dodaj na koniec, że choć taka uważność wymaga na początku odrobiny skupienia, to szybko staje się niemal automatycznym nawykiem, który pozwala zachować zdrowy, odpowiedni dystans do wielu sensacyjnych treści pojawiających się na co dzień w internecie.

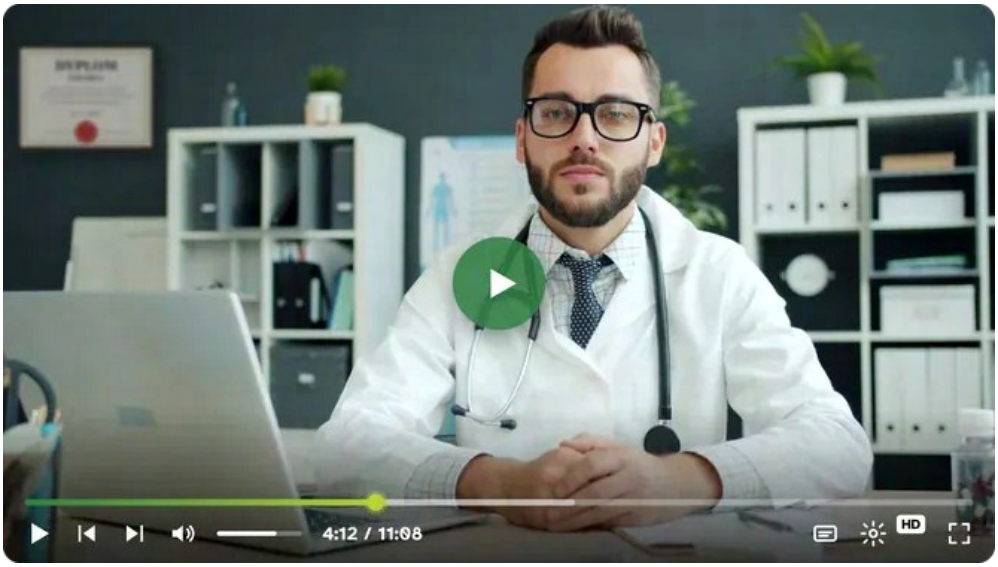
ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

Casting na eksperta

Instrukcja: Wyobraźcie sobie, że jesteście komisją jurorską konkursu. Macie przed sobą dwa projekty filmów wideo przygotowane przez dwóch różnych kandydatów, którzy chcą uczyć młodzież, jak dbać o zdrowie i radzić sobie ze zmęczeniem. Przeczytajcie uważnie te opisy, wybierzcie jednego wspólnego kandydata i zapiszcie na kartce 3 powody, dla których to właśnie jemu zdecydowaliście się zaufać.

KANDYDAT 1.

Maksymilian Majewski



Opis wideo: W miarę młody, sympatyczny i energiczny mężczyzna siedzi w jasnym, nowoczesnym gabinecie lekarskim. Ma na sobie śnieżnobiały fartuch, a na szyi przewieszony nowoczesny stetoskop. W tle widać model ludzkiego ciała oraz różnego rodzaju dokumenty i certyfikaty.

Słowa kandydata: Cześć! Widzę po Waszych komentarzach i wiadomościach, że poranne wstawanie do szkoły to dla wielu z Was prawdziwy koszmar. Bardzo dobrze to rozumiem – sam jeszcze niedawno byłem w Waszym wieku i pamiętam, jak trudne były te pierwsze godziny dnia, kiedy człowiek czuł się całkowicie pozbawiony sił. Zazwyczaj słyszy się wtedy standardowe rady typu „musisz po prostu wcześniej chodzić spać", ale wszyscy wiemy,
że w praktyce to nie zawsze jest takie proste. Dlatego chciałbym podzielić się z Wami kilkoma prostymi nawykami na naturalne pobudzenie organizmu, które sam zacząłem stosować i które u mnie całkowicie zmieniły poranki. Sprawdźcie sami, jak to u Was zadziała. Bardzo zależy mi na Waszym dobrym samopoczuciu, więc mocno trzymam
za Was kciuki!

KANDYDAT 2.

Konrad Zawadzki



Opis wideo: Mężczyzna w średnim wieku, wyglądający bardzo zwyczajnie – krótko obcięte włosy, ubrany w zwykłą, codzienną koszulę. Sprawia wrażenie nieco zirytowanego. Siedzi na tle prostej, jasnej ściany. W kadrze nie ma żadnych dodatkowych rekwizytów ani medycznych dekoracji. Jakość techniczna nagrania jest dość niska – oświetlenie jest słabe, a sam obraz jest lekko zamazany i nieostry.

Słowa kandydata: Dzień dobry. Nazywam się Konrad Zawadzki. Chciałbym przybliżyć Państwu temat fizjologicznych podstaw regeneracji organizmu, co jest szczególnie istotne w okresie intensywnego rozwoju. Przewlekłe zmęczenie w wieku nastoletnim najczęściej wynika z czasowego rozregulowania rytmu dobowego oraz braku optymalnej higieny snu. Z medycznego punktu widzenia, aby skutecznie wspierać układ nerwowy w radzeniu sobie ze stresem szkolnym, kluczowe jest zadbanie o odpowiednie nawodnienie, zbilansowaną dietę oraz około 8 godzin nieprzerwanego odpoczynku w nocy. W fizjologii nie ma żadnych dróg na skróty!

Którego kandydata wybieracie?

Jakie trzy powody o tym zdecydowały?

1.

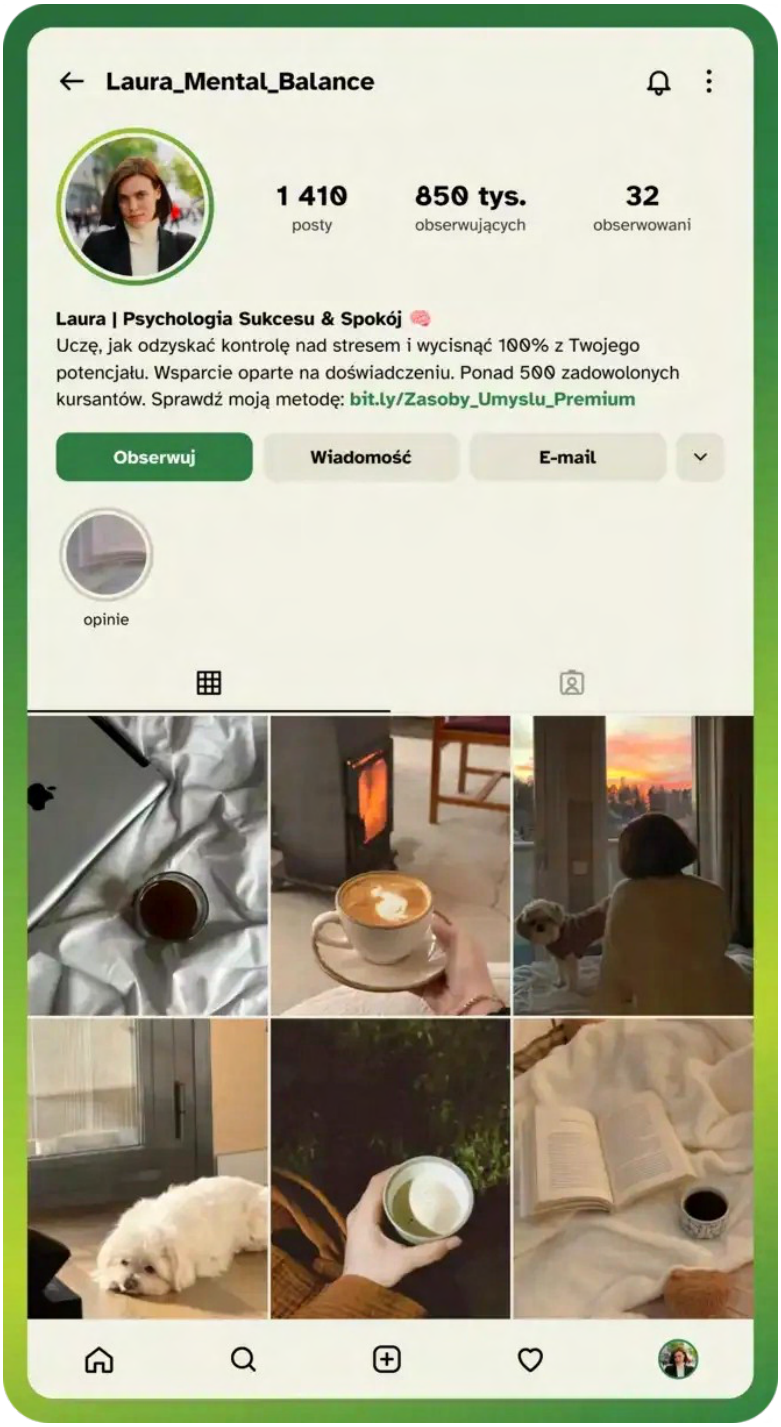
2.

3.

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Czy ta osoba jest wiarygodna?

Instrukcja: Wyobraźcie sobie, że podczas zwykłego przeglądania sieci trafiacie na profil Laury, której materiały zdobywają ogromną popularność. Przeczytajcie uważnie opis jej konta oraz treść najnowszego posta, a następnie oceńcie je przez pryzmat kryteriów omówionych podczas lekcji.



Nazwa profilu: @Laura_Mental_Balance

Statystyki konta: 850 tysięcy obserwujących

Zdjęcie profilowe: Profesjonalnie wyglądająca młoda kobieta o spokojnym, pewnym siebie spojrzeniu, ubrana w kremowy golf i minimalistyczną czarną marynarkę. Zdjęcie wykonano w naturalnym świetle na tle miejskiej przestrzeni, gdzie w oddali widać budynki, zieleń i przechodniów.

Opis w sekcji „bio":

Laura | Psychologia Sukcesu & Spokój 🧠
Uczę, jak odzyskać kontrolę nad stresem i wycisnąć 100% z Twojego potencjału. Wsparcie oparte na doświadczeniu. Ponad 500 zadowolonych kursantów. Sprawdź moją metodę: bit.ly/Zasoby_Umyslu_Premium.

Treść ostatniego filmu

Cześć, kochani! Znowu paraliżuje Was strach przed sprawdzianem? Czujecie, że Wasz mózg po prostu odmawia posłuszeństwa w najważniejszych chwilach? Doskonale to znam, sama przez lata zmagałam się z ogromną presją i pamiętam ten ból. Mam dla Was przełomową wiadomość. Metody, o których słyszycie w szkole od nauczycieli czy nawet od lekarzy, są często przestarzałe i rzadko biorą pod uwagę to, jak naprawdę działa nowoczesny *biohacking*. Długo szukałam bezpiecznego rozwiązania i tak powstało „MindFlow".
To w 100% naturalne wsparcie, które pomaga wyciszyć emocje i ze spokojem podejść do każdego wyzwania. Nad tym projektem pracowałam miesiącami, dbając o każdy detal.
W linku w bio zostawiam dla Was kod na -30%, żebyście mogli sami to przetestować.
Przygotowałam tylko małą, limitowaną serię, bo zależy mi na najwyższej jakości, dlatego warto zerknąć tam już teraz.

Arkusz analizy

Tożsamość i kwalifikacje – kto to mówi?

(Co realnie wiemy o osobie, która prowadzi ten profil? Jakie informacje o jej oficjalnym wykształceniu i pracy zawodowej udało Wam się odnaleźć w opisie konta i jej wypowiedzi?)

Źródła wiedzy – skąd to wie?

(Na czym autorka opiera swoje twierdzenia? W jaki sposób uzasadnia, że jej metoda jest skuteczna i bezpieczna?)

Język i styl komunikacji – jak to mówi?

(W jaki sposób autorka formułuje swoje wypowiedzi? Jakie obietnice składa odbiorcom i jakie reakcje próbuje w nich wywołać?)

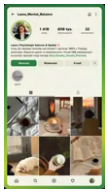
Stosunek do innych specjalistów – w jaki sposób buduje własną pozycję?

(Jak autorka odnosi się do wiedzy medycznej oraz do innych ekspertów?)

Cel i intencja – po co to mówi?

(Jaki jest Waszym zdaniem główny powód opublikowania tego materiału i co autorka chce dzięki niemu osiągnąć)

Źródła zdjęć

Str.	Zdjęcie	Opis	Źródło
11		Kadr z filmu: lekarz w gabinecie (Kandydat 1).	https://www.pexels.com/photo/professional-male-doctor-in-modern-office-3919241 0/
12		Kadr z filmu: mężczyzna w średnim wieku (Kandydat 2).	https://www.pexels.com/photo/portrait-of-a-mature-man-in-izmir-cafe-4 4 09548/
14		Podgląd profilu @Laura_Mental_Balance wraz ze zdjęciami.	https://www.pexels.com/es-es/foto/gente-mujer-calle-chaqueta-12 0 83776/

2.

Wróżby z ekranu telefonu,

czyli jak algorytmy i internetowi „specjaliści” diagnozują nas w mediach społecznościowych?

OBSZAR
dezinformacja zdrowotna

GRUPA DOCELOWA
szkoła ponadpodstawowa

CZAS TRWANIA
45 minut

Wstęp

Współczesna młodzież dorasta w świecie, w którym media społecznościowe (np. TikTok, Instagram czy YouTube) stały się jednym z głównych, a często wręcz pierwszym źródłem wiedzy o zdrowiu psychicznym i fizycznym.

Samo w sobie nie musi to naturalnie oznaczać niczego złego – w przestrzeni cyfrowej można dziś przecież trafić na wiele wartościowych i rzetelnych treści (psycho)edukacyjnych, które pomagają młodym ludziom nazwać swoje emocje, oswoić trudne tematy i dają cenne poczucie wsparcia. ***Często jednak granica między edukacją a manipulacją bywa wyjątkowo płynna.***

Przeglądając profesjonalnie wyglądające posty czy krótkie materiały wideo, młodzi ludzie regularnie trafiają na treści obiecujące błyskawiczne, intuicyjne wyjaśnienie ich codziennych problemów – od trudności z koncentracją, przez wahania nastroju, aż po zmęczenie czy ciągłe napięcie.

UPROSZCZENIA DOBRZE NIOSĄ SIĘ W SIECI

„5 ukrytych oznak, że masz ADHD”
miliony odsłon

„Jeśli robisz te trzy rzeczy, cierpisz na syndrom chronicznego przebodźcowania układu nerwowego”
gigantyczne zasięgi

Autorytatywnie brzmiące hasła typu „5 ukrytych oznak, że masz ADHD” lub „Jeśli robisz te trzy rzeczy, cierpisz na syndrom chronicznego przebodźcowania układu nerwowego” cieszą się dzisiaj gigantycznymi zasięgami i generują miliony odsłon, żerując na naszej potrzebie natychmiastowego znalezienia odpowiedzi i zrozumienia siebie (oraz różnych naszych „deficytów”).

Ludzie – i to nie tylko ci najmłodsi – ulegają tym internetowym narracjom z uderzającą wręcz łatwością, ponieważ bazują one na naszych autentycznych, codziennych stanach.

Wykorzystują one również pewien charakterystyczny mechanizm – autorzy tego typu materiałów nie muszą wcale wymyślać nowych, egzotycznych objawów, które powinniśmy u siebie rozpoznać. Wystarczy, że wezmą na warsztat zwykłe ludzkie zmęczenie, chwilowe rozkojarzenie po trudnym dniu czy naturalny spadek motywacji,

a następnie opowiedzą o nich używają „poważnej” terminologii medycznej, tworząc klinicznie brzmiące nazwy nowych „syndromów”.

Efekt Barnuma

Mechanizm ten opiera się na powszechnym błędzie poznawczym, określanym jako **efekt Barnuma** (znanym także jako efekt Forera lub efekt horoskopowy). To dokładnie ten sam wzorzec, który od stuleci decyduje o popularności horoskopów czy przepowiedni astrologicznych.

Działa on w gruncie rzeczy w bardzo prosty sposób – kiedy czytamy ogólny, uniwersalny i celowo nieprecyzyjny opis, włącza się w nas automatyczna tendencja do szukania dowodów popierających twierdzenie, w które wierzymy lub chcemy wierzyć. Odruchowo dopisujemy wtedy do tekstu własne, bardzo konkretne obawy.

Pod wpływem sugestywnego, często klinicznego języka zaczynamy bezkrytycznie wierzyć, że komunikat, wyświetlany w tym samym czasie milionom innych użytkowników na ekranach ich telefonów to precyzyjna, spersonalizowana diagnoza naszego zdrowia.

Tendencja ta dobrze zresztą współgra z dynamiką tego, jak na co dzień funkcjonujemy w sieci. Kiedy czujemy się gorzej i próbujemy zweryfikować swoje obawy, odruchowo zaczynamy szukać w internecie odpowiedzi lub po prostu na dłużej zatrzymujemy wzrok na konkretnych nagraniach.

Bańka informacyjna

Algorytmy mediów społecznościowych często reagują na to w natychmiastowy sposób i zaczynają podsuwać nam treści zbieżne z naszym aktualnym stanem. W efekcie wokół nas tworzy się swego rodzaju **bańka informacyjna** – zjawisko, które choć daje nam poczucie przynależności do internetowych wspólnot, potrafi stać się bardzo groźną pułapką, kiedy całkowicie zamyka nas na inne punkty widzenia.

Przez ten brak odmiennych perspektyw i nadmiar jednorodnych komunikatów nabieramy przeświadczenia, że dany problem zdrowotny jest czymś powszechnym, a kolejne materiały wydają się idealnie dopasowane do tego, jak akurat sami się czujemy. Ta sztucznie zawężona perspektywa skutecznie odciąga nas od prostych, „zdroworozsądkowych” wyjaśnień, takich jak zwykły brak snu, niedobór ruchu czy naturalne przemęczenie związane z dużą liczbą klasówek w szkole.

UWAGA METODYCZNA

Prowadzenie tych zajęć wymaga od nauczyciela dużej delikatności i empatii. Problemy ze zdrowiem psychicznym, stany lękowe czy poczucie zagubienia wśród współczesnej młodzieży bywają przecież realne, głębokie i bolesne.

Pod żadnym pozorem nie należy więc ironizować na ten temat, ani krytykować uczniów i uczennic, którzy dokonali u siebie autodiagnozy na podstawie internetowych testów czy horoskopów.

Zamiast kwestionować ich samopoczucie, warto przekierować uwagę na obiektywną analizę mechanizmów ukrytych za ekranem telefonu. Rozłożenie na czynniki pierwsze zabiegów językowych, strategii biznesowych oraz struktury baniek informacyjnych pozwala unaocznić, w jaki sposób różni internetowi twórcy budują zasięgi na naturalnych ludzkich obawach.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- wyjaśniają działanie efektu Barnuma i rozumieją, w jaki sposób uniwersalne, ogólne opisy stanów psychofizycznych mogą uchodzić za precyzyjną, spersonalizowaną diagnozę medyczną,
- rozpoznają mechanizm powstawania bańki informacyjnej (zwłaszcza w kontekście tematów związanych ze zdrowiem),
- krytycznie analizują motywacje internetowych twórców, dostrzegając m.in. komercyjne interesy ukryte za rzekomo bezinteresownymi poradami zdrowotnymi,
- odróżniają codzienne, naturalne stany ludzkiego organizmu (wynikające z przemęczenia czy stresu) od realnych sygnałów wymagających rzetelnej, profesjonalnej konsultacji u lekarza specjalisty.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie	**Refleksja**	**Teoria**	**Praktyka**
10 min	10 min	10 min	15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 Przywitaj klasę i powiedz, że dzisiejsza lekcja rozpocznie się od krótkiego ćwiczenia, które pozwoli sprawdzić, jak dobrze uczniowie potrafią ze sobą współpracować i jak trafnie potrafią określić charakter własnej grupy.

Oficjalnym, neutralnym tonem poinformuj klasę, że za moment wezmą udział w badaniu profilującym, które określa zespołowy styl uczenia się, specyfikę komunikacji oraz strategie podejścia do codziennych wyzwań wśród uczniów i uczennic szkół ponadpodstawowych.

2 **Podziel osoby uczestniczące w zajęciach na 5-6 małych zespołów.**
Rozdaj każdej grupie po jednym egzemplarzu karty pracy, na której znajduje się wydrukowany „Kwestionariusz Profilu Zespołowego” (Załącznik 1). Sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Przed Wami trzy pytania dotyczące tego, jak na co dzień uczycie się, rozmawiacie i reagujecie na trudniejsze sytuacje w szkole. Waszym zadaniem jest wspólna rozmowa w grupach i ustalenie, który wariant odpowiedzi najlepiej charakteryzuje Wasz zespół jako całość. Wybierzcie jedno wspólne stanowisko dla każdego pytania. Kiedy skończycie, proszę liderów o przekazanie mi uzupełnionych arkuszu – szybko sprawdzę Wasze odpowiedzi i przekażę Wam gotowy wynik diagnozy Waszego zespołu.”

3 **Daj grupom kilka minut na swobodną dyskusję i uzupełnienie pytań.**
Następnie zbierz kartki od liderów, udając, że analizujesz dane i przyporządkowujesz je do konkretnych kategorii. Po chwili rozdaj każdemu zespołowi kolejną kartę pracy – „Kartę Wyników Profilu Grupy” (Załącznik 2).

WAŻNA INFORMACJA DLA NAUCZYCIELA

Wszystkie grupy otrzymują dokładnie ten sam tekst, ale mają być przekonane, że to spersonalizowana analiza ich zespołu.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 **Poproś zespoły o uważne przeczytanie otrzymanego profilu.**

NASTĘPNIE POWIEDZ

„Przeanalizujcie ten opis wspólnie w grupach. Następnie ustalcie jeden wspólny werdykt i oceńcie w skali od 1 (zupełnie nietrafny) do 5 (idealnie dopasowany), jak precyzyjnie ten tekst odzwierciedla Wasz styl uczenia się, sposób komunikacji oraz Wasze podejście do wyzwań.”

2 **Zapisz na tablicy oceny wskazane przez poszczególne zespoły.** Uzyskane wyniki najpewniej będą bardzo wysokie, najczęściej w okolicach 4 i 5 (choć oczywiście nie muszą – jeśli któryś zespół od razu rozszyfruje ten podstęp, to również doskonały punkt wyjścia do dyskusji o ich czujności). Po chwili, gdy na tablicy pojawią się już wszystkie liczby, ujawnij prawdę:

POWIEDZ SPOKOJNYM GŁOSEM

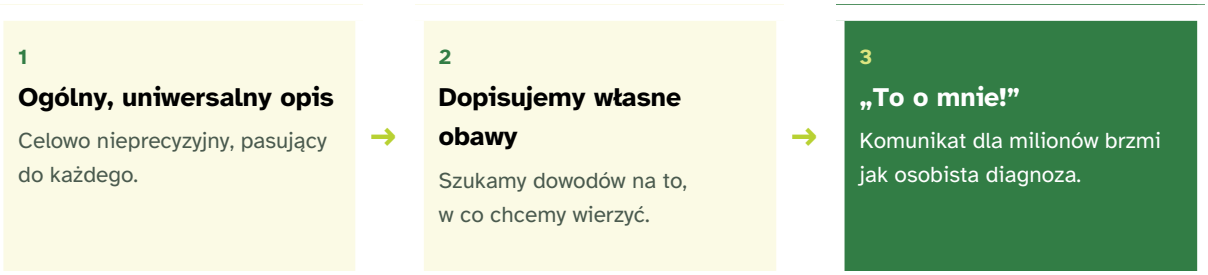
„Czas na małe zderzenie z marketingową rzeczywistością. Choć po przeczytaniu profilu mogliście odnieść wrażenie, że wiele z tych cech idealnie pasuje właśnie do Waszego zespołu, w rzeczywistości wszystkie grupy w tej sali otrzymały dokładnie ten sam, identyczny tekst.”

3 **Zapytaj uczniów i uczennice, co o tym sądzą i jak się czują z wiedzą, że cały test był jedynie sprytną mistyfikacją.** Daj im chwilę na swobodne, spontaniczne podzielenie się pierwszymi wrażeniami, a następnie pomóż im przeanalizować ten mechanizm, zadając serię pytań naprowadzających:

- Jak to możliwe, że ten w gruncie rzeczy bardzo ogólny tekst uznaliście za dość precyzyjny opis Waszego zespołowego stylu uczenia się, komunikacji i podejścia do wyzwań?
- Które fragmenty lub cechy z tego profilu wydały się Wam najbardziej prawdziwe i dlaczego?

- Czy opisane w tekście zachowania i problemy są w takim razie charakterystyczne tylko dla Waszego zespołu? O czym świadczy fakt, że utożsamiła się z nimi cała klasa?

JAK DZIAŁA EFEKT BARNUMA



4 **Nawiązując do przemyśleń klasy, pomóż uczniom i uczennicom dostrzec pewien mechanizm ukryty w tekście.**

Wyjaśnij, że to silne poczucie dopasowania wynika ze sprytnego zabiegu językowego – oparcia profilu na swego rodzaju „miękkich” przeciwieństwach. Mówi on bowiem jednocześnie o wielkim zaangażowaniu i o spadku zapału, o potrzebie niezależności i o szukaniu akceptacji. Jako ludzie często mamy tendencję do wybierania z takiego opisu tylko tych elementów, które w danym momencie nam odpowiadają, i ignorowania całej reszty.

Podkreśl, że to dokładnie ten sam wzorzec, który od stuleci decyduje o popularności horoskopów czy przepowiedni.

Kiedy czytamy uniwersalny szablon, odruchowo dopisujemy do niego własne, bardzo konkretne doświadczenia.

5 **Na koniec tej części połącz to doświadczenie z głównym tematem lekcji (który warto dopiero teraz w pełni zdradzić).** Wyjaśnij, że dokładnie tak samo często działają internetowi specjaliści w mediach społecznościowych. Biorą na warsztat codzienne, zwyczajne dla każdego nastolatka stany – takie jak zmęczenie po szkole, chwilowa utrata motywacji do nauki czy trudność z zebraniem myśli przy nudnym zadaniu.

Następnie opakowują te powszechne zachowania w poważny, ekspercki język i wmawiają milionom odbiorców przed ekranami telefonów, że to spersonalizowana diagnoza ich zdrowia, na którą oni mają gotowy, zazwyczaj płatny ratunek.

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

W tym miejscu warto wyświetlić rzeczywisty przykład z sieci (np. filmik typu „3 nieoczywiste objawy, które świadczą o tym, że masz…" lub inny tego rodzaju wpis internetowy). Pokazanie prawdziwego posta ułatwi uczniom połączenie doświadczenia, w którym wzięli udział na początku lekcji, z tym, co na co dzień zdarza się im widzieć w swoich mediach społecznościowych.

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 **Nawiąż krótko do wniosków z zakończonej właśnie refleksji.**

Podkreśl, że to silne poczucie trafności, którego przed momentem doświadczyli (a z którym tak często stykamy się podczas zwykłego, codziennego przeglądania mediów społecznościowych), nie wynika z precyzji testu, lecz ze stałych, dobrze opisanych reguł manipulacji informacją i samej specyfiki funkcjonowania algorytmów.

2 Wprowadź i szczegółowo wyjaśnij dwa kluczowe pojęcia, które warto zapisać na tablicy, aby uczniowie i uczennice mogli łatwiej je przyswoić:

Efekt Barnuma

(znany także jako efekt Forera lub efekt horoskopowy)

– błąd poznawczy polegający na tym, że ogólne, wieloznaczne i uniwersalne opisy cech osobowości lub stanów psychofizycznych uznajemy za niezwykle trafne, spersonalizowane analizy stworzone specjalnie dla nas.

Mechanizm ten działa, ponieważ jako ludzie mamy naturalną skłonność do szukania dowodów potwierdzających to, w co chcemy uwierzyć, i dopasowywania do tego własnych doświadczeń.

Internetowi twórcy i samozwańczy specjaliści często celowo wykorzystują ten automatyzm – biorą zwykłe, codzienne stany, takie jak chwilowe rozkojarzenie, i opowiadają o nich za pomocą medycznie brzmiącej terminologii, aby uśpić nasz krytycyzm i wywołać niepokój.

Bańka informacyjna

– mechanizm działania algorytmów platform społecznościowych, który reaguje na nasze zaangażowanie i czas spędzony przed ekranem. Jej istotą jest filtrowanie treści – i o ile na co dzień może pomagać to łączyć ludzi o wspólnych zainteresowaniach, o tyle najczęściej prowadzi to do niebezpiecznego wykluczenia innych perspektyw.

Kiedy pod wpływem gorszego samopoczucia szukamy w sieci informacji o konkretnym objawie, lub po prostu z ciekawości czy lęku zatrzymamy wzrok na nagraniu o jakimś „syndromie", system natychmiast zaczyna podsuwać nam coraz więcej takich materiałów.

W efekcie użytkownik zostaje odizolowany od alternatywnych wyjaśnień, a jego strumień treści zalewają alarmujące filmy o tym jednym, konkretnym schorzeniu. Tworzy to fałszywe przeświadczenie, że dany problem jest czymś powszechnym, a kolejne materiały wydają się idealnie dopasowane do tego, jak akurat sami się czujemy.

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

Bańka informacyjna to jeden z podstawowych mechanizmów dezinformacji. Warto podkreślić uczniom, że to zjawisko uniwersalne – choć na tych zajęciach omawiacie je na przykładzie treści zdrowotnych, ten sam schemat filtrowania informacji działa tak samo w przypadku wyzwań społecznych, klimatu czy technologii.

PĘTLA BAŃKI INFORMACYJNEJ

1	→	2	→	3	→	4
Gorsze samopoczucie		**Szukamy, zatrzymujemy wzrok**		**Algorytm podsuwa więcej**		**„To jest powszechne"** …I pętla zaczyna się od nowa.

3 Następnie pokaż klasie ekonomiczne i komercyjne podłoże tych zjawisk.

Wyjaśnij uczniom i uczennicom, że za profesjonalnie wyglądającymi diagnozami w mediach społecznościowych często kryje się konkretny biznes, a nie wyłącznie bezinteresowna troska o zdrowie psychiczne czy fizyczne odbiorców. Granie na obawach związanych z własnym zdrowiem i sugerowanie kolejnych „deficytów" bywa po prostu elementem starannie zaplanowanej strategii marketingowej. Wchodzenie w rolę

„wiedzącego o nas wszystko" i „rozumiejącego nas" eksperta, który ma idealną odpowiedź na każde nasze pytanie, buduje w nas przekonanie, że mamy do czynienia z prawdziwym autorytetem.

Tak wypracowane zaufanie naturalnie ułatwia późniejszą sprzedaż produktów lub usług. Łatwiej wtedy zaoferować gotowe, płatne rozwiązania na zdiagnozowane (a czasem wyolbrzymione) wcześniej problemy – na przykład autorskie e-booki, suplementy diety czy zamknięte subskrypcje.

OD „DIAGNOZY" DO SPRZEDAŻY

1	→	2	→	3
Profesjonalnie wyglądająca „diagnoza" Granie na obawach, sugerowanie kolejnych „deficytów".		**Zaufanie do „eksperta"** „On wie o nas wszystko", „ona nas rozumie"!		**Płatne rozwiązanie** E-booki, suplementy diety, zamknięte subskrypcje... do kupienia od zaraz!

4 Na koniec podkreśl najważniejszą zasadę – o ile zmęczenie, stres czy chwilowy spadek motywacji do nauki to zupełnie naturalne, codzienne stany ludzkiego organizmu, o tyle w przypadku realnych, długotrwałych wątpliwości zdrowotnych jedyną właściwą i bezpieczną drogą jest zawsze konsultacja u prawdziwego lekarza specjalisty lub (szkolnego) psychologa, a nie bezkrytyczne ufanie internetowym poradom, które płyną do nas z ekranu telefonu.

CZĘŚĆ IV

Praktyka

OK. 15 MINUT

1 **Wprowadź klasę w część praktyczną zajęć.**
Powiedz, że oto nadszedł czas, aby sprawdzić omówiony mechanizm w działaniu i przekonać się, jak łatwo można stworzyć materiał udający fachową ekspertyzę.

2 Rozdaj każdemu zespołowi po jednym egzemplarzu karty pracy (Załącznik 3) i sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Wyobraźcie sobie, że prowadzicie kanał w mediach społecznościowych i chcecie przetestować w praktyce działanie efektu Barnuma. Waszym zadaniem jest wybranie jednej, zupełnie zwyczajnej sytuacji z codziennego życia nastolatka i przedstawienie jej w taki sposób, aby brzmiała jak poważna, oficjalna diagnoza. Uzupełnijcie kolejno wszystkie punkty na karcie pracy."

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

Zadanie polega na pokazaniu mechanizmu, w którym zwykłe, codzienne zachowanie zostaje przedstawione jako objaw poważnego zaburzenia. Pamiętaj, aby uczulić zespoły, że nie chodzi tu wyłącznie o ubranie prostej czynności w „naukowe" i alarmujące słownictwo.

Równie ważna jest cała otoczka i oprawa wizualna materiału (strój twórcy, tło, przedmioty), budująca pozór profesjonalizmu. Jeśli zespoły będą potrzebowały inspiracji dla tekstów, możesz podsunąć im poniższe przykłady:

ZWYKŁY STAN		„DIAGNOZA"
Zamiast „nie chce mi się rano wstać"...	→	**...można użyć zwrotu „poranna dysfunkcja motywacyjna" lub „chroniczny brak gotowości dopaminowej po przebudzeniu".**
Zamiast „bałagan w pokoju i niechęć do sprzątania"...	→	**...można nazwać to „syndromem odrzucenia ładu przestrzennego" i opisać jako „podświadomą próbę radzenia sobie z przebodźcowaniem układu nerwowego".**

3 Uczul osoby uczestniczące w zajęciach, aby tworząc pomysł na materiał, podeszły do tematu z odpowiednim wyczuciem i szacunkiem dla różnych ludzkich stanów i emocji, rezygnując tym samym z drwin czy prześmiewczego tonu.

Podkreśl, że gorszy dzień, zmęczenie czy stres to naturalne stany każdego człowieka. Wyjaśnij, że kluczem do zrozumienia tej manipulacji jest przyjrzenie się całej otoczce i oprawie materiału – i zastanowienie się jak za pomocą słów, symboli oraz sposobu prezentacji buduje się grunt pod konkretny model biznesowy.

4 **Daj grupom kilka minut na wspólną dyskusję i uzupełnienie wszystkich punktów na karcie pracy.** W czasie pracy poszczególnych zespołów pozostaw uczniom i uczennicom przestrzeń na samodzielną wymianę pomysłów, ale czuwaj nad procesem i upewnij się, że opisywane tematy trzymają się bezpiecznych, „nieklinicznych" ram.

5 **Poproś przedstawicieli zespołów o przedstawienie swoich pomysłów.** Następnie porozmawiaj z całą klasą o tym, kto i dlaczego mógłby bez problemu utożsamić się z tak skonstruowanym opisem. Zastanówcie się wspólnie nad tym, które sformułowania były najbardziej uniwersalne oraz jakie elementy oprawy (np. ubiór, tło, rekwizyty) miały za zadanie wzmocnić to złudzenie i uśpić czujność potencjalnego widza.

6 **Na koniec podsumuj zajęcia i podziękuj klasie za zaangażowanie i dociekliwość.** Przypomnij, że choć wiele materiałów w internecie i mediach społecznościowych ma wartościowy charakter i świetnie służą do psychoedukacji, to łatwo trafić tam również na pseudoeksperckie diagnozy. Dotyczą one dziś bardzo wielu różnych obszarów – od ADHD i spektrum autyzmu, aż po depresję, „chroniczne przebodźcowanie" i wahania nastroju.

Podkreśl, że natrafiając w sieci na tak sformułowane przekazy, zawsze warto w pierwszej kolejności uruchomić krytyczny dystans, zadając sobie kluczowe pytanie – czy ten krótki komunikat rzeczywiście opisuje moją wyjątkową i złożoną sytuację, czy jest jedynie uniwersalnym szablonem precyzyjnie zaprojektowanym po to, by w jakiś sposób zarobić na moich naturalnych, ludzkich emocjach?

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

Kwestionariusz Profilu Zespołowego

Instrukcja: Przeczytajcie uważnie poniższe pytania dotyczące Waszego codziennego życia szkolnego. Waszym zadaniem jest wspólna rozmowa w zespole i ustalenie, który wariant odpowiedzi najlepiej charakteryzuje Waszą grupę jako całość. Wybierzcie tylko jedno wspólne stanowisko dla każdego pytania. Właściwą odpowiedź zaznaczcie kółkiem.

1. Jak Wasz zespół najczęściej podchodzi do przyswajania trudnego materiału lub rozwiązywania wieloetapowych zadań na lekcjach?

a) Szybko tracimy początkowy zapał i odruchowo szukamy jakiejkolwiek odskoczni od pracy.

b) Wykonujemy zadanie dalej, ale nasza uwaga często ucieka w stronę innych, pobocznych myśli.

c) Mobilizujemy siły i staramy się skończyć pracę jak najszybciej, by mieć to z głowy.

2. Jaki styl komunikacji dominuje w Waszej grupie, gdy podczas wspólnej pracy pojawiają się drobne nieporozumienia lub sprzeczne pomysły?

a) Wolimy obrócić sytuację w żart i szybko zmienić temat, by uniknąć otwartego sporu.

b) Otwarcie mówimy o tym, co nam się nie podoba, nawet jeśli wiąże się to z trudną rozmową.

c) Wycofujemy się z dyskusji i czekamy, aż sytuacja w grupie sama naturalnie się uspokoi.

3. Jak Wasz zespół reaguje na nagłe nagromadzenie trudnych wymagań szkolnych lub niespodziewaną zmianę planów?

a) Początkowo czujemy duże zmęczenie i zniechęcenie, ale ostatecznie staramy się dostosować.

b) Zachowujemy pozorny spokój, ale wewnątrz czujemy dużą potrzebę natychmiastowego odcięcia się od obowiązków.

c) Reagujemy mobilizacją i od razu przechodzimy do szukania alternatywnego rozwiązania.

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Karta Wyników Profilu Grupy

WYNIK PROFILOWANIA

Zintegrowany Profil Potencjału i Dynamiki Zespołu

Wasz zespół opiera się na naturalnym balansie między silną potrzebą niezależności a dążeniem do harmonii i wzajemnej akceptacji w grupie. Posiadacie ogromny, często ukryty potencjał, który aktywuje się w momentach, gdy stojące przed Wami zadania są autentycznie angażujące i dają Wam przestrzeń na własną inicjatywę.

Z drugiej strony, w zderzeniu z rutyną lub monotonnymi obowiązkami, Wasz zapał potrafi na pewien czas osłabnąć, co jest całkowicie normalną reakcją organizmu na spadek motywacji. Choć na co dzień potraficie sprawiać wrażenie grupy niezwykle pewnej siebie i swoich celów, wewnątrz każdego z Was kryją się momenty niepewności oraz naturalna obawa przed tym, czy Wasz wkład i starania zostaną w pełni zauważone i docenione przez otoczenie.

W sferze relacji i komunikacji ogromnie cenicie sobie autentyczność oraz otwartą wymianę myśli. Kiedy jednak dochodzi do różnicy zdań, potraficie elastycznie dostosować taktykę – w zależności od sytuacji możecie bardzo stanowczo bronić swoich racji, obrócić napięcie w żart lub po prostu świadomie wycofać się z dyskusji, by dać sobie czas na ochłonięcie.

Podobnie reagujecie na nagłe wyzwania – w obliczu presji czasu Wasza grupa wykazuje doskonały odruch mobilizacji, mimo że podświadomie odczuwacie wtedy duże zmęczenie i silną potrzebę natychmiastowego odpoczynku. Macie przy tym skłonność do nadmiernego analizowania drobnych niepowodzeń i brania do siebie krytycznych ocen, co bywa jedyną poważną barierą przed podejmowaniem kolejnego ryzyka. Wasze realne możliwości i zdolności adaptacyjne są jednak znacznie większe, niż sami w tym momencie przypuszczacie.

Wspólna ocena trafności profilu przez zespół

postaw znak „X” przy właściwej odpowiedzi

1	2	3	4	5
Całkowicie nietrafny	Raczej nietrafny	Częściowo trafny	W dużej mierze trafny	Idealnie dopasowany

ZAŁĄCZNIK 3 · KARTA PRACY

Zamieńmy się w internetowego „specjalistę”!

Instrukcja: Wybierzcie jedną, zwykłą sytuację z codziennego życia i przedstawcie ją w taki sposób, aby brzmiała jak „oficjalna” diagnoza. Pamiętajcie o szacunku dla ludzkich stanów i emocji – zrezygnujcie z drwin i prześmiewczego tonu.

Zwykła sytuacja z życia młodego człowieka

np. bałagan w pokoju, odkładanie nauki na wieczór, trudność z porannym wstawaniem

Oficjalna nazwa zjawiska

poważnie brzmiąca, „naukowa” nazwa tej czynności

Treść nagrania

3–4 zdania uniwersalnego, pasującego do wszystkich opisu – np. „Z jednej strony bardzo chcesz X, ale z drugiej czujesz Y”

Ubiór osoby widocznej na nagraniu

strój wzbudzający natychmiastowe zaufanie

Tło i specjalne rekwizyty

otoczenie oraz przedmioty widoczne w kadrze

Sposób zachowania przed kamerą

ton głosu lub specyficzny styl mówienia

Oferowane rozwiązanie

płatny materiał lub usługa polecana na końcu nagrania – np. e-book czy kurs

3.

Zaszczepiłem się i...,

czyli dlaczego dwa wydarzenia następujące po sobie nie zawsze są powiązane?

OBSZAR
dezinformacja zdrowotna

GRUPA DOCELOWA
szkoła ponadpodstawowa

CZAS TRWANIA
45 minut

Wstęp

Jako ludzie mamy zakorzenioną potrzebę porządkowania rzeczywistości i wyszukiwania stałych wzorców w otoczeniu.

Ta naturalna skłonność ułatwia nam codzienne funkcjonowanie, pozwalając na szybkie łączenie faktów i wyciąganie natychmiastowych wniosków w różnych sytuacjach. Ten sam mechanizm bywa jednak zawodny w zderzeniu ze złożonością współczesnego świata. Kiedy dwa zdarzenia następują bezpośrednio po sobie, często automatycznie i bezrefleksyjnie zakładamy między nimi relację przyczynowo-skutkową – coś spowodowało coś, coś jest przyczyną czegoś, nawet jeśli nie ma pomiędzy nimi żadnych powiązań.

Po tym, czyli z powodu tego

W logice zjawisko to definiuje się jako błąd *post hoc ergo propter hoc* (łac. po tym, czyli z powodu tego). Jest to jedno z najpowszechniejszych narzędzi manipulacyjnych wykorzystywanych m.in. w obszarze dezinformacji zdrowotnej. Wcale nie trzeba bowiem kłamać ani zmyślać faktów – wystarczy pokazać dwa prawdziwe wydarzenia obok siebie i zasugerować, że jedno wynika z drugiego. Zwykła zbieżność w czasie działa na wyobraźnię tak mocno, że odruchowo uznajemy to za gotową odpowiedź i przestajemy szukać innych wyjaśnień.

Mity wokół szczepień

Mechanizm ten leży u podstaw większości mitów narosłych wokół szczepień. U dzieci moment podania preparatu bardzo często pokrywa się z wiekiem, w którym naturalnie ujawniają się pierwsze schorzenia, alergie czy zaburzenia rozwojowe. Z kolei u osób dorosłych w każdej dużej społeczności codziennie dochodzi do tysięcy niezależnych zdarzeń losowych – nagłych zawałów, udarów czy niespodziewanych kryzysów zdrowotnych. Kiedy szczepi się miliony ludzi, zwykły zbieg okoliczności może sprawić, że u kogoś taka sytuacja wydarzy się krótko po wizycie w gabinecie.

W sieci jednak te **zbiegi okoliczności** często zmieniają się bardzo szybko w chwytliwe, klikalne historie. Wystarczy połączyć dwa odrębne fakty w jedną, spójną opowieść – zaszczepił się, a dwa dni później zachorował. Taki przekaz ma ogromną siłę emocjonalną i rozchodzi się w błyskawicznym tempie, ponieważ dla wielu osób taka zbieżność w czasie wydaje się intuicyjnym i wystarczającym wyjaśnieniem.

Rzetelne badania naukowe prowadzone na szeroką skalę nie potwierdzają jednak takich powiązań – to, że jedno zdarzenie wydarzyło się po drugim, nie oznacza jeszcze, że jedno wywołało drugie.

UWAGA METODYCZNA

Poprowadzenie tej lekcji wymaga dużego wyczucia. Obawy wokół tematów zdrowotnych bardzo często wynikają po prostu z silnych emocji i troski o najbliższych, a niekoniecznie ze złej woli czy ignorancji. Nie należy więc wyśmiewać krążących w sieci opowieści ani osób, które w nie wierzą.

Ważne też, aby nie pytać uczniów i uczennic o ich prywatne decyzje medyczne ani o status szczepień w ich rodzinach – to całkowicie wykracza poza ramy tych zajęć i może wywołać niepotrzebny dyskomfort.

Głównym celem lekcji jest rozłożenie na czynniki pierwsze samego mechanizmu błędu logicznego. Ten sam schemat działa zresztą w wielu innych obszarach dezinformacji (np. w teoriach wiążących postawienie masztu telekomunikacyjnego z nagłym padaniem ptaków w okolicy albo wysłaniem nowych satelitów na orbitę z gwałtownym załamaniem pogody następnego dnia).

Z tego powodu zajęcia celowo rozpoczynają się od zupełnie neutralnych, codziennych sytuacji. Dzięki temu młodzież może zobaczyć ten mechanizm w działaniu „na chłodno", zanim przejdzie do tematów budzących silniejsze emocje.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- rozróżniają korelację (współwystępowanie zdarzeń w czasie) od realnego związku przyczynowo-skutkowego, w którym jedno zjawisko bezpośrednio wywołuje drugie,
- rozpoznają błąd logiczny *post hoc ergo propter hoc* (po tym, czyli z powodu tego) w codziennych wypowiedziach oraz historiach krążących w sieci,
- potrafią zadać właściwe pytania weryfikacyjne wobec anegdotycznych opowieści internetowych przedstawianych jako rzekomy dowód naukowy,
- rozwijają krytyczne podejście wobec sensacyjnych doniesień, co pozwala im chronić własne emocje przed manipulacją.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie	**Refleksja**	**Teoria**	**Praktyka**
10 min	10 min	10 min	15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 **Przywitaj klasę i wyjaśnij, że lekcja rozpocznie się od prostej gry logicznej.** Powiedz, że to ćwiczenie pomoże im w dalszej części zajęć lepiej zrozumieć mechanizmy, z którymi na co dzień wszyscy stykamy się w internecie.

2 **Podziel uczniów i uczennice na 4–6 małych zespołów.** Następnie rozdaj każdej grupie komplet 8 wyciętych karteczek (Załącznik 1). Sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Macie przed sobą osiem karteczek. Każda z nich opisuje dwa zdarzenia, które rozegrały się jedno po drugim – najpierw stało się coś, a chwilę później coś innego. Waszym zadaniem jest uważne przeczytanie tych opisów i podzielenie kart na dwie grupy. Na pierwszy stos odłóżcie te sytuacje, w których pierwsze zdarzenie miało realny wpływ na drugie, czyli jedno faktycznie spowodowało drugie.

Na drugi stos odłóżcie natomiast te przypadki, w których to zwykły zbieg okoliczności, że te rzeczy wydarzyły się w podobnym czasie, i nie ma pomiędzy nimi żadnego logicznego powiązania."

3 **Daj grupom kilka minut na swobodne sortowanie kart i dyskusję w zespołach.** Pamiętaj, aby na tym etapie absolutnie nie ingerować w decyzje uczniów i uczennic, ani nie podpowiadać im właściwego układu. Klasa powinna działać wyłącznie pod wpływem własnej intuicji.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 **Poproś przedstawicieli poszczególnych zespołów o podzielenie się wynikami ich pracy.**

Zapytaj, które karty uznali za przykłady realnego wpływu jednego zdarzenia na drugie, a które za zwykły przypadek. Jeśli w odpowiedziach pojawiły się rozbieżności – na przykład któraś grupa uznała, że czarny kot lub szczęśliwe skarpetki naprawdę miały na coś wpływ – pozwól uczniom krótko uzasadnić swoje zdanie.

2 **Następnie podaj prawidłowe odpowiedzi i przejdź do krótkiej dyskusji.**

W tym celu możesz zadać uczniom i uczennicom kilka pytań:

- Dlaczego tak często mamy tendencję do łączenia dwóch różnych zdarzeń w spójną historię tylko dlatego, że jedno wydarzyło się po drugim?
- Czego realnie byśmy potrzebowali, żeby udowodnić, że czarny kot albo szczęśliwe skarpetki faktycznie wywołały drugie zdarzenie? Czy jeden taki przypadek wystarczy?
- Co mogłoby się stać, gdybyśmy zaczęli podejmować ważne, życiowe decyzje wyłącznie na podstawie takich zbiegów okoliczności?

KLUCZ DO KARTECZEK: GDZIE JEST REALNY ZWIĄZEK PRZYCZYNOWO-SKUTKOWY?

TYLKO ZBIEG OKOLICZNOŚCI

Brak związku

- Mycie samochodu → ulewny deszcz
- Płatki z zielonego opakowania → szóstka z klasówki
- „Szczęśliwe” skarpetki → wygrany mecz
- Czarny kot → uciekający autobus

PRZYCZYNA I SKUTEK

Realny związek

- Reflektory włączone przez całą noc → rozładowany akumulator
- Ignorowane powiadomienia o baterii → telefon się wyłączył
- Podejrzany link → spam z mojego konta
- Dwa razy więcej wody → zakalec

3 **Podsumuj trwającą dyskusję i powiedz, że samo następstwo dwóch zdarzeń w czasie nie jest żadnym dowodem na to, że jedno wywołało drugie.**

Wyjaśnij, że mamy po prostu zakorzenioną potrzebę szukania prostych wyjaśnień i łatwo dajemy się złapać w pułapkę zwykłej chronologii, traktując zbieg okoliczności jako gotową odpowiedź na nasze pytania. Odwołaj się do przykładów z gry – zjedzenie

płatków z nowego opakowania nie ma wpływu na ocenę z klasówki, tak samo jak umycie auta nie wywołuje ulewnego deszczu.

BŁĄD *POST HOC ERGO PROPTER HOC* – „PO TYM, CZYLI Z POWODU TEGO"

ZDARZENIE A	→	ZDARZENIE B	→	BŁĘDNY WNIOSEK
Zaszczepił się.		**Dwa dni później poczuł się gorzej.**		**„To przez szczepionkę!"** Następstwo w czasie to jeszcze nie dowód.

Na sam koniec podkreśl, że o ile w przypadku czarnego kota czy wspomnianej klasówki ten mechanizm jest zazwyczaj niegroźny i co najwyżej zabawny (choć oczywiście, jeśli nie mamy do niego dystansu i ślepo wierzymy w przesądy, może stać się to dla nas źródłem wielu codziennych problemów), o tyle w poważniejszych tematach staje się on potężnym narzędziem manipulacji.

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 **Nawiąż krótko do wniosków z zakończonej właśnie dyskusji.**
Zwróć uwagę na to, jak łatwo ulegamy złudzeniu, gdy dwa zdarzenia następują bezpośrednio po sobie.

Podkreśl, że bardzo często uznajemy chronologię za logiczny związek, ponieważ mamy naturalną skłonność do szukania prostych i szybkich wyjaśnień.

2 Następnie zapisz na tablicy nazwę – ***Post hoc ergo propter hoc***, co w języku łacińskim oznacza dosłownie „po tym, czyli z powodu tego".

Wyjaśnij, że to powszechny błąd logiczny, który sprowadza się do założenia, że skoro zdarzenie B wydarzyło się po zdarzeniu A, to zdarzenie A musiało być jego bezpośrednią przyczyną. W praktyce oznacza to po prostu automatyczne uznawanie zwykłego następstwa w czasie za logiczny związek.

3 Zasygnalizuj uczniom i uczennicom, że omawiany błąd logiczny często wynika z tego, że mylimy ze sobą dwa pojęcia, które w codziennym życiu bardzo łatwo ze sobą utożsamić – a zjawisko to ma tym silniejsze oddziaływanie, im bardziej emocjonalnego

tematu dotyczy. Aby dobrze zrozumieć różnicę między nimi, wprowadź i omów dwa terminy:

Korelacja

– oznacza współwystępowanie dwóch zjawisk w tym samym czasie lub sytuację, w której oba trendy zmieniają się w podobny sposób. Choć na podstawie obserwacji lub danych statystycznych mogą one wyglądać na powiązane,
w rzeczywistości jedno zjawisko nie musi być powodem zaistnienia drugiego.

Ich bliskość bywa czystym zbiegiem okoliczności albo efektem działania jeszcze innego, niewymienionego czynnika, który wpływa na oba zjawiska jednocześnie. Związek przyczynowy nie jest oczywiście wykluczony, jednak wymaga osobnego potwierdzenia i nie można zakładać go z góry.

Przyczynowość (związek przyczynowo-skutkowy)

– to realny i dający się udowodnić związek, w którym jedno zdarzenie jest bezpośrednią przyczyną wywołującą drugie. W tym układzie pierwsze zjawisko stanowi konieczny warunek, aby mogło zaistnieć to drugie.

Oznacza to, że jeśli wyeliminujemy przyczynę, skutek również się nie pojawi, ponieważ między zjawiskami istnieje faktyczna zależność sprawcza, a nie tylko zbieżność w czasie.

4 **Aby lepiej zobrazować różnicę pomiędzy „korelacją” a „przyczynowością” posłuż się klasycznym przykładem dotyczącym lodów.**

Wyjaśnij, że statystyki pokazują wyraźny wzrost utonięć w miesiącach, w których rośnie sprzedaż lodów. Czy zatem należy uznać, że to jedzenie lodów jest przyczyną większej liczby utonięć? Oczywiście nie – mamy tu do czynienia z korelacją.

Oba te zjawiska nasilają się równolegle z zupełnie innego powodu, którym jest trzecia zmienna – upalna, letnia pogoda. To wysoka temperatura sprawia, że ludzie chętniej kupują lody i jednocześnie znacznie częściej kąpią się w zbiornikach wodnych, co przekłada się na większą liczbę wypadków.

KORELACJA TO NIE PRZYCZYNA: PRZYKŁAD Z LODAMI



5 Zwróć uwagę uczniów i uczennic na to, że w debacie publicznej granica między współwystępowaniem a przyczynowością bywa bardzo często świadomie zacierana, a zwykła zbieżność w czasie służy jako rzekomy dowód na istnienie logicznego związku. Mechanizm ten to również fundament dezinformacji zdrowotnej.

Wcale nie trzeba kłamać ani zmyślać faktów – wystarczy pokazać dwa prawdziwe wydarzenia obok siebie i zasugerować, że jedno wynika z drugiego. Doskonale widać to na przykładzie mitów narosłych wokół szczepień – na przykład szczepień ochronnych u dzieci.

Moment podania preparatu bardzo często pokrywa się w czasie z wiekiem, w którym u najmłodszych naturalnie ujawniają się pierwsze schorzenia, alergie czy zaburzenia rozwojowe.

Choć ta zbieżność to czysty przypadek, w sieci oba te odrębne fakty błyskawicznie łączy się w jedną, spójną opowieść – „zaszczepił się, a dwa dni później zachorował". Taki przekaz ma ogromną siłę emocjonalną i intuicyjnie uznajemy go za bezdyskusyjny dowód, mimo że rzetelne badania naukowe wykluczają istnienie takich zależności.

Oczywiście każdy preparat medyczny może mieć określone skutki uboczne, jednak w podobnych historiach naturalnie rozwijające się schorzenia przypisuje się szczepionce często głównie na podstawie zbieżności w czasie.

W efekcie taki pojedynczy dowód anegdotyczny jest masowo powielany w sieci, dociera do wielu osób i z czasem zaczyna funkcjonować w przestrzeni publicznej jako twarde potwierdzenie nieprawdziwych tez.

CZĘŚĆ IV

Praktyka

OK. 15 MINUT

1 **Ponownie zaproś uczniów i uczennice do pracy w małych grupach.**
Poinformuj ich, że w tej części zajęć wcielą się w rolę analityków i weryfikatorów informacji (*fact-checkerów*).

2 **Następnie rozdaj każdemu zespołowi kartę pracy mówiąc im, że znajduje się na niej „autentyczny", chętnie powielany w sieci wpis z mediów społecznościowych (Załącznik 2).**

POWIEDZ

„Przeczytajcie uważnie wpis z karty pracy i wspólnie odpowiedzcie na kilka pytań pomocniczych. Waszym zadaniem jest rozłożenie tej historii na czynniki pierwsze. Zastanówcie się, jakich konkretnych dowodów w niej brakuje i poszukajcie alternatywnych wyjaśnień dla opisanej sytuacji. Postarajcie się przeanalizować ten tekst na chłodno, odkładając emocje na bok."

3 **Daj grupom kilka minut na wypełnienie karty pracy.**
Po upływie tego czasu poproś reprezentantów poszczególnych zespołów o przedstawienie wyników na forum klasy.

4 **Na koniec przypomnij krótko główny wniosek z lekcji – samo następstwo w czasie nie dowodzi związku przyczynowo-skutkowego.**
Zwróć uwagę, że na tym błędzie logicznym opiera się wiele internetowych manipulacji, w których pojedyncza, emocjonalna anegdota zastępuje fakty. Podziękuj uczniom i uczennicom za udział w zajęciach i powiedz, by natrafiając w sieci na podobne wpisy, starali się weryfikować, czy rzeczywiście widać tam dowód na realny związek obu zdarzeń, czy mówią one raczej przede wszystkim o zbieżności w czasie.

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

Zestawy do wycięcia dla uczniów i uczennic

Zdarzenie A: Umyłem wczoraj wieczorem samochód.

Zdarzenie B: Dzisiaj rano spadł ulewny deszcz.

Zdarzenie A: Zostawiłem włączone reflektory w aucie na całą noc.

Zdarzenie B: Rano samochód nie chciał odpalić, bo akumulator był całkowicie rozładowany.

Zdarzenie A: Zjadłem rano płatki z nowego, zielonego opakowania.

Zdarzenie B: Tego samego dnia dostałem szóstkę z trudnej klasówki z matematyki.

Zdarzenie A: Przez kilka godzin ignorowałem powiadomienia o niskim stanie baterii w telefonie i nie podłączałem go do ładowarki.

Zdarzenie B: W połowie drogi ze szkoły smartfon nagle się wyłączył.

Zdarzenie A: Założyłem na finałowy mecz moje ulubione, „szczęśliwe” skarpetki.

Zdarzenie B: Moja drużyna wygrała spotkanie wynikiem 3:0.

Zdarzenie A: Podczas przeglądania internetu kliknąłem w podejrzany link z obietnicą darmowych kuponów do gier.

Zdarzenie B: Kilka godzin później z mojego konta na platformie społecznościowej rozesłano spam do wszystkich znajomych.

Zdarzenie A: Czarny kot przebiegł mi drogę, kiedy szedłem na przystanek.

Zdarzenie B: Minutę później autobus uciekł mi sprzed samego nosa.

Zdarzenie A: Dolałem do przygotowywanego ciasta dwa razy więcej wody, niż było zapisane w przepisie.

Zdarzenie B: Po upieczeniu z piekarnika wyszedł niejadalny zakalec.

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Analiza wpisu z mediów społecznościowych

Instrukcja: Przeczytajcie uważnie poniższy wpis. Następnie przedyskutujcie w grupie i zapiszcie odpowiedzi na poniższe pytania. Postarajcie się przeanalizować ten tekst jak najbardziej obiektywnie, opierając się na logice i faktach.

Tekst do analizy

Muszę to napisać, bo nikt mnie nie ostrzegł. Mój synek był zdrowym, uśmiechniętym dzieckiem. Po szczepieniu w 6. miesiącu życia coś się zmieniło – zaczął być apatyczny, gorzej spał, a miesiąc później zdiagnozowano u niego alergię. Lekarze mówią, że to „przypadek", ale ja jako matka wiem swoje. Zanim zaszczepicie swoje dziecko, dobrze się zastanówcie. Udostępnijcie, żeby inne mamy wiedziały.

Pytania pomocnicze

Jakie dwa zdarzenia autorka wpisu łączy ze sobą w związek przyczynowo-skutkowy? Co według niej wywołało co?

Na jakiej podstawie autorka uznała, że te dwa zdarzenia są ze sobą połączone? Co jest w tym wpisie jej głównym „dowodem"?

Czy w tekście znajduje się jakiekolwiek merytoryczne wyjaśnienie, w jaki sposób pierwsze zdarzenie miałoby wywołać drugie? Czy autorka tłumaczy, jak z medycznego lub biologicznego punktu widzenia miałoby dojść do takiej reakcji?

Ilu przypadków dotyczy opisana historia? Co na podstawie takiego pojedynczego przykładu możemy stwierdzić na pewno, a czego dowiemy się dopiero z analizy danych medycznych dotyczących np. 10 000 pacjentów?

Jakie inne, racjonalne wyjaśnienie mogłoby tłumaczyć diagnozę dziecka akurat w tym konkretnym wieku? O jakich innych kwestiach, mogących mieć wpływ na organizm, autorka wpisu w ogóle nie wspomina, koncentrując się głównie na szczepieniu?

4.

Holistyczne biowibracje dobrostanu,

czyli gdzie kończy się medycyna, a zaczyna internetowa magia?

OBSZAR
dezinformacja zdrowotna

GRUPA DOCELOWA
szkoła ponadpodstawowa

CZAS TRWANIA
45 minut

Wstęp

Współczesny rynek internetowych porad zdrowotnych, usług wellness i szeroko pojętego samorozwoju przeszedł w ostatnich latach głęboką transformację.

Myślenie magiczne, astrologia, ezoteryka oraz alternatywne formy dbania o zdrowie przeżywają dziś prawdziwy renesans i cieszą się ogromną popularnością – również wśród młodych ludzi, szukających sposobów na radzenie sobie ze stresem, presją edukacyjną czy poszukiwanie „najlepszej wersji samego siebie". W codziennym natłoku docierających do nas komunikatów niezwykle łatwo ulec bowiem złudzeniu, że kolejny internetowy trend to bezwzględny przełom w trosce o własne zdrowie psychiczne i dobrostan.

Magia w nowoczesnym opakowaniu

Dzieje się tak również dlatego, że twórcy tego rodzaju treści nie przypominają już przecież baśniowych czarodziejów w magicznych pelerynach i „z długimi brodami". Doskonale odnajdują się w socialmediowych formatach, dbają o profesjonalną oprawę swoich profili i posługują się językiem, który na pierwszy rzut oka sprawia wrażenie specjalistycznego.

BRZMI JAK NAUKA. PRZYKŁADY ŻARGONU Z KART PRACY

polaryzacja subatomowa • zakodowane mikrowibracje • matryca klastrów molekularnych • harmonizuje fale mózgowe • biopole • częstotliwości kwarcowe • głęboka synergia • proces jonizacji • poziom metafizyczny

Ich na pozór wiarygodnie brzmiący przekaz to jednak w rzeczywistości precyzyjnie zaprojektowana marketingowa iluzja, opierająca się na pseudonaukowym żargonie. Pojęcia takie jak „holistyczny rezonans", „kosmiczne biopole", „neuronowa równowaga magnetyczna" czy inne tego typu określenia z pogranicza magii, biologii, fizyki i medycyny służą tu jako zasłona dymna, która ma za zadanie skutecznie odwrócić uwagę od braku rzetelnych dowodów na działanie promowanych przez nich rozwiązań.

Dwa pytania zamiast fizyki

Kluczem do rozbicia tej manipulacji nie jest jednak uczenie młodzieży zaawansowanej fizyki lub biologii molekularnej. Najpotężniejszą bronią w starciu z dezinformacją zdrowotną jest

wyposażenie uczniów w podstawowe techniki weryfikacji wiedzy. U ich podstaw leży między innymi zasada falsyfikowalności sformułowana przez Karla Poppera.

Sprowadza się ona do bardzo prostej reguły – jeśli twierdzisz, że stworzona przez ciebie metoda lub produkt realnie wpływają na ludzkie zdrowie, musisz wskazać sposób na obiektywne zmierzenie ich efektu oraz z góry określić, co musiałoby się stać, aby uznać to rozwiązanie za nieskuteczne.

UWAGA METODYCZNA

Podczas prowadzenia tych zajęć należy unikać wartościowania czy krytykowania osób, które poszukują ulgi w stresujących sytuacjach za pomocą medycyny alternatywnej, ezoteryki czy różnego rodzaju „magicznych rytuałów *wellness*". Za dążeniem do poprawy własnego dobrostanu stoją w gruncie rzeczy pozytywne intencje, jednak szukanie pomocy w praktykach pozbawionych naukowych podstaw niesie za sobą realne zagrożenia.

Z tego względu głównym celem lekcji jest dekonstrukcja języka dezinformacji medycznej i związanych z nim mechanizmów rynkowych. Zajęcia mają pomóc młodzieży w oddzielaniu rzetelnych, opartych na dowodach metod od czysto komercyjnych ofert, które pod płaszczykiem pseudonaukowego profesjonalizmu próbują nakłonić ich do zakupu niesprawdzonych produktów i usług, mogących na dodatek zaszkodzić ich zdrowiu.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- definiują pojęcie falsyfikowalności jako jednego z kryteriów odróżniającego metody oparte na nauce od twierdzeń pseudonaukowych,
- rozumieją pojęcie operacjonalizacji, dostrzegając, że w rzetelnym procesie badawczym twierdzenia o skuteczności danej metody lub produktu powinny odwoływać się do konkretnych, mierzalnych wskaźników,
- rozpoznają techniki manipulacyjne i zabiegi językowe, które mają na celu zwiększyć wiarygodności twórców, a także oferowanych przez nich usług i produktów z szeroko pojętej branży zdrowotnej i *wellness*,
- potrafią samodzielnie przeanalizować internetowe komunikaty pod kątem ich obiektywnej weryfikowalności, demaskując zawarte w nich techniki manipulacyjne i pułapki językowe.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie	**Refleksja**	**Teoria**	**Praktyka**
10 min	10 min	10 min	15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 **Przywitaj klasę i wyjaśnij, że dzisiejsze zajęcia rozpoczną się od symulacji pracy w ośrodku naukowym.**

Poinformuj uczniów i uczennice, że za moment wejdą w rolę badaczy i badaczek. Ich zadaniem będzie weryfikacja różnych internetowych twierdzeń pod kątem tego, czy w ogóle da się je obiektywnie zmierzyć i zbadać.

2 **Podziel klasę na 5–6 małych zespołów roboczych.**

Rozdaj każdej grupie po jednym egzemplarzu karty pracy (Załącznik 1).

3 Przedstaw zadanie:

POWIEDZ

„Otrzymaliście protokoły z czterema różnymi twierdzeniami, z którymi można spotkać się w przestrzeni internetowej. Zanim Wasz ośrodek przeznaczy jakiekolwiek środki na testy, Waszym zadaniem jest ocenić, czy w ogóle da się je zweryfikować. Przedyskutujcie to w zespołach i uzupełnijcie tabelę. Dla każdego z nich spróbujcie określić narzędzie pomiarowe oraz konkretny wynik, który udowodniłby, że autor się myli, a opisywany przez niego efekt po prostu nie występuje. Jeśli dojdziecie do wniosku, że obiektywny pomiar jest w danym przypadku niemożliwy, wpiszcie w tabeli wielkimi literami hasło POMIAR NIEMOŻLIWY, a na samym dole karty krótko uzasadnijcie, z czego wynika brak możliwości rzetelnego przetestowania tych tez.”

4 **Daj grupom kilka minut na swobodną dyskusję i uzupełnienie tabel.**

Zadanie to może początkowo wydać się uczniom i uczennicom dość trudne, ponieważ wymaga większego skupienia i przypomnienia sobie podstawowej wiedzy (np. z fizyki). Nie podpowiadaj jednak gotowych rozwiązań. W ćwiczeniu chodzi właśnie o to, aby klasa nie przyjmowała za pewnik różnych twierdzeń – jak to często bywa w komunikacji internetowej – lecz zastanowiła się, w jaki sposób można je obiektywnie zweryfikować.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 **Poproś reprezentantów poszczególnych zespołów o przedstawienie wyników ich pracy.**

Narysuj na tablicy dwie kolumny „Twierdzenia możliwe do zweryfikowania” oraz „Twierdzenia niemożliwe do zweryfikowania”, a następnie wpisz w nie numery zdań wskazane przez klasę (możliwe do zweryfikowania – 1 i 3, niemożliwe do zweryfikowania – 2 i 4).

2 Gdy wszystkie grupy umieszczą twierdzenia o bransoletce z hematytu i holistycznym naparze w kolumnie „niemożliwych do zweryfikowania”, poprowadź dyskusję, zadając następujące pytania naprowadzające:

- Przyjrzyjcie się twierdzeniu numer 2, dotyczącemu bransoletki z hematytu. Autor używa tam terminów: „neuronowa równowaga magnetyczna”, „wewnętrzne wibracje stresu”. Skoro te pojęcia w pewnym sensie brzmią jak słowa zaczerpnięte z lekcji fizyki, dlaczego nie potrafiliście dobrać do nich ani jednego wiarygodnego przyrządu pomiarowego?
- Wyobraźcie sobie sytuację, w której sprzedawca oczyszczającego naparu (przykład nr 4. argumentuje jego skuteczność w ten sposób: „Mój produkt ma potwierdzone działanie, a jeśli po jego wypiciu nadal odczuwasz stres, oznacza to po prostu, że Twoje własne blokady emocjonalne uniemożliwiły prawidłowe wchłonięcie energii”. Czy w przypadku tak sformułowanej obietnicy istnieje w ogóle możliwość udowodnienia sprzedawcy, że jego produkt nie działa?
- Jak odróżnić rzetelne fakty od „pseudonaukowych” obietnic ubranych w „mądre” słowa? Czego celowo unika „pseudonauka”, aby nikt nie mógł udowodnić jej błędu?

3 Zbierz wszystkie odpowiedzi uczniów i uczennic, a następnie podsumuj tę część zajęć krótką konkluzją:

POWIEDZ

„Nauka rozwija się właśnie dzięki testom, podważaniu hipotez i wyciąganiu wniosków z pomyłek. Błąd nie jest w niej porażką, lecz naturalnym elementem procesu badawczego, który popycha naszą wiedzę do przodu. Dlatego naukowcy i naukowczynie precyzyjnie opisują swoje metody oraz narzędzia – tak, aby inni mogli ich wnioski sprawdzić, a w razie potrzeby skorygować. Pseudonauka robi coś zupełnie odwrotnego – posługuje się językiem, którego nie da się w gruncie rzeczy zweryfikować.

W rezultacie powstaje układ idealny dla sprzedawcy – jeśli produkt nie zadziała, odpowiedzialność za brak efektów nigdy nie spada na sprzedawane rozwiązanie, lecz na osobę, która miała rzekomo „złe nastawienie" lub „blokady emocjonalne". Nauka bierze odpowiedzialność za swoje twierdzenia, pseudonauka przerzuca ją na odbiorcę."

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 **Nawiąż do wniosków z dyskusji i wyjaśnij klasie, że ich intuicyjne wnioski pokrywają się z jednymi z kluczowych zasad, na których opiera się nauka.** Podkreśl, że analizowane teksty o bransoletce czy naparze to klasyczne przykłady marketingu wykorzystującego pseudonaukową narrację. Autorzy takich komunikatów celowo używają pojęć brzmiących specjalistycznie i formułują swoje tezy w sposób, który uniemożliwia ich obiektywne sprawdzenie.

2 Aby pomóc uczniom i uczennicom w sprawnym identyfikowaniu tych technik i zyskaniu analitycznego dystansu wobec pseudonaukowych ofert krążących po sieci, wprowadź i zapisz na tablicy trzy kluczowe pojęcia:

Operacjonalizacja (mierzalność)

– to naukowy standard polegający na przekładaniu teoretycznych pojęć na konkretne metody pomiaru (np. termometrem mierzy się temperaturę wyrażoną w stopniach Celsjusza).

Twórcy tego typu przekazów często dobrze wiedzą, że nie da się bezpośrednio zweryfikować pojęć tak nieuchwytnych jak „wewnętrzna harmonia wibracji" czy „przepływ energii duchowej" i właśnie dlatego tak chętnie się nimi posługują.

Jeżeli prowadzimy rzeczywiste badania, to musimy umieć sprowadzić zjawiska do mierzalnych wskaźników.

Jeśli internetowy twórca obiecuje redukcję „kosmicznych wibracji stresu", ale nie potrafi wskazać żadnego sposobu, który pozwoli w obiektywny sposób wychwycić taką zmianę to w gruncie rzeczy poruszamy się w sferze marketingu opartego na pseudonauce, a nie faktach.

Zasada falsyfikowalności

– jej autorem jest słynny filozof Karl Popper, który szukał jasnej granicy między rzetelną wiedzą naukową opartą na doświadczeniu a teoriami, które ją tylko udają.

Zgodnie z jego koncepcją, aby jakąś teorię uznać za naukową, musi być ona sformułowana w taki sposób, abyśmy wiedzieli, co dokładnie ta teoria przewiduje, a jakie zdarzenia wyklucza (to właśnie nazwał falsyfikowalnością).

Dzięki temu będzie można przeprowadzić doświadczenia i zdecydować, czy teoria działa, czy też trzeba ją odrzucić. W przypadku smartfona czy kawy sprawa jest prostsza – tezy te łatwo zweryfikować, bo wystarczy, że nasze pomiary pokażą inny wynik niż ten, którego oczekiwaliśmy (i w związku z tym teorię będzie można odrzucić).

Falsyfikowalność nie oznacza przy tym, że teza jest prawdziwa, tylko że można ją sprawdzić – pomiar może ją równie dobrze obalić. Z kolei hasła o „wrodzonym biopolu" nie dość, że raczej trudno je zoperacjonalizować (zmierzyć), to na dodatek skonstruowane są tak, że z góry wykluczają jakikolwiek negatywny scenariusz.
Są w gruncie rzeczy niemożliwe do obalenia (bo zawsze znajdzie się „jakiś tajemniczy mechanizm", który je wyjaśnia), a teoria, której w żadnej sytuacji nie da się obalić, jest w ujęciu Poppera nienaukowa.

Wykorzystanie żargonu imitującego naukę

– to popularna strategia polegająca na budowaniu autorytetu za pomocą słów, które brzmią wysoce specjalistycznie. Warto pamiętać, że w sieci zjawisko to przybiera różne formy – możemy mieć do czynienia z pseudonauką (teoriami udającymi rzetelne badania), paranauką (skupioną na zjawiskach niewyjaśnionych lub nadprzyrodzonych), fałszywą nauką (opartą na celowo sfabrykowanych dowodach) czy tzw. śmieciową nauką/*junk science* (wykorzystującą zmanipulowane lub bardzo słabe metodologicznie dane).

Niezależnie od nazwy, cel jest bardzo podobny – hasła te wcale nie muszą pochodzić prosto z akademickich podręczników fizyki czy medycyny. Wystarczy, że brzmią tak, jakby z nich były – jak choćby wspomiane już „wibracje", „biopole" czy „kwantowa struktura". Twórcy internetowi celowo sięgają po takie sformułowania, aby ich przekaz wyglądał maksymalnie profesjonalnie i przekonująco. Pod wpływem takiego języka podświadomie ulegamy złudzeniu, że za tymi trudnymi słowami musi kryć się przecież jakaś przełomowa, sprawdzona metoda.

3 **Podsumuj** tę część zajęć, zwracając uwagę uczniów i uczennic na to, że w internecie roi się dziś od osób pozujących się na ekspertów, choć ich metody nie mają nic wspólnego z nauką.

Właśnie dlatego warto pamiętać o tych trzech mechanizmach na co dzień – to najprostszy sposób, żeby zachować zdrowy rozsądek i nie wpaść w sidła pseudonauki i dezinformacji naukowej.

CZĘŚĆ IV

+ *Praktyka*

OK. 15 MINUT

1 **Powiedz klasie, że nadszedł czas na zastosowanie zdobytej wiedzy w praktyce.** Skoro uczniowie i uczennice potrafią już zidentyfikować zabiegi stosowane w komunikacji pseudonaukowej i wiedzą, dlaczego zasada falsyfikowalności jest tak ważna, spróbują teraz samodzielnie przeprowadzić krytyczną weryfikację autentycznie brzmiących przekazów reklamowych.

2 **Pozostawiając osoby uczestniczące w zajęciach w tych samych zespołach, rozdaj każdej grupie po jednym egzemplarzu karty pracy (Załącznik 2).**

POWIEDZ

„Wyobraźcie sobie, że Wasz zespół otrzymał do weryfikacji trzy opisy produktów promowanych w mediach społecznościowych, które obiecują spektakularną poprawę szczęścia i życiowej harmonii. Każdy z tych tekstów został starannie skonstruowany z wykorzystaniem omówionych przed chwilą technik. Waszym zadaniem jest dokładne przeanalizowanie tych ofert.

W każdym z tekstów zidentyfikujcie i wypiszcie pseudonaukowy żargon, który ma sztucznie budować autorytet twórcy, a następnie znajdźcie sformułowanie, które chroni autora przed odpowiedzialnością i sprawia, że weryfikacja jego obietnic za pomocą rzetelnych technik badawczych staje się niemożliwa."

3 **Daj grupom kilka minut na szczegółowe przeanalizowanie tekstów i zanotowanie swoich wniosków na kartach pracy.**
Po upływie wyznaczonego czasu poproś przedstawicieli poszczególnych grup o zaprezentowanie wyników na forum klasy.

4 Na koniec podziękuj klasie za zaangażowanie i udział w zajęciach:

POWIEDZ

„Zdemaskowaliście dzisiaj mechanizmy, na które każdego dnia nabierają się miliony dorosłych konsumentów. Troska o własne zdrowie psychiczne, poszukiwanie metod radzenia sobie ze stresem czy chęć samorozwoju to naturalne i bardzo potrzebne działania. Jednak gdy w przyszłości natraficie w sieci na oferty „cudownych" produktów lub usług, warto zatrzymać się na chwilę i zadać sobie jedno kluczowe pytanie – czy tę obietnicę dałoby się w jakikolwiek sposób obiektywnie zmierzyć? Jeśli dany przekaz z góry zrzuca odpowiedzialność na Wasze nastawienie, warto zachować ostrożność i włączyć racjonalny dystans."

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

W jaki sposób można to zmierzyć?

Instrukcja: Jako zespół analityczny pracujący na co dzień w ośrodku badawczym otrzymaliście do przeanalizowania 4 twierdzenia. Waszym zadaniem jest zastanowienie się, czy tezy te w ogóle pozwalają na przeprowadzenie obiektywnych badań. Uzupełnijcie poniższą tabelę. Spróbujcie określić narzędzie pomiarowe oraz konkretny wynik, który udowodniłby, że autor danego twierdzenia się myli. W przypadku tez, dla których obiektywny pomiar jest niemożliwy, wpiszcie w tabeli „POMIAR NIEMOŻLIWY" i krótko to uzasadnijcie na dole karty.

	Analizowane twierdzenie	Narzędzie pomiarowe	Jaki konkretnie wynik udowodniłby, że autor się myli, a opisywany efekt nie występuje?
1.	Uruchomienie nagrywania wideo w jakości 4K na smartfonie, przy maksymalnej jasności ekranu, podnosi temperaturę obudowy urządzenia o minimum 5°C po 10 minutach ciągłej pracy.		
2.	Noszenie bransoletki z naturalnego hematytu na lewym nadgarstku przywraca naturalną neuronową równowagę magnetyczną organizmu, całkowicie neutralizując wewnętrzne wibracje stresu.		
3.	Wypicie dwóch filiżanek kawy (ok. 200 mg kofeiny) podnosi ciśnienie skurczowe krwi o co najmniej 4 mm Hg (milimetrów słupa rtęci) w ciągu 30-60 minut u osoby, która nie pije kawy na co dzień.		
4.	Wypicie holistycznego naparu oczyszczającego aktywuje wrodzone biopole organizmu, trwale odblokowując przepływ wewnętrznej energii i przyciągając życiowy spokój.		

Wnioski dla punktów z wpisem „POMIAR NIEMOŻLIWY”

(Z jakiego powodu w przypadku tych konkretnych twierdzeń dobór narzędzi służących do weryfikacji okazał się niemożliwy? Czego dokładnie brakuje w konstrukcji tych komunikatów, by można było uznać je za mierzalne i obiektywne?)

Wskazówki dla nauczyciela

NIE ROZDAWAJ UCZNIOM

Analizowane twierdzenie	Narzędzie pomiarowe	Jaki konkretnie wynik udowodniłby, że autor się myli, a opisywany efekt nie występuje?
Uruchomienie nagrywania wideo w jakości 4K na smartfonie, przy maksymalnej jasności ekranu, podnosi temperaturę obudowy urządzenia o minimum 5°C po 10 minutach ciągłej pracy.	Termometr (albo aplikacja do monitorowania temperatury procesora lub baterii)	Temperatura obudowy wzrosła o mniej niż 5°C (np. o 2°C) albo w ogóle się nie zmieniła.
Noszenie bransoletki z naturalnego hematytu na lewym nadgarstku przywraca naturalną neuronową równowagę magnetyczną organizmu, całkowicie neutralizując wewnętrzne wibracje stresu.	POMIAR NIEMOŻLIWY	Brak możliwości określenia wyniku.
Wypicie dwóch filiżanek kawy (ok. 200 mg kofeiny) podnosi ciśnienie skurczowe krwi o co najmniej 4 mm Hg w ciągu 30-60 minut u osoby, która nie pije kawy na co dzień.	Ciśnieniomierz	Ciśnienie skurczowe krwi po 30-60 minutach wzrosło o mniej niż 4 mm Hg (np. tylko o 1 mm Hg), w ogóle się nie zmieniło lub spadło.
Wypicie holistycznego naparu oczyszczającego aktywuje wrodzone biopole organizmu, trwale odblokowując przepływ wewnętrznej energii i przyciągając życiowy spokój.	POMIAR NIEMOŻLIWY	Brak możliwości określenia wyniku.

W podsumowaniu tego zadania uczniowie i uczennice powinni dostrzec dwa kluczowe problemy, które sprawiają, że twierdzenia 2 i 4 mają charakter nienaukowy:

- **Brak mierzalnych wskaźników, czyli brak operacjonalizacji** – sformułowania takie jak „wewnętrzne wibracje stresu", „wrodzone biopole" czy „czysta energia i życiowy spokój" są niezwykle mgliste i subiektywne. Autorzy nie definiują ich w żaden konkretny sposób, przez co – w przeciwieństwie do temperatury wyrażonej w stopniach czy ciśnienia w mm Hg (milimetrze słupa rtęci) – nie da się do nich dobrać żadnego realnego urządzenia pomiarowego.
- **Sformułowanie twierdzeń w sposób uniemożliwiający ich obalenie, czyli brak falsyfikowalności** – same twierdzenia są ułożone taki sposób, że nie da się wskazać żadnego konkretnego wyniku, który mógłby im zaprzeczyć. W efekcie nie da się udowodnić, że autor mija się z prawdą, ponieważ konstrukcja tego przekazu po prostu z góry uniemożliwia jego weryfikację.

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Jak zdemaskować pseudonaukę?

Instrukcja: Przeczytajcie uważnie trzy opisy produktów z mediów społecznościowych. W każdym tekście wskażcie pseudonaukowy żargon oraz fragment, który świadczy o braku falsyfikowalności – czyli o tym, że danej teorii nie da się w żaden sposób obalić, ponieważ autor z góry uzależnia efekty od Waszego wewnętrznego nastawienia lub cech.

PRODUKT 1.

Plastry energetyczne „Aura Balance”

Ciągle brakuje Ci energii i sił? Twoje komórki prawdopodobnie straciły naturalną polaryzację subatomową przez smog z telefonów i komputerów. Nasze plastry uwalniają zakodowane mikrowibracje, które oczyszczają organizm na poziomie cząsteczkowym.
Produkt działa w głębokiej synergii z Twoim ciałem, dostosowując siłę bodźców do Twojej podświadomej gotowości emocjonalnej.

Żargon imitujący naukę

Dlaczego tej obietnicy nie da się podważyć?

PRODUKT 2.

Eliksir „Mental Flow”

Zapomnij o zwykłej kawie. Nasz eliksir to rewolucja oparta na unikalnej matrycy klastrów molekularnych. Dzięki procesowi jonizacji płyn błyskawicznie przenika do neuronów i harmonizuje fale mózgowe, dając wewnętrzny spokój oraz jasność umysłu.
Ta inteligentna formuła działa w ścisłej symbiozie z Twoim organizmem, uwalniając swoją pełną moc w bezpośredniej odpowiedzi na Twoje wewnętrzne skupienie i jakość intencji.

Żargon imitujący naukę

Dlaczego tej obietnicy nie da się podważyć?

PRODUKT 3.

Bransoletka „Neuro-Shield”

Chroń się przed stresem i odzyskaj spokój za pomocą siły natury. Bransoletka Neuro-Shield emituje pasmo subtelnych częstotliwości kwarcowych, które idealnie dostrajają się do biopola człowieka i przywracają życiową harmonię. Tarcza ochronna działa na poziomie metafizycznym, a stopień redukcji współgra z wewnętrznym tempem otwierania się na tę zmianę.

Żargon imitujący naukę

Dlaczego tej obietnicy nie da się podważyć?

Wskazówki dla nauczyciela

NIE ROZDAWAJ UCZNIOM

PRODUKT 1.

Plastry energetyczne „Aura Balance”

Żargon imitujący naukę:

polaryzacja subatomowa, zakodowane mikrowibracje, poziom cząsteczkowy, głęboka synergia

Dlaczego tej obietnicy nie da się podważyć?
Fraza „dostosowując siłę bodźców do Twojej podświadomej gotowości emocjonalnej”. Jeśli klient powie, że plastry nie działają, autor odpowie, że jego podświadomość nie była jeszcze emocjonalnie gotowa na przyjęcie energii.

PRODUKT 2.

Eliksir „Mental Flow”

Żargon imitujący naukę:

matryca klastrów molekularnych, proces jonizacji, harmonizuje fale mózgowe, inteligentna formuła, ścisła symbioza

Dlaczego tej obietnicy nie da się podważyć?

Fraza „w bezpośredniej odpowiedzi na Twoje wewnętrzne skupienie i jakość intencji”. Za brak efektów zawsze można obwinić klienta – producent może stwierdzić, że intencja była „złej jakości” lub skupienie było zbyt słabe.

PRODUKT 3.

Bransoletka „Neuro-Shield”

Żargon imitujący naukę:

częstotliwości kwarcowe, biopole, poziom metafizyczny

Dlaczego tej obietnicy nie da się podważyć?

Fraza „stopień redukcji współgra z wewnętrznym tempem otwierania się na tę zmianę”. Jeśli bransoletka nie działa po miesiącu, obietnica nadal pozostaje bezpieczna, ponieważ „wewnętrzne tempo” klienta może być po prostu bardzo wolne.

OBSZAR TEMATYCZNY II Z IV

II Dezinformacja klimatyczna

Scenariusze lekcji w tym obszarze

05 **Na tropie greenwashingu**

czyli jak nie dać się nabić w (zieloną) butelkę?

SZKOŁA PODSTAWOWA (KL. 7 I 8) · 45 MINUT · STR. 73

06 **Mała seria, duża fabryka**

czyli co tak naprawdę często kupujemy, gdy kupujemy „limitowany drop”?

SZKOŁA PONADPODSTAWOWA · 45 MINUT · STR. 90

07 **Obraz wyrwany z kontekstu**

czyli dlaczego samo zdjęcie nie jest dowodem w dyskusji o klimacie?

SZKOŁA PONADPODSTAWOWA · 45 MINUT · STR. 105

08 **Śnieg w maju i ucięte osie**

czyli jak za pomocą jednego wykresu wymazać globalne ocieplenie?

SZKOŁA PONADPODSTAWOWA · 45 MINUT · STR. 125

5.

Na tropie greenwashingu,

czyli jak nie dać się nabić w (zieloną) butelkę?

OBSZAR
dezinformacja klimatyczna

GRUPA DOCELOWA
szkoła podstawowa (kl. 7 i 8)

CZAS TRWANIA
45 minut

Wstęp

Młodzi ludzie wykazują dziś ogromną wrażliwość na kwestie związane ze zmianami klimatycznymi i ochroną środowiska.

Chcą dokonywać dobrych, proekologicznych wyborów. Niestety tę naturalną potrzebę i dobre intencje często wykorzystują firmy i korporacje, stosując zjawisko tzw. *greenwashingu* (swego rodzaju „eko-ściemy").

Czym jest greenwashing?

Greenwashing to w gruncie rzeczy forma dezinformacji i manipulacji marketingowej. Polega na wywoływaniu u konsumentów i konsumentek **fałszywego wrażenia**, że produkt, usługa lub sama firma są przyjazne środowisku, podczas gdy w rzeczywistości ich działania mają niewiele wspólnego z ekologią lub wręcz jej szkodzą.

W przestrzeni cyfrowej, na portalach społecznościowych i w reklamach internetowych, *greenwashing* przyjmuje postać atrakcyjnych wizualnie komunikatów, które opierają się na zielonej kolorystyce, motywach roślinnych oraz chwytliwych, lecz w gruncie rzeczy – pozbawionych pokrycia hasłach.

Obrazy i napisy nie są neutralne

Rozpoznawanie *greenwashingu* to ważna część edukacji medialnej. Pozwala dostrzec, że zdjęcia i hasła w internecie czy na opakowaniach często nie są neutralne. W znacznej części przypadków są to celowo zaprojektowane komunikaty, które mają wywołać określone emocje i zachęcić do szybkiego zakupu.

Samo zjawisko przybiera zresztą wiele form – od ukrywania własnej bierności za zbiorowymi deklaracjami całej branży (*greencrowding*, z ang. *crowd* – tłum), przez przerzucanie odpowiedzialności na konsumenta (*greenshifting*, ang. *shift* – przesunięcie), stosowanie fałszywych etykiet (*greenlabeling*, ang. *label* – etykieta), odwracanie uwagi od problemów jedną nagłośnioną inicjatywą (*greenlighting*, ang. *lightning* – piorun), aż po żonglowanie obietnicami i zmienianie celów, zanim ktokolwiek zdąży firmę z nich rozliczyć (*greenrinsing*, ang. *rinse* – wypłukać).

Bez dystansu wobec takich treści łatwo dać się nabrać na nieprawdziwe obietnice – i to nie tylko w sklepie, ale też w codziennych rozmowach o ochronie środowiska. Zrozumienie, jak powstają te przekazy, pomaga patrzeć głębiej i uodparnia na powierzchowne sztuczki marketingowe.

UWAGA METODYCZNA

Podczas zajęć należy unikać oceniania codziennych wyborów zakupowych młodzieży oraz wywoływania w nich poczucia winy za uleganie tym rzekomo proekologicznym reklamom.

Głównym celem lekcji jest skupienie się na obiektywnej analizie mechanizmów marketingowych i demaskowaniu trików wykorzystywanych przez twórców i twórczynie tego typu treści. Zamiast krytykować nawyki konsumenckie uczniów i uczennic, lepiej wyposażyć ich w narzędzia do samodzielnej weryfikacji obietnic producentów.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- rozumieją, czym jest zjawisko *greenwashingu* i dlaczego stanowi ono formę dezinformacji w mediach,
- potrafią rozpoznać triki językowe i kody wizualne (np. kolory czy symbole), które mają wywołać fałszywe skojarzenia z ochroną środowiska,
- wiedzą, jak odróżnić oficjalne certyfikaty ekologiczne od znaków wymyślonych przez grafików na potrzeby reklam,
- potrafią krytycznie oceniać przekazy w mediach, nie dając się zwieść samej atrakcyjnej, sugestywnej oprawie graficznej.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie	**Refleksja**	**Teoria**	**Praktyka**
10 min	10 min	10 min	15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 **Przywitaj klasę i powiedz, że dzisiejsze zajęcia zaczną się od małego eksperymentu.** Wyjaśnij, że przyjrzycie się temu, jak w mediach oraz na opakowaniach projektuje się napisy i zdjęcia, które codziennie próbują przyciągnąć naszą uwagę.

2 **Następnie podziel klasę na Podziel klasę na 5–6 małych zespołów.**
Rozdaj każdej grupie zestaw trzech opisów produktów (Załącznik 1) i wprowadź do ćwiczenia:

POWIEDZ

„Wyobraźcie sobie, że organizujecie szkolny piknik, który ma być jak najbardziej przyjazny dla środowiska. Macie przed sobą opisy trzech różnych produktów, które znaleźliście w sieci. Waszym zadaniem jest szybkie naradzenie się w grupach i wskazanie tego jednego, który Waszym zdaniem najlepiej pasuje do organizowanego przez Was wydarzenia. Zdajcie się całkowicie na pierwsze wrażenie i to, co od razu rzuca Wam się w oczy!”

3 **Daj grupom kilka minut na swobodną rozmowę w zespołach i podjęcie ostatecznej decyzji.**
Pamiętaj o tym, że na tym etapie grupy dysponują wyłącznie oficjalnymi, „reklamowymi” opisami produktów – drugą część kart z ukrytymi faktami (Załącznik 2) zachowaj na razie dla siebie. Na wspólne wyjaśnienia i odkrywanie prawdy przyjdzie czas w kolejnej części warsztatów.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 Poproś przedstawicieli poszczególnych zespołów o podzielenie się swoim wyborem i zapisz wyniki na tablicy, pozostawiając je na razie bez żadnego komentarza.

2 **Następnie zaproś uczniów i uczennice do rozmowy o podjętych przed chwilą decyzjach.** Zapytaj całą klasę:

POWIEDZ

„Dlaczego wybraliście akurat te produkty? Co takiego było w ich wyglądzie, napisach czy kolorach, że od razu uznaliście je za dobre dla środowiska?”.

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

Młodzież najpewniej zwróci uwagę na „ekologiczną" kolorystykę, rysunki roślin czy hasła odwołujące się w jakiś sposób do naturalności.

3 **W kolejnym kroku rozdaj zespołom drugą pulę materiałów – ukryte fakty o produktach znajdujące się na odwrocie etykiet (Załącznik 2).**
Kiedy uczniowie i uczennice zapoznają się z tekstem i chwilę o nim porozmawiają, zapytaj ich o przemyślenia:

POWIEDZ

„Czy po przeczytaniu tych faktów Wasz wybór wciąż wydaje się Wam słuszny? Jak się czujecie z wiedzą, że produkt, który na pierwszy rzut oka wydawał się idealny, w rzeczywistości został przywieziony z drugiego końca świata, ma plastikowe opakowanie, a jego certyfikat został po prostu zmyślony przez grafika?"

4 **Na koniec pomóż uczniom i uczennicom wyciągnąć wniosek z tego ćwiczenia.**
Wyjaśnij, że kiedy szybko przeglądamy internet (np. podczas scrollowania mediów społecznościowych) albo spieszymy się w sklepie, często działamy pod wpływem pierwszego wrażenia i automatycznie łączymy zielony kolor z czymś zdrowym i naturalnym.

Podkreśl, że twórcy reklam doskonale znają te mechanizmy i celowo z nich korzystają, żeby uśpić naszą czujność.

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 **Zapisz** na tablicy duże hasło: *GREENWASHING* (z ang. *green* – zielony, *washing* – wybielania, tuszowanie).

Wyjaśnij uczniom, że po polsku zjawisko to często nazywamy po prostu „eko-ściemą".

Wytłumacz definicję w prostych słowach – *greenwashing* to sytuacja, w której firma produkująca jakiś towar wkłada więcej wysiłku i pieniędzy w to, żeby w mediach i na opakowaniach wyglądać na przyjazną dla środowiska, niż w realne działania chroniące planetę.

2 **Wyjaśnij klasie, że twórcy reklam i komunikatów w sieci często stosują różne triki, żeby szybko przyciągnąć nasz wzrok i zainteresować nas produktem.** Oczywiście nie oznacza to, że wszystkie reklamy kłamią – wiele marek promuje się w pełni uczciwie. Czasami jednak pojawia się chęć, by wykorzystać popularność bycia „eko" i sprawić, by produkt tylko udawał przyjazny dla planety, bo to po prostu dobrze przyciąga klientów. Właśnie tak powstaje eko-manipulacja, oparta na kilku stałych mechanizmach, które przed chwilą staraliśmy się rozszyfrować:

Chwytliwe hasła

– używanie haseł, które brzmią pięknie, naturalnie i „proekologicznie", ale nie podają żadnych konkretnych faktów o ochronie środowiska (np. „Esencja z serca natury", „Z pasji do owoców").

Unia Europejska coraz mocniej reguluje te kwestie i ogranicza używanie haseł typu „eko" czy „dobre dla planety", jeśli marka nie ma na to oficjalnych, niezależnych potwierdzeń. Dlatego nowoczesny marketing chętnie wybiera słowa związane z tradycją czy stylem życia – kojarzą nam się one z naturą.

Wygląd produktu

– wykorzystywanie kolorów (soczysta zieleń), rysunków liści, surowego brązowego papieru czy sznurków. Podświadomie kojarzymy to z ekologią, przez co nie zauważamy, że np. szklana butelka jest bezzwrotna, a brązowa etykieta została podklejona folią i w gruncie rzeczy nie nadaje się do recyklingu.

Celowe przemilczenie

– to niezwykle popularny sposób na przedstawianie produktu. Polega na głośnym podkreślaniu jednej rzeczy, która rzeczywiście jest prawdziwa i brzmi po prostu znakomicie. Chodzi o to, abyśmy skupili na niej całą swoją uwagę i przez to nie zauważyli znacznie większego problemu, o którym producent po prostu milczy.

3 Na koniec tej części wyjaśnij uczniom i uczennicom, że w świecie agresywnego marketingu bezpiecznym sposobem na zweryfikowanie obietnic marki może być m.in. szukanie oficjalnych certyfikatów przyznawanych przez niezależne, zewnętrzne organizacje.

Jako przykład podaj znaczek znajdujący się na różnych produktach – tzw. „Euro-liść", czyli zielony liść składający się z unijnych gwiazdek. Wytłumacz, że takiego symbolu

firma nie może sama sobie narysować ani po prostu kupić, a umieszczany obok oficjalny numer pozwala na łatwe sprawdzenie jego autentyczności.

Zaznacz przy tym ważną rzecz – „Euro-liść" to znak przeznaczony dla żywności. Dla ubrań czy kosmetyków istnieją inne, równie rygorystyczne certyfikaty. Zasada pozostaje jednak zawsze ta sama – za prawdziwym oznaczeniem musi stać niezależna ocena, a nie dział graficzny firmy.

O ekologiczności produktu nie decydują bowiem chwytliwe hasła ani zielony kolor opakowania. Decydują o niej wyłącznie twarde fakty, przejrzystość i niezależne kontrole.

CZĘŚĆ IV

Praktyka

OK. 15 MINUT

1 **Rozdaj każdej grupie karty pracy z nowym zadaniem (Załącznik 3) i zaproś klasę do kolejnego etapu zajęć.**

POWIEDZ

„Wyobraźcie sobie, że jako zespół internetowych weryfikatorów informacji (*fact-checkerów*) przenosicie teraz swoje śledztwo do mediów społecznościowych. Macie przed sobą trzy popularne posty opublikowane przez różne marki. Biorąc pod uwagę wszystko to, o czym rozmawialiśmy w poprzedniej części lekcji, przeprowadźcie dokładną analizę tych komunikatów.

Zastanówcie się wspólnie – na jakie elementy tych postów zwrócilibyście szczególną uwagę? Spróbujcie zidentyfikować fragmenty, które budzą Wasze wątpliwości, i oceńcie, co twórcy mogą próbować przed nami ukryć."

2 **Daj grupom czas na zapoznanie się z tekstami postów oraz pisemne zanotowanie swoich wniosków na kartach pracy.**
Następnie poproś przedstawicieli wybranych zespołów o zaprezentowanie rezultatów śledztwa na forum klasy i wskazanie, które elementy tych postów najbardziej wymagałyby ich zdaniem gruntownego sprawdzenia.

3 Po krótkiej dyskusji na temat wyników ich pracy, zwróć uwagę uczniów i uczennic na fakt, że posty, które na pierwszy rzut oka wyglądają naturalnie, nowocześnie i eksponują drobne, pozornie proekologiczne detale, w rzeczywistości bardzo często stanowią

starannie zaprojektowane narzędzia marketingowe, nastawione na uśpienie naszej czujności i wygenerowanie konkretnego zysku.

TRZY NAJCZĘSTSZE TRIKI GREENWASHINGU

1

Chwytliwe hasła

Piękne, „naturalne” słowa bez konkretnych faktów, np. „Esencja z serca natury”.

2

Wygląd produktu

Soczysta zieleń, liście, brązowy papier, sznurek, które kojarzą się z ekologią.

3

Celowe przemilczenie

Promowanie jednej prawdziwej zalety, by nie zwracać uwagi na większe problemy.

4 **Na koniec podziękuj klasie za zaangażowanie, dociekliwość oraz aktywny udział w dzisiejszym zadaniu.**

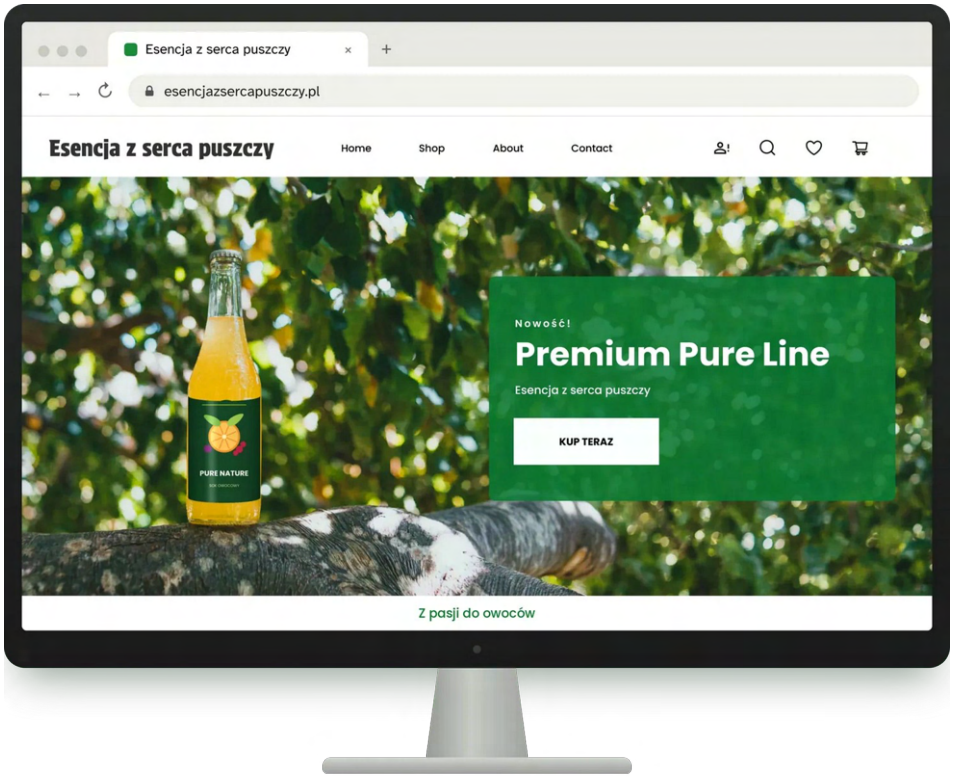
Podsumuj zajęcia, wskazując, że krytyczny dystans, nawyk weryfikowania źródeł oraz wyćwiczona dzisiaj czujność wobec tego rodzaju komunikatów często mogą stanowić najskuteczniejszą ochronę przed wykreowanym obrazem świata, który próbują nam sprzedać algorytmy, influencerzy i twórcy reklam.

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

Który produkt wybierasz?

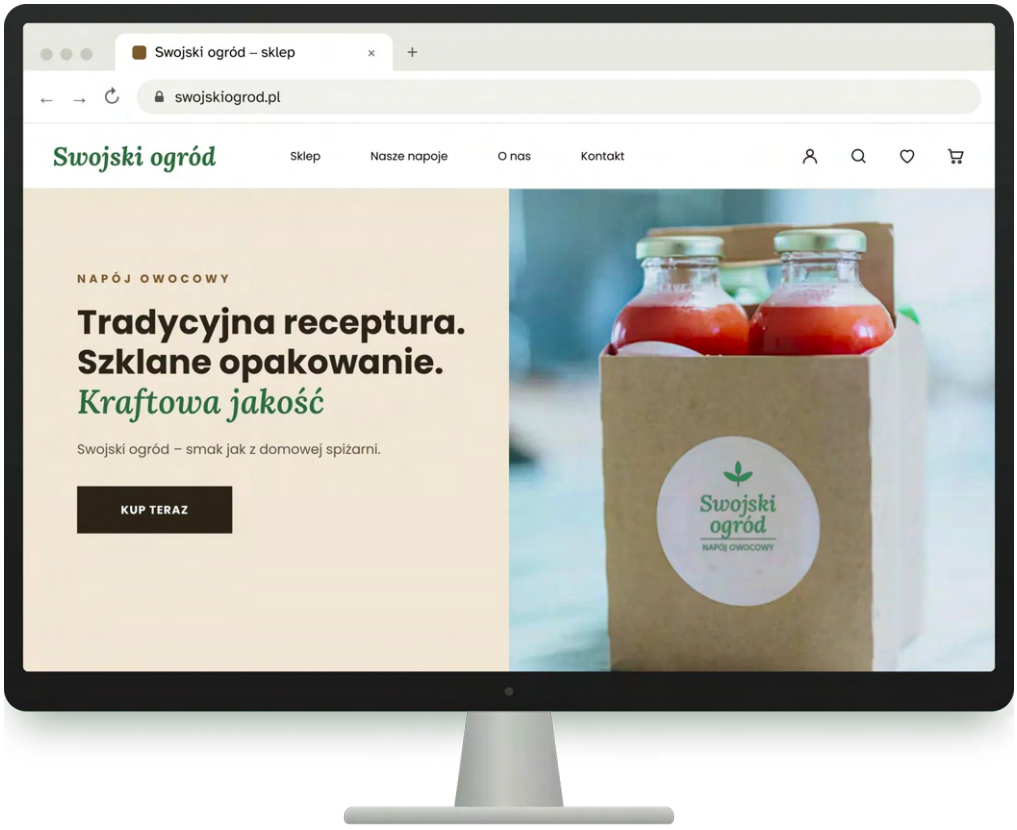
Instrukcja: Wyobraźcie sobie, że organizujecie szkolny piknik, który ma być jak najbardziej przyjazny dla środowiska. Przeczytajcie poniższe opisy trzech napojów znalezionych w sieci. Naradźcie się w grupie i wspólnie zdecydujcie, który z nich najlepiej pasuje do Waszego wydarzenia. Zdajcie się całkowicie na pierwsze wrażenie i to, co od razu rzuca Wam się w oczy.

Sok owocowy „Pure Nature”



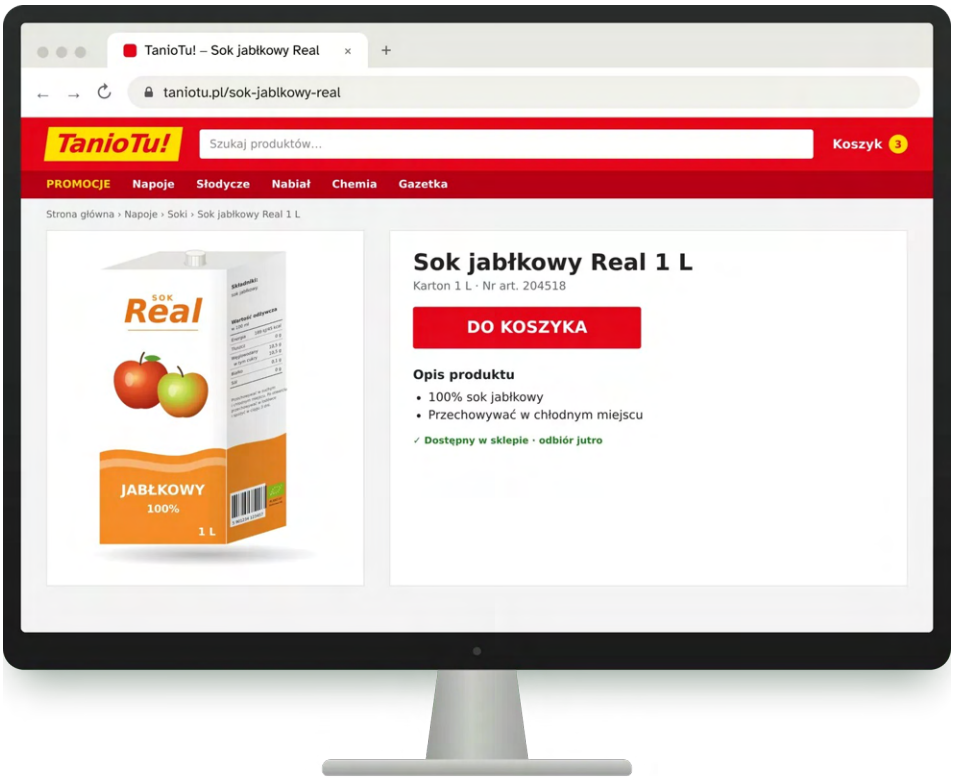
Zdjęcie w sklepie internetowym przedstawia smukłą butelkę zaprezentowaną na tle drzew. Etykieta została zaprojektowana w ciemnozielonej kolorystyce z grafiką kojarzącą się z owocami. W centralnym miejscu reklamy umieszczono napisy: „Premium Pure Line” oraz „Esencja z serca puszczy”. U dołu widnieje mniejsze hasło: „Z pasji do owoców”.

Napój owocowy „Swojski ogród”



Grafika przedstawia stronę sklepu internetowego. Po lewej stronie zamieszczono duże hasła reklamowe: „Tradycyjna receptura. Szklane opakowanie. Kraftowa jakość”. Po prawej stronie widać zdjęcie produktu – dwie szklane butelki z napojem, umieszczone w brązowym, tekturowym nosidle z okrągłym logo.

Sok jabłkowy „Real”



Grafika ze sklepu internetowego popularnego dyskontu przedstawia klasyczny, prostokątny karton w skromnej kolorystyce biało-pomarańczowej. Centralnym elementem opakowania jest nazwa produktu oraz zdjęcie dwóch zwykłych jabłek. Na kartonie znajdują się informacje o składzie i tabelka z wartościami odżywczymi.

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Przeczytajcie sobie ukryte fakty o produktach!

Instrukcja: Zapoznajcie się z ukrytymi informacjami na temat produktów, które przed chwilą analizowaliście. Sprawdźcie, co naprawdę kryje się pod ich „ekologiczną" oprawą i zastanówcie się, czy po przeczytaniu tych faktów Wasz pierwotny wybór z wciąż wydaje się Wam trafny?

Sok owocowy „Pure Nature"

Owoce na sok są transportowane z Ameryki Południowej, w naszym kraju sok jest tylko przelewany do butelek. Sama butelka została wykonana z tworzywa PET. Wszystkie hasła mają sugerować, że produkt ma wysoką jakość.

Napój owocowy „Swojski ogród"

Butelka jest zrobiona ze szkła bezzwrotnego – jej produkcja i transport (ze względu na dużą wagę) generują wysoki ślad węglowy. Brązowy papier opakowania sugerują ekologiczność, jednak etykieta na butelce została od spodu podklejona warstwą folii, co uniemożliwia jej recykling.

Sok jabłkowy „Real"

Sok jest tłoczony z jabłek z lokalnego sadu oddalonego o 20 km od szkoły. Opakowanie powstało w 100% z makulatury z recyklingu i nie posiada plastikowego korka. Uprawa owoców jest ekologiczna i regularnie badana przez niezależną, zewnętrzną instytucję, która potwierdziła brak sztucznych oprysków.

ZAŁĄCZNIK 3 · KARTA PRACY

Śledztwo w social mediach

Instrukcja: Przeczytajcie uważnie poniższe posty i przeanalizujcie je pod kątem wiarygodności. Wykorzystując wiedzę zdobytą na dzisiejszych zajęciach, zastanówcie się, co w tych przekazach wydaje się Wam najbardziej podejrzane (język, obraz, ukryte intencje)? Pomyślcie również o tym, o co zapytalibyście producenta, gdybyście mogli zostawić komentarz z prośbą o wyjaśnienia?

POST 1. BRANŻA ODZIEŻOWA



Zdjęcie w poście:

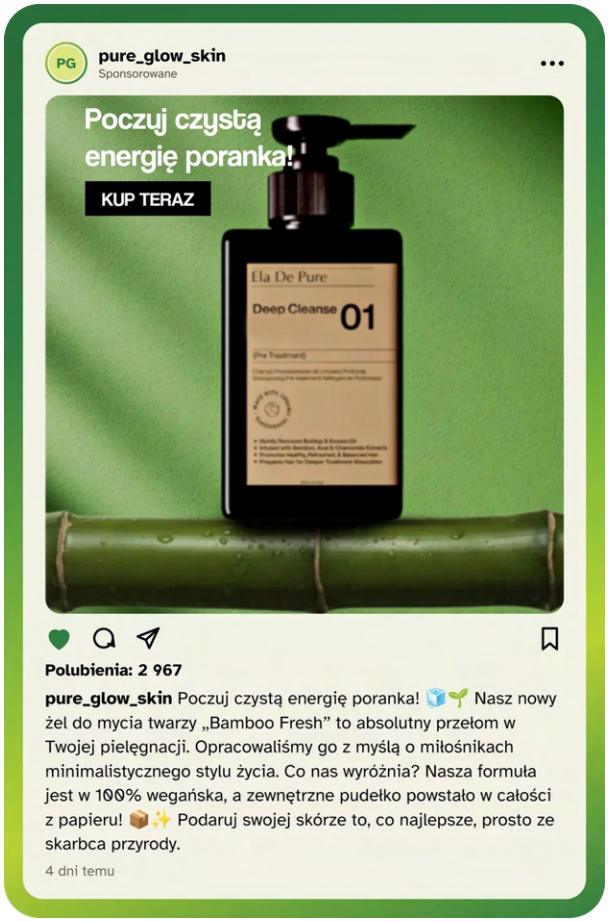
Estetyczna, minimalistyczna fotografia przedstawiająca kobietę na tle plaży i morza. Dziewczyna ma na sobie grubą, jasną bluzę oversized. Na zdjęcie nałożono modny, surowy, „ziemisty" filtr.

Treść postu:

@earth_vibe_apparel: Przedstawiamy naszą najnowszą kolekcję „Pure Earth Line"! 🌿✨ To więcej niż ubrania – to Twój codzienny powrót do korzeni, stworzony z pasji do wolności i świadomego stylu życia. Dążymy do tego, by żyć w pełnej harmonii z planetą, dlatego dumnie ogłaszamy: 100% sznurków w naszych bluzach pochodzi z bawełny z recyklingu! 🌍💚 Wybierz świadomą jakość i poczuj dotyk prawdziwej natury każdego dnia.

Miejsce na wnioski i komentarz:

POST 2. BRANŻA KOSMETYCZNA



Zdjęcie w poście:

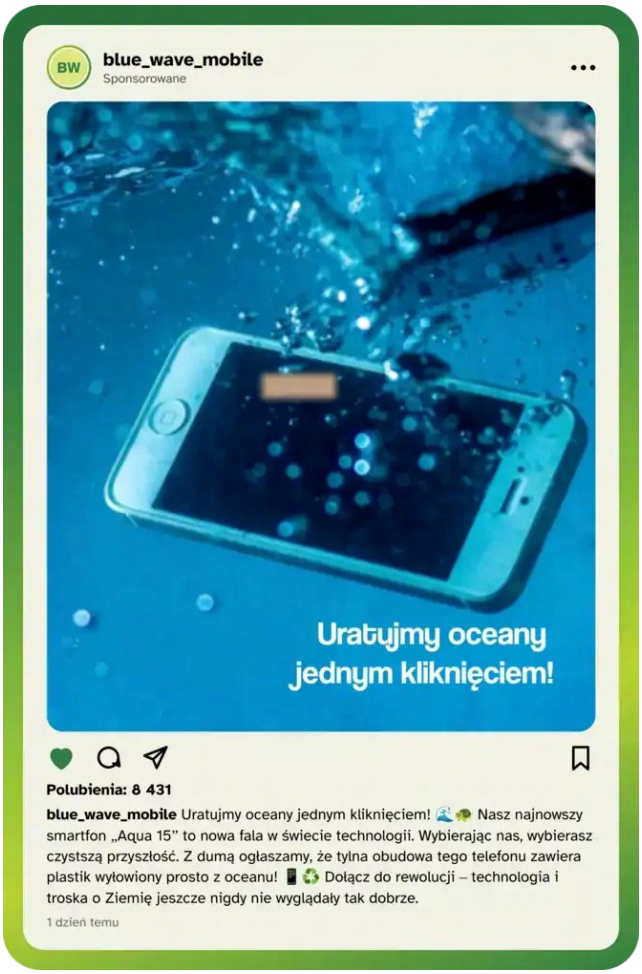
Delikatne krople wody spływają po zielonym pędzie bambusa. Bezpośrednio na nim stoi ciemna, elegancka butelka żelu do mycia twarzy z pompką.

Treść postu:

@pure_glow_skin: Poczuj czystą energię poranka! 🧊🌱 Nasz nowy żel do mycia twarzy „Bamboo Fresh" to absolutny przełom w Twojej pielęgnacji. Opracowaliśmy go z myślą o miłośnikach minimalistycznego stylu życia. Co nas wyróżnia? Nasza formuła jest w 100% wegańska, a zewnętrzne pudełko powstało w całości z papieru! 📦✨ Podaruj swojej skórze to, co najlepsze, prosto ze skarbca przyrody.

Miejsce na wnioski i komentarz:

POST 3. BRANŻA TECHNOLOGICZNA



Zdjęcie w poście:

Elegancki smartfon zanurzony w krystalicznie czystej, morskiej wodzie. Wygląda jakby był zatopiony w oceanie. Na zdjęcie nałożono chłodny filtr.

Treść postu:

@blue_wave_mobile: Uratujmy oceany jednym kliknięciem! 🌊🐢 Nasz najnowszy smartfon „Aqua 15" to nowa fala w świecie technologii. Wybierając nas, wybierasz czystszą przyszłość. Z dumą ogłaszamy, że tylna obudowa tego telefonu zawiera plastik wyłowiony prosto z oceanu! 📱♻️ Dołącz do rewolucji – technologia i troska o Ziemię jeszcze nigdy nie wyglądały tak dobrze.

Miejsce na wnioski i komentarz:

Wskazówki dla nauczyciela

NIE ROZDAWAJ UCZNIOM

POST 1. BRANŻA ODZIEŻOWA

- Zwroty takie jak „powrót do korzeni", „harmonia z planetą" czy „dotyk prawdziwej natury" brzmią pięknie, ale nie niosą ze sobą absolutnie żadnych konkretnych informacji o procesie produkcji czy ochronie środowiska.
- Jasny kolor bluzy, tło plaży i morza oraz „ziemisty" filtr mają podświadomie sugerować, że produkt jest naturalny i ekologiczny, mimo że brakuje na to jakichkolwiek certyfikatów.
- Producent z dumą chwali się jednym, marginalnym detalem – sznurkiem z recyklingu. Przemilcza jednak najważniejsze – z czego uszyta jest cała reszta bluzy? (W rzeczywistości może to być w 100% syntetyczny poliester wyprodukowany w szkodliwych dla środowiska warunkach).

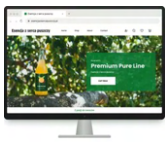
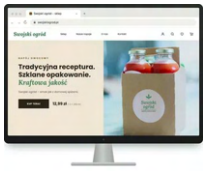
POST 2. BRANŻA KOSMETYCZNA

- Slogany takie jak „czysta energia" czy „skarbiec przyrody" to typowe puste chwyty marketingowe. Warto też uważać na hasło „100% wegańska" – oznacza ono jedynie brak składników pochodzenia zwierzęcego, co nie jest równoznaczne z tym, że krem jest naturalny (może opierać się na w pełni syntetycznych substancjach).
- Krople wody, soczysty bambus oraz ziemista kolorystyka to klasyczny zabieg graficzny, który ma na celu natychmiastowe wywołanie w odbiorcy skojarzeń ze świeżością, naturą i zdrowiem.
- Marka głośno chwali się tekturowym pudełkiem zewnętrznym, ale nie wspomina ani słowem o tym, w jakim opakowaniu fizycznie znajduje się żel. Pod ekologicznym papierem kryje się przecież butelka z ciężkiego szkła z plastikową pompką, która może kompletnie nie nadawać się do recyklingu.

POST 3. BRANŻA TECHNOLOGICZNA

- Hasło „uratujmy oceany jednym kliknięciem" to w gruncie rzeczy wyraźna manipulacja odwołująca się do emocji. Zakup nowego, kolejnego urządzenia elektronicznego raczej nie ratuje środowiska, może natomiast generować nowy ślad węglowy.
- Czysta woda, skojarzenia z oceanem, emoji w kształcie żółwia, chłodny filtr mogą tworzyć fałszywe, podświadome w gruncie rzeczy skojarzenia między kupnem sprzętu elektronicznego a ratowaniem dzikich zwierząt i ochroną oceanów.
- Pułapką jest w tym przypadku również słowo „zawiera". Plastiku z oceanu może być w obudowie zaledwie 1%, podczas gdy reszta to zupełnie nowy surowiec. Producent odwraca w ten sposób uwagę od innego gigantycznego problemu branży – braku możliwości łatwej naprawy telefonu, inwazyjnego wydobycia metali rzadkich i rosnącej góry elektrośmieci.

Źródła zdjęć

Str.	Zdjęcie	Opis	Źródło
10		Makieta strony internetowej soku „Pure Nature” (butelka soku na tle drzew, widok na monitorze)	https://www.pexels.com/pl-pl/zdjecie/drink-butelka-napoj-pionowy-strzal-9646268/
11		Makieta strony internetowej napoju „Swojski ogród” (szklane butelki w kartonowym nosidle, widok na monitorze)	https://unsplash.com/photos/happy-birthday-to-you-card-zY-W6Sll3RY
14		Post konta earth_vibe_apparel (osoba na plaży, branża odzieżowa)	https://www.pexels.com/photo/woman-enjoying-a-walk-on-barcelona-beach-31869484/
15		Post konta pure_glow_skin (butelka kosmetyku na bambusie, branża kosmetyczna)	https://unsplash.com/photos/shampoo-bottle-on-bamboo-with-green-background-Gp3s0bquEkE
16		Post konta blue_wave_mobile (telefon pod wodą, branża technologiczna)	https://www.pexels.com/photo/a-smartphone-underwater-8481921/

6.

Mała seria, duża fabryka,

czyli co tak naprawdę często kupujemy, gdy kupujemy „limitowany drop”?

OBSZAR
dezinformacja klimatyczna

GRUPA DOCELOWA
szkoła ponadpodstawowa

CZAS TRWANIA
45 minut

Wstęp

Współczesna kultura młodzieżowa w ogromnym stopniu kształtuje się w przestrzeni cyfrowej. Młodzież spędza dziś mnóstwo czasu na platformach takich jak TikTok, Instagram czy YouTube, gdzie naturalną częścią życia stało się śledzenie ulubionych infleuncerów i angażowanie w ich społeczności.

Twórcy ci przestali być dziś jedynie recenzentami czy ambasadorami obcych marek – coraz częściej sami stają się niezależnymi przedsiębiorcami, wypuszczając na rynek własne „kolekcje autorskie" lub „limitowane dropy".

Dla młodych osób, które szukają swojej tożsamości i wyrażają siebie przez codzienne wybory, posiadanie rzeczy sygnowanej przez ulubionego twórcę może być kolejnym sposobem ekspresji. Daje to w pełni zrozumiałe poczucie bliskości, dumy oraz autentycznej przynależności do grupy rówieśniczej i świata, który na co dzień współtworzą.

Język internetowych premier

Warto jednak przyjrzeć się bliżej językowi, który towarzyszy tym internetowym premierom. Często jest on nasycony pojęciami sugerującymi rzemieślniczą unikalność, niepowtarzalność oraz długi i staranny proces twórczy. Hasła typu „projektowałem to od miesięcy", „starannie wyselekcjonowane materiały" czy „nakład ściśle ograniczony" budują w wyobraźni młodego odbiorcy obraz wyjątkowego, unikalnego przedsięwzięcia.

W wielu przypadkach za tą narracją stoi jednak zwykła biznesowa machina i finansowa kalkulacja – masowy produkt z fabryki kontraktowej oferowany w tzw. modelu *white label*, gdzie rola influencera ogranicza się często do wyboru gotowego szablonu z katalogu i naniesienia własnego logo. Dokładnie ten sam wzór dresu czy kosmetyku trafia w tym samym czasie pod szyldy dziesiątek innych marek na całym świecie.

Złudzenie wyjątkowości

Kiedy ta unikalna opowieść spotyka się z masową rzeczywistością produkcyjną, łatwo ulec pewnemu złudzeniu. Słowo „drop" oraz pozorna elitarność produktu podświadomie zdejmują z niego bowiem łatkę szybkiej mody (*fast fashion*), kojarzonej na przykład z zaśmiecaniem planety przez wielkie korporacje. Młodzi ludzie mogą odnieść przez to wrażenie, że kupując od niezależnego twórcy, dokonuje wyboru bardziej świadomego, jakościowego, a nawet – ekologicznego.

W rzeczywistości jednak ten model napędza dokładnie te same mechanizmy nadprodukcji, które generują potężny ślad węglowy związany z globalnym transportem, gigantycznym zużyciem wody, zanieczyszczeniem rzek oraz zalewaniem rynku materiałami rozkładającymi się przez stulecia, takimi jak poliester.

Presja czasu

Co więcej, techniki marketingowe oparte na sztucznie wykreowanym niedoborze oraz presji czasu („serwery zaraz padną", „kolekcja nigdy nie wróci") sprawiają, że emocje naturalnie biorą górę nad umiejętnością chłodnej oceny sytuacji. Pod wpływem chwili znacznie łatwiej ulec impulsowi zakupowemu, zanim w ogóle pojawi się w naszych głowach przestrzeń na sprawdzenie składu czy realnego pochodzenia towaru.

Rodzi to głęboki paradoks – model dropów w swoim pierwotnym, uczciwym założeniu (np. poprzez system przedsprzedaży – *pre-order*) mógłby być przecież proekologiczny, gdyż pozwala na wyprodukowanie dokładnie takiej ilości towaru, jaka jest potrzebna.

Ubranie mechanizmów *fast fashion* w szaty „ekskluzywnego dropu" sprawia jednak, że młodym ludziom trudniej jest świadomie ocenić, co tak naprawdę kupują i dlaczego.

UWAGA METODYCZNA

Podczas lekcji należy pamiętać o tym, żeby zachować pełną neutralność i absolutnie nie krytykować twórców internetowych ani faktu, że młodzież kupuje ich produkty. Zamiast oceniać wybory konsumenckie uczniów, warto skupić się wyłącznie na pokazaniu mechanizmów biznesowych i trików językowych towarzyszących internetowym premierom.

Celem zajęć jest po prostu wyposażenie młodych ludzi w krytyczny dystans, który pozwoli im w przyszłości dokonywać w pełni samodzielnych i wolnych od zewnętrznej presji wyborów zakupowych.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- rozpoznają techniki marketingowe oparte na wykreowanym niedoborze oraz presji czasu, ucząc się identyfikować momenty, w których emocje biorą górę nad chłodną oceną,
- definiują tzw. model *white label*, w którym rola twórcy internetowego ogranicza się często do dodania własnego logo do gotowego, masowo produkowanego towaru,

- dostrzegają mechanizmy *fast fashion* ukryte pod płaszczykiem „limitowanych serii” oraz rozumieją ich realny wpływ na klimat,
- odróżniają zrównoważone modele produkcji (np. system przedsprzedaży – *pre-order*) od pozornych, ekskluzywnych dropów,
- rozwijają krytyczny dystans wobec języka internetowych premier, co pomaga im w budowaniu odpowiedzialnych nawyków konsumenckich.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie 10 min	**Refleksja** 10 min	**Teoria** 10 min	**Praktyka** 15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 **Przywitaj klasę i w kilku zdaniach przedstaw cel spotkania.**

Powiedz, że dzisiejsza lekcja będzie koncentrować się na umiejętności analizy mechanizmów sprzedaży stosowanych przez twórców internetowych. W tym celu przyjrzycie się kulisom powstawania marek własnych oraz premier odzieżowych w sieci.

Wyjaśnij, że wspólnie sprawdzicie, jak za pomocą specyficznych haseł można wywołać w odbiorcy silne emocje, przyspieszyć jego decyzje zakupowe i sprawić, by zwykły, masowy produkt wydawał się czymś wyjątkowym.

2 **Następnie podziel klasę na 5–6 małych zespołów.**

Rozdaj każdej grupie komplet trzech ofert (Załącznik 1). Sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Wyobraźcie sobie, że szukacie dla siebie nowej, klasycznej szarej bluzy dresowej i trafiliście w sieci na trzy różne premiery od znanych influencerów. Przeczytajcie uważnie te opisy. Najpierw niech każdy z Was w ciszy przeanalizuje teksty i samodzielnie zdecyduje, którą bluzę najchętniej by kupił i dlaczego, zapisując swój wybór na kartce. Następnie porozmawiajcie o tym w swoich zespołach, opowiedzcie sobie nawzajem, co Was przekonało do danej oferty i skonfrontujcie swoje opinie. Na koniec zliczcie głosy w grupie i sprawdźcie, która bluza zdobyła ich najwięcej w Waszym zespole."

3 Daj grupom kilka minut na swobodną dyskusję w zespołach i przeanalizowanie tekstów.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 Poproś przedstawicieli poszczególnych zespołów o podzielenie się wnioskami z analizy ofert i podanie ostatecznych wyników – która szara bluza (A, B czy C) zdobyła najwięcej głosów w ich grupie i jakie argumenty o tym zadecydowały.

Zapisz wyniki na tablicy, tworząc obok nich listę powtarzających się haseł, które uczniowie odnaleźli w tekstach i które przyciągnęły ich uwagę (np. limitowana seria, *slow fashion*, unikalny projekt).

2 **Zaproś klasę do krótkiej rozmowy na temat stworzonego zestawienia.**
Aby pomóc uczniom i uczennicom samodzielnie dostrzec mechanizm działania tych tekstów, poprowadź dyskusję wokół następujących pytań naprowadzających:

- Do osób, które wybrały Ofertę A: Co czujemy, gdy w opisie pojawiają się sformułowania, że produkt „zaraz się skończy", a serwery padną? Dlaczego presja czasu sprawia, że chcemy czegoś mocniej i szybciej podejmujemy decyzję?
- Do osób, które wybrały Ofertę B: Dlaczego hasła o „*slow fashion*" i „świadomych wyborach" tak mocno nas przyciągają? Czy przed oddaniem głosu sprawdziliśmy realny skład produktu, czy po prostu zaufaliśmy „zielonej" narracji zaproponowanej przez twórcę?
- Do osób, które wybrały Ofertę C: Co sprawiło, że część z Was wybrała bluzę, o której twórca wprost mówi, że to masowy poliester z katalogu? Dlaczego prośba

o bezpośrednie wsparcie finansowe i „brak marketingowej ściemy” okazały się tak przekonujące, mimo że cena wciąż była bardzo wysoka?

3 W tym momencie zatrzymaj na chwilę dyskusję i powiedz uczniom i uczennicom, że chcesz przeczytać im krótką, zakulisową informację na temat bluz, które przed chwilą analizowali. Zasygnalizuj, że nadszedł czas na zderzenie działań marketingowych z twardymi danymi produkcyjnymi:

POWIEDZ

„Wszystkie trzy oferty, mimo zupełnie różnych opowieści, dotyczą dokładnie tej samej szarej bluzy dresowej (Model #G-202) z hurtowego katalogu azjatyckiej fabryki odzieży kontraktowej. Składa się ona w 70% z taniego poliestru (plastiku) i w 30% z niskiej jakości bawełny. Jej bazowy koszt w hurcie (przy masowym zamówieniu) to zaledwie około 25 zł za sztukę. Realna skala fizycznej produkcji była ogromna i masowa, a rola każdego z influencerów ograniczyła się wyłącznie do przesłania pliku graficznego ze swoim logo i wybrania szarego koloru z gotowego wzornika.”

TRZY OPOWIEŚCI, JEDNA BLUZA

ZA KULISAMI

Ta sama szara bluza

Model #G-202

Hurtowy katalog fabryki kontraktowej

70% poliester · 30% bawełna

ok. 25 zł

koszt w hurcie

→

OFERTA A	**„Najbardziej wyczekiwany drop roku”** Presja czasu, limitowana seria.	**249 zł**
OFERTA B	**„Autorska kolekcja slow fashion”** Jakość *premium*, świadoma konsumpcja.	**269 zł**
OFERTA C	**„Bez marketingowej ściemy”** Szczerość, prośba o wsparcie finasnowe, hurtowy katalog + logo.	**259 zł**

4 **Po przeczytaniu tego komentarza poproś uczniów i uczennice o podzielenie się swoimi przemyśleniami.**

Zapytaj ich o to, co czują po usłyszeniu tej informacji? Czy ich decyzja zakupowa uległa zmianie, gdy poznali realny skład i pochodzenie bluzy?

Daj klasie 2–3 minuty na swobodną wymianę zdań i wspólną dyskusję.

5 **Nawiązując do przemyśleń klasy, zwróć uwagę uczniów na to, że wysoka cena produktu w sieci (249–269 zł) bardzo często nie idzie w parze z jego jakością.**

Warto zatem przyjrzeć się bliżej technikom, które pozwalają influencerom uzasadnić tak wysoką marżę i uśpić nasze krytyczne myślenie.

- Oferta A: Podsyca stres związany z zakupami i wyłącza chłodną ocenę sytuacji. Zanim zdążymy pomyśleć, czy dana rzecz jest nam potrzebna oraz jaki ma skład, kupujemy ją pod wpływem czystego impulsu i niepokoju, że coś nas ominie.
- Oferta B: Daje nam złudzenie kupowania produktu *premium* i robienia czegoś dobrego dla planety. Tym samym zdejmuje z ubrań łatkę „szybkiej mody", choć w rzeczywistości są wciąż masowo uszyte z niskiej jakości, sztucznego materiału.
- Oferta C: Wykorzystuje naszą potrzebę lojalności i szacunku do szczerości. Twórca mówi rozbrajająco: „chcę Waszych pieniędzy", a konsumenci chętnie mu je przelewają, bo kupują poczucie, że wspierają swojego idola.

6 **Na sam koniec podkreśl, że chęć wspierania twórców i posiadania ich rzeczy jest oczywiście w pełni naturalna.**

Chodzi jednak o wyćwiczenie uważności – o to, by widzieć wyraźną granicę między autentycznym, zrównoważonym projektem a marketingową manipulacją mającą na celu sprzedaż masowego towaru z gigantyczną marżą.

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 **Na początek tej części nawiąż bezpośrednio do wniosków wyciągniętych przez grupy podczas analizy ofert.**

MOŻESZ PODKREŚLIĆ

„Doskonale zauważyliście, że choć te opisy opierały się na zupełnie różnych strategiach, wszystkie prowadziły do zakupu dokładnie tego samego, masowego produktu. Różnice między tym, co słyszymy na TikToku czy Instagramie, a rzeczywistością wyraźnie pokazują, dlaczego warto uważnie przyglądać się konkretnym technikom marketingowym oraz ukrytym mechanizmom sprzedaży.”

2 Następnie wprowadź i wyjaśnij trzy pojęcia (możesz zapisać je na tablicy, żeby uczniowie mogli łatwiej je przyswoić i wyciągnąć najważniejsze wnioski):

Model *white label*

– to częsta praktyka rynkowa polegająca na tym, że wielka, kontraktowa fabryka produkuje wiele sztuk jednego, gotowego produktu według standaryzowanego wzoru (np. klasyczną szarą bluzę, uniwersalny krem czy kubek).

Dowolna firma lub influencer może wykupić partię takiego towaru bezpośrednio z katalogu, zlecić fabryce naszycie lub nadrukowanie swojego logo, zapakować rzecz w ładne pudełko i sprzedawać pod swoją marką. Twórca nie projektował kroju od zera, nie szukał unikalnych materiałów ani nie kontrolował warunków pracy w szwalni – jego rola ograniczyła się do wyboru gotowego szablonu i naniesienia grafiki.

Dokładnie ten sam produkt trafia równolegle pod szyldy dziesiątek innych marek na całym świecie, różniąc się wyłącznie metką i stworzoną wokół niego opowieścią marketingową.

Fast fashion (tzw. szybka moda)

– kiedy model *white label* łączy się z masową produkcją odzieży, staje się napędem dla *fast fashion*. Zjawisko to opiera się na wytwarzaniu ogromnej liczby tanich ubrań o niskiej trwałości, powstających często z materiałów syntetycznych (takich jak poliester produkowany na bazie ropy naftowej), które będą rozkładać się w środowisku przez stulecia. *Fast fashion* generuje potężne zanieczyszczenie środowiska i ogromne koszty klimatyczne – od gigantycznego śladu węglowego związanego z globalnym transportem, aż po marnowanie i zatruwanie zasobów wodnych.

Kiedy influencer maskuje ten masowy proces językiem „limitowanego dropu" czy „świadomego wyboru" tworzy w gruncie rzeczy ekologiczne złudzenie, które napędza spiralę nadprodukcji i utrudnia budowanie dojrzałych nawyków zakupowych.

Dropy sprzedażowe

– to specyficzny model sprzedaży polegający na cyklicznym wypuszczaniu na rynek krótkich, ściśle limitowanych i zamkniętych serii produktów. W swoim pierwotnym, uczciwym założeniu to zjawisko może być wysoce proekologiczne, ponieważ z definicji stoi w opozycji do masowej, niekontrolowanej podaży.

Niestety w dzisiejszej rzeczywistości internetowej dropy sprzedażowe bardzo często stają się jedynie sprytnym narzędziem manipulacji. Twórcy wykorzystują sztuczną presję czasu tylko po to, by pod płaszczykiem „elitarności" szybko sprzedać masowy towar z ogromną marżą.

W ramach tego modelu istnieje jednak bardziej uczciwa alternatywa – system przedsprzedaży (*pre-order*). W tym układzie marka otwiera sprzedaż na określony czas, zbiera zamówienia oraz wpłaty od klientów, a dopiero po jej zamknięciu uruchamia produkcję. Dzięki temu powstaje taka ilość towaru, jaka jest potrzebna, eliminując nadwyżki magazynowe, które marnowałyby surowce i ostatecznie kończyły na wysypiskach.

Wydłużony czas oczekiwania na gotowy produkt uczy przy tym konsumentów cierpliwości oraz szacunku do ludzkiej pracy. (Oczywiście, sam model przedsprzedaży również miewa swoje patologie i zdarza się, że jest wykorzystywany do kolejnych internetowych oszustw.)

3 **Na koniec jeszcze raz przypomnij klasie, jak gigantyczna jest przepaść między kosztem produkcji a ceną na metce, gdy produkt *white label* udaje ekskluzywną, autorską serię produktów.**

Standardowy produkt w hurtowym katalogu często kosztuje bardzo niewiele, ale dzięki magii nazwiska, rzekomej unikalności, pseudozielonym hasłom lub grze na emocjach zyskuje status dobra luksusowego. Konsument płaci więc bardzo wysoką cenę nie za realną jakość materiału, etyczną pracę szwaczek czy innowacyjny projekt, ale za emocjonalny marketing. Krytyczne myślenie pozwala nam w porę zauważyć tę dysproporcję i podejmować własne decyzje zakupowe, zamiast ulegać sprzedażowym sztuczkom.

CZĘŚĆ IV

+ *Praktyka*

OK. 15 MINUT

1 **Poproś uczniów i uczennice, aby na chwilę wrócili pamięcią do trzech opisów bluz z pierwszej części lekcji.**

Zwróć ich uwagę na to, że w tamtych tekstach całkowicie pominięto fundamentalny problem współczesnego rynku odzieżowego – globalną nadprodukcję. Żaden z influencerów nie zapytał również swoich odbiorców, czy kolejny seryjny produkt jest im naprawdę potrzebny.

2 **Nawiąż następnie do zakończonej przed chwilą części teoretycznej.**

POWIEDZ

„Skoro wiemy już, na czym polegają ukryte mechanizmy marketingu i jak wygląda zrównoważona alternatywa, spróbujmy odwrócić role. Wyobraźcie sobie, że sami jesteście twórcami internetowymi, którzy chcą wypuścić na rynek swoją szarą bluzę. Waszym zadaniem będzie podjęcie odpowiedzialnych decyzji produkcyjnych, a następnie napisanie OFERTY D – uczciwego komunikatu sprzedażowego, który z pełnym przekonaniem moglibyście wrzucić na swoje kanały społecznościowe.”

3 **Rozdaj każdemu zespołowi kartę pracy (Załącznik 2) i wyjaśnij polecenie.**

Powiedz uczniom, że na kartach pracy znajdują się cztery konkretne wytyczne, które ich tekst musi spełnić.

Wyjaśnij, że ich komunikat ma być całkowitym przeciwieństwem ofert analizowanych na początku lekcji – ma stawiać na transparentność, odpowiedzialność i szacunek dla klienta.

4 **Poproś przedstawicieli wybranych lub wszystkich zespołów, aby przeczytali na głos stworzone przez siebie teksty reklamowe.**
Zwróć uwagę klasy na to, jak bardzo różnią się one od agresywnych komunikatów z początku zajęć, mimo że cena produktu i sam przedmiot (szara bluza) pozostały dokładnie takie same.

5 **Zrób krótkie podsumowanie zajęć.** Wyjaśnij uczniom i uczennicom, że ich teksty, w przeciwieństwie do agresywnego marketingu, nie próbują za wszelką cenę wymusić zakupu.

Dają odbiorcy coś niezwykle cennego – czas i przestrzeń na zastanowienie się, czy nowa rzecz jest mu w ogóle potrzebna.

Podkreśl klasie, że odpowiedzialna konsumpcja zaczyna się dokładnie w tym samym miejscu – od tak potrzebnej chwili namysłu.

Warto przy tym być uczciwym wobec skali problemu – pojedyncza decyzja zakupowa jednej osoby nie rozwiąże globalnego problemu nadprodukcji w przemyśle odzieżowym. To przede wszystkim efekt decyzji podejmowanych na poziomie dużych firm i całych łańcuchów produkcji.

Wyjaśnij jednak, że wyćwiczona dziś umiejętność wyłapywania marketingowych trików nie ma sprawić, że wezmą na siebie odpowiedzialność za cały system. Ma dać im narzędzia, żeby świadomie wybierali, komu i za co płacą – i rozumieli, że to tylko jeden mały element znacznie większej układanki.

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

Którą bluzę wybrać?

Instrukcja: Wyobraźcie sobie, że szukacie w sieci nowej, klasycznej szarej bluzy dresowej i trafiliście na trzy różne oferty od znanych twórców internetowych. Przeczytajcie uważnie poniższe opisy.

Najpierw w ciszy przeanalizujcie teksty i każdy z Was niech samodzielnie zdecyduje, którą bluzę i dlaczego najchętniej by kupił. Następnie porozmawiajcie o tym w zespołach, wymieńcie się argumentami i wybierzcie jedną bluzę, co do której zgadzacie się jako cała grupa.

OFERTA A

Moi drodzy, po miesiącach przygotowań odpalamy najbardziej wyczekiwany drop roku!

Szara bluza oversize unikalny projekt, megamiękki materiał, krój dopracowany przeze mnie w każdym calu. Serwery pewnie padną w kilka minut, bo seria jest ściśle limitowana, tylko dla najszybszych! Sklep zamykamy za 48 godzin i ta kolekcja nigdy więcej nie wróci.

Kto pierwszy, ten lepszy! **Cena: 249 zł.**

OFERTA B

Dla mnie liczy się jakość i świadome decyzje. Zamiast wspierać wielkie, bezduszne sieciówki, oferuję Wam bluzę z mojej autorskiej kolekcji *slow fashion*.

To starannie wyselekcjonowane materiały i unikalny krój dla osób, które poprzez modę lubią wyrażać siebie i swój unikalny styl życia. Kupując od niezależnego twórcy, wybieracie produkt premium i wspieracie mądrzejszą konsumpcję.

Nakład ograniczony! **Cena: 269 zł.**

OFERTA C

Słuchajcie, krótko i bez marketingowej ściemy. Nie będę Wam wmawiał, że projektowałem ten krój od zera przez rok albo że zbawiam świat. To klasyczna, solidna szara bluza z hurtowego katalogu – miks poliestru i bawełny, na który po prostu wrzuciłem swoje autorskie logo. Produkcja jest masowa, ale bluza dobrze trzyma fason i sprawdzi się na co dzień.

Ten drop powstał po prostu dla tych z Was, którzy chcą mnie bezpośrednio wesprzeć finansowo i przelać mi swoje pieniądze.

Kupujcie! **Cena: 259 zł.**

Miejsce na notatki

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Instrukcja: Wyobraźcie sobie, że jesteście twórcami internetowymi i wypuszczacie na rynek swoją szarą bluzę dresową.

Stwórzcie tekst oferty – uczciwego, odpowiedzialnego komunikatu sprzedażowego dla Waszych widzów.

Wasz tekst musi spełnić 4 poniższe kryteria (możecie ułożyć je w dowolnej kolejności):

- **Odniesienie do problemu nadprodukcji:**
Skłońcie swoich widzów do refleksji, czy kolejna rzecz w szafie jest im naprawdę potrzebna. Wyjaśnijcie, dlaczego jako odpowiedzialni twórcy rezygnujecie z szycia ubrań na zapas i zamiast tego wybieracie system przedsprzedaży (*pre-order*).

- **Transparentność:**
Podajcie prawdziwe fakty dotyczące jakości, użytych materiałów oraz warunków, w jakich powstaje produkt. Uzasadnijcie cenę bluzy – pokażcie widzom, że ta kwota wynika z realnych kosztów uczciwego procesu produkcji, a nie z ukrytej marży czy marketingowych sztuczek.

- **Brak manipulacji:**
W Waszym tekście obowiązuje całkowity zakaz sztucznego popędzania klienta. Zrezygnujcie z haseł wywołujących presję czasu czy udających elitarność (np. „serwery zaraz padną", „kto pierwszy, ten lepszy", „kolekcja nigdy nie wróci"). Budujcie partnerską relację opartą na zaufaniu.

- **Szczere uprzedzenie o czasie oczekiwania:**
Jasno poinformujcie widzów, że realizacja zamówienia zajmie trochę czasu. Przedstawcie ten wydłużony czas oczekiwania jako świadomy, proekologiczny wybór szanujący ludzką pracę, który chroni środowisko przed marnowaniem cennych zasobów.

Miejsce na tekst:

7.

Obraz wyrwany z kontekstu,

czyli dlaczego samo zdjęcie nie jest dowodem w dyskusji o klimacie?

OBSZAR
dezinformacja klimatyczna

GRUPA DOCELOWA
szkoła ponadpodstawowa

CZAS TRWANIA
45 minut

Wstęp

W przestrzeni cyfrowej zdjęcia i krótkie materiały wideo bardzo często pełnią funkcję ostatecznego argumentu. Przeglądając sieć, mamy silną skłonność do kierowania się prostą zasadą – **wierzę w to, co widzę na własne oczy**.

Zamiast wczytywać się w załączony tekst czy komentarze lub sprawdzać inne źródła, ufamy samemu obrazowi i odruchowo uznajemy go za niepodważalny dowód.
Mechanizm ten jest niezwykle łatwy do wykorzystania w sieci. Wystarczy bowiem wziąć dowolny obraz, wyrwać go z pierwotnego kontekstu i dodać do niego zupełnie nowy podpis, aby narzucić odbiorcom własną wersję wydarzeń.

Pogoda jako tło manipulacji

Pogoda to temat, który w naturalny sposób dotyczy każdego z nas, a jej codzienne zmiany są łatwo dostrzegalne – co czyni z niej idealne tło do budowania zmanipulowanych narracji. Kiedy w okresie wiosennym pojawia się nietypowo chłodny dzień lub przelotny śnieg, w mediach społecznościowych błyskawicznie rośnie liczba postów podważających wieloletnie analizy klimatyczne. Autorzy takich wpisów wcale nie muszą jednak fotografować tego, co rzeczywiście znajduje się w danym momencie za ich oknem. Czasami znacznie łatwiej jest im sięgnąć po gotowe materiały.

Wystarczy, że dołączą do swojego posta archiwalne zdjęcie potężnej śnieżycy sprzed kilkunastu lat lub fotografię zrobioną w zupełnie innym kraju, sugerując odbiorcom, że to aktualny widok na ich własną ulicę. Coraz częstszym zjawiskiem jest również posługiwanie się fotorealistycznymi obrazami – *deepfake*'ami wygenerowanymi w całości przez sztuczną inteligencję (AI), które do złudzenia przypominają prawdziwe zdjęcia anomalii pogodowych. Obok *deepfake'ów* w sieci krążą także *cheapfake'i* – dużo prostsze przeróbki z użyciem podstawowych aplikacji, które potrafią równie skutecznie zakłamać rzeczywistość.

Widzę, więc wierzę?

Na młodego odbiorcę, który często nie ma jeszcze wyrobionego nawyku sprawdzania źródeł, tak spreparowane zdjęcie może zadziałać wyjątkowo silnie i utwierdzić go w przekonaniu, że skoro coś widać na własne oczy, to nie ma się już nad czym dłużej zastanawiać – sam obraz zdaje się mówić przecież za siebie, bez potrzeby dalszej weryfikacji.

To złudne poczucie pewności jest właśnie tym, na czym opiera się cała manipulacja. W rzeczywistości jednak zdjęcie, wyjęte z kontekstu, często nie niesie z sobą większego znaczenia.

Rozpoznanie takiej techniki manipulacyjnej nie wymaga wiedzy eksperckiej ani znajomości statystyk pogodowych. Wymaga jedynie zbudowania prostego nawyku – zanim uznamy obraz za dowód, warto zapytać, skąd on właściwie pochodzi.

UWAGA METODYCZNA

Tematyka związana ze zmianami klimatycznymi czy globalnym ociepleniem budzi duże emocje i w naturalny sposób może wywołać na forum klasy szerszą dyskusję. Prowadząc te zajęcia, warto jednak pamiętać o tym, że głównym tematem lekcji jest sam mechanizm dezinformacji.

Jeśli więc w klasie pojawią się tego rodzaju spory – z empatią starajmy się przesuwać uwagę z debaty o klimacie na chłodną analizę samego tekstu i materiałów wizualnych..

Głównym celem spotkania jest bowiem to, by pokazać uczniom i uczennicom, jak analizować strukturę internetowych wpisów i weryfikować, czy dołączone do nich obrazy rzeczywiście mogą stanowić twardy dowód, czy są tylko sprytną manipulacją.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- dostrzegają, że sam obraz pozbawiony dodatkowych danych nie zawsze jest dowodem na czas i miejsce konkretnego zdarzenia,
- rozpoznają manipulację polegającą na wykorzystywaniu archiwalnych zdjęć oraz materiałów typu *deepfake*, tj. w całości wygenerowanych przez sztuczną inteligencję (AI) do sugerowania rzekomych anomalii pogodowych,
- odróżniają faktyczną treść obrazu od intencji i twierdzeń autora, który publikuje go w mediach społecznościowych,
- potrafią krytycznie ocenić wiarygodność różnych informacji zebranych wokół internetowego wpisu, oddzielając obiektywne dowody od prywatnych opinii i szumu informacyjnego.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie	**Refleksja**	**Teoria**	**Praktyka**
10 min	10 min	10 min	15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 Przywitaj klasę i wyjaśnij, że podczas dzisiejszej lekcji wspólnie nauczycie się krytycznie analizować zdjęcia, filmiki i innego rodzaju materiały (audio)wizualne, z którymi wszyscy spotykają się codziennie, gdy przeglądają treści na telefonie i w mediach społecznościowych.

2 **Podziel uczniów i uczennice na 5–6 małych zespołów.**
Następnie rozdaj każdej grupie kartę pracy ze zdjęciem i dołączonymi do niego pytaniami (Załącznik 1). Zdjęcie możesz wyświetlić również na rzutniku lub tablicy interaktywnej.

POWIEDZ

„Macie przed sobą zdjęcie, które krąży w sieci. Waszym zadaniem jest wcielić się w rolę dociekliwych detektywów i weryfikatorów informacji. Przyjrzyjcie się uważnie wszystkim widocznym na nim detalom i spróbujcie ustalić jak najwięcej stuprocentowo pewnych faktów na jego temat. Pomogą Wam w tym cztery pytania z karty pracy, na które postarajcie się odpowiedzieć."

3 **Daj zespołom kilka minut na uważne przyjrzenie się fotografii, swobodną dyskusję i spisanie wszystkich wspólnych ustaleń na karcie pracy.**
Jeśli zauważysz, że sformułowane polecenie jest dla kogoś niejasne – doprecyzuj je na bieżąco, aby uczniowie i uczennice wiedzieli, że mają skupić się wyłącznie na widocznych na zdjęciu szczegółach.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 **Poproś przedstawicieli zespołów o krótkie przedstawienie ich ustaleń.**
Zwróć uwagę na to, że większość grup bez problemu podała najważniejsze informacje na temat fotografii, które można wywnioskować na podstawie tego, co znajduje się w kadrze (m.in. zima, śnieg, nowoczesne auto, europejskie miasto).

Powiedz, że ich wzrok i umiejętności analityczne zadziałały bez zarzutu.

2 **Po krótkiej rozmowie zaproponuj klasie mały eksperyment i powiedz, że na chwilę zmieniasz reguły gry.**
Następnie poproś uczniów i uczennice o to, by wyobrazili sobie, że podczas codziennego przeglądania sieci trafiają na ten właśnie materiał, ale opatrzony konkretnym podpisem – „Warszawa, maj 2026 roku. Ktoś jeszcze wierzy w globalne ocieplenie?".

Zapytaj ich, czy te kilka dodanych słów coś zmienia? Czy patrzą teraz w inny sposób na tę fotografię?

3 **Zbierz pierwsze, spontaniczne głosy z sali.**
Następnie, chcąc skłonić klasę do głębszej, krytycznej analizy, zadaj im serię pomocniczych pytań:

- **Jakie elementy widoczne w kadrze mogłyby potwierdzać, że to Warszawa? Czy na ich podstawie możemy mieć tego stuprocentową pewność?**
  (Nie – choć architektura mocno na to wskazuje, podobne budynki mogą stać w innych częściach świata czy nawet stanowić element rozbudowanej scenografii. Swoją drogą, zdjęcie z karty pracy zrobione zostało w Pekinie.)
- **Czy ten śnieg na pewno spadł zimą?**
  (Niekoniecznie – nagłe ataki zimy i anomalie pogodowe zdarzają się też wczesną wiosną lub późną jesienią, a samo zdjęcie nie ma przecież wbudowanego kalendarza. Teoretycznie mógłby to być nawet sztuczny śnieg na dużym planie filmowym.)
- **Czy fotografia daje jakikolwiek dowód na to, że mamy maj 2026 roku?**
  (Nie – mogła zostać zrobiona w zupełnie innym roku, np. pięć lat temu.)
- **Na ile jedno zdjęcie może rozstrzygać o tak złożonej kwestii jak globalne ocieplenie?**
  (W żadnym lub w bardzo małym stopniu – pokazuje tylko jedno zasypane osiedle

w jednym, nieznanym nam momencie, co w żaden sposób nie podważa naukowych danych o klimacie.)

JAK ZDJĘCIE STAJE SIĘ FAŁSZYWYM DOWODEM

1	→	2	→	3	→	4
Prawdziwe zdjęcie Z innego miejsca albo z innego roku.		**Nowy podpis i data** „Dziś, w stolicy.”		**„Widzę na własne oczy”** Taki „dowód” usypia czujność.		**Argument w debacie o klimacie** Jednorazowa sytuacja zamiast szerszych danych

4 **Zapytaj** uczniów i uczennice, dlaczego ich zdaniem tak łatwo dajemy się nabrać na tego typu internetowe manipulacje i dlaczego ten podpis wydaje się tak bardzo przekonujący. Wysłuchaj ich pomysłów, a następnie pomóż im nazwać ten mechanizm.

Wyjaśnij, że kiedy czytamy podpis sugerujący konkretne miejsce i czas, odruchowo i całkiem bezwiednie przenosimy te informacje na zdjęcie. Choć fotografia pokazuje tylko anonimową uliczkę, pod wpływem sugestii autora zaczynamy „widzieć” na niej właśnie Warszawę w maju.

W naszych głowach błyskawicznie pojawia się wtedy swego rodzaju skrót myślowy – „Skoro zdjęcie jest prawdziwe, to opis pod nim też musi być prawdą”.

Podkreśl, że autorzy zmanipulowanych wpisów celowo wykorzystują ten odruch – podsuwają nam konkretną lokalizację i datę, a my bezrefleksyjnie w to wierzymy.

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

Mechanizm wyrywania treści z kontekstu to także fundament działania internetowych memów. Memy, choć z pozoru służą przede wszystkim do rozrywki, stały się dziś potężnym narzędziem kształtowania poglądów (w tym – klimatycznych).

Opierają się na prostym schemacie: łączą chwytliwą formę wizualną lub znany szablon z konkretnym komentarzem, podpowiadając tym samym odbiorcy gotową interpretację, z kolei humor często sprawia, że całkowicie wyłączamy nasz krytycyzm („przecież to tylko żart”).

W ramach rozszerzenia tego zadania możesz poprosić uczniów i uczennice, aby przeanalizowali popularny w sieci mem – niech spróbują zastanowić się, co tak naprawdę kryje się pod tym żartem i do czego autor chce nas przekona).

5 **Następnie uzupełnij rozmowę o jeszcze jeden kontekst, który tym bardziej komplikuje sprawę.**

Zapytaj klasę, co by było, gdyby to zdjęcie w ogóle nie powstało w żadnym prawdziwym mieście, tylko było *deepfake*'iem – w całości wygenerowanym z pomocą narzędzi opartych na sztucznej inteligencji (AI), żeby idealnie pasować do prowokacyjnej tezy autora. Zwróć uwagę, że z pomocą dzisiejszej technologii potrafimy błyskawicznie i od zera stworzyć fotorealistyczny obraz, który jest idealną iluzją rzeczywistości.

Podkreśl, że nie chodzi o to, by od razu podejrzewać każde zdjęcie w sieci o to, że jest fałszywe – ale sama świadomość, że istnieje taka możliwość, powinna uczyć nas ostrożności.

6 **Na koniec tej części powiedz uczniom i uczennicom, aby zawsze pamiętali o najważniejszej zasadzie – nie dajcie się złapać w pułapkę jednego podpisu!**

W świecie internetu obraz bywa często używany jako przynęta – ma wzbudzić w nas emocje i uśpić naszą czujność. Dzisiejsza dezinformacja rzadko polega na pokazywaniu rzeczy całkowicie zmyślonych. Dlatego zanim uznamy internetowy wpis za ostateczny dowód, zawsze najpierw warto sprawdzić, skąd pochodzi samo zdjęcie i czy jego kontekst na pewno się zgadza.

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 **Po zakończeniu refleksji na temat internetowego posta, przybliż uczniom i uczennicom warsztat pracy profesjonalnych weryfikatorów informacji (tzw. *fact-checkerów*).**

Wyjaśnij, na czym polega ich codzienna praca i podkreśl, że gdy widzą w sieci doniesienia o rzekomej anomalii pogodowej podparte sensacyjnym zdjęciem, nigdy nie oceniają sytuacji „na oko" – zamiast tego zawsze szukają twardych dowodów.

ZAPYTAJ KLASĘ

„Czy macie pomysł, w jaki sposób – krok po kroku – profesjonaliści mogliby sprawdzić wiarygodność tego konkretnego zdjęcia?"

2 **Wysłuchaj różnych pomysłów uczniów i uczennic, dając im przestrzeń na zaproponowanie własnych rozwiązań.**

Następnie podsumuj ich wypowiedzi i powiedz, że aby ułatwić im to zadanie w przyszłości, podasz im trzy konkretne kroki, które sami mogliby podjąć, by szybko i skutecznie sprawdzić wiarygodność różnych postów dotyczących globalnego ocieplenia i anomalii pogodowych:

Wyszukiwanie wsteczne obrazem (np. Google Lens, TinEye)

– wyjaśnij, że istnieją dziś darmowe narzędzia, które w kilka sekund potrafią przeskanować cały internet w poszukiwaniu identycznego układu kształtów, obiektów i kolorów. Pozwalają one natychmiast wykryć tak zwany „recykling" zdjęć.

Jeśli sprawdzana fotografia została zrobiona kilka lat wcześniej w zupełnie innym miejscu na świecie, wyszukiwarka odnajdzie oryginalne strony z właściwą, pierwotną datą publikacji.

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

Jeśli czas na to pozwala, możesz w tym miejscu uruchomić przeglądarkę i pokazać klasie na żywo, jak proste w obsłudze są to narzędzia.

Weryfikacja na portalach informacyjnych

– metoda ta opiera się na sprawdzaniu wiadomości w profesjonalnych serwisach tworzonych przez zespoły dziennikarskie (takich jak agencje prasowe np. PAP, duże serwisy informacyjne, a także uznane portale lokalne).

Ich kluczową cechą jest to, że informacje są weryfikowane przed publikacją przez redakcję (nawet jeśli ulubiony influencer na TikToku ma jak najlepsze intencje i często mówi prawdę, jego treści nie przechodzą z reguły formalnej weryfikacji redakcyjnej).

Jeśli w maju w stolicy kraju dochodzi do nagłej, potężnej śnieżycy, która paraliżuje ruch na drogach, staje się to natychmiast tematem numer jeden. O takim wydarzeniu piszą zazwyczaj wszystkie media. Jeśli w portalach informacyjnych panuje całkowita cisza, a sensacyjna treść istnieje wyłącznie na jednym prywatnym profilu – to dla weryfikatora poważny sygnał ostrzegawczy, że warto zachować szczególną ostrożność i poszukać dodatkowego potwierdzenia, zanim uzna się informację za prawdziwą.

Zaglądanie do oficjalnych archiwów pogody

– to bardzo solidny krok weryfikacji. Państwowe stacje meteorologiczne (w Polsce jest to Instytut Meteorologii i Gospodarki Wodnej – IMGW) oraz globalne serwisy pogodowe stale rejestrują temperaturę, siłę wiatru i opady, a ich historyczne dane są publicznie dostępne.

Porównanie twardych danych liczbowych czy interaktywnych map dla konkretnego dnia i regionu pozwala z dużą pewnością ustalić, jaka pogoda naprawdę panowała, i łatwo zdemaskować ewentualne kłamstwo autora posta.

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

Jeśli czas na to pozwala, możesz wejść na stronę oficjalnego archiwum meteorologicznego i pokazać klasie jak w prosty sposób można sprawdzić dane pogodowe dla Waszego regionu.

TRZY SPOSOBY, BY SPRAWDZIĆ ZDJĘCIE

1	2	3
Wyszukiwanie wsteczne obrazem	**Portale informacyjne**	**Archiwa pogody**
Np. Google Lens, TinEye: wykrywa „recykling” zdjęć.	Agencje prasowe, duże serwisy, uznane media lokalne.	IMGW i globalne serwisy: dane historyczne są publiczne.

3 **Wyjaśnij uczniom i uczennicom, że nie muszą przy każdym poście wykorzystywać wszystkich tych narzędzi i rekomendacji na raz.**

Często wystarczy użyć tylko jednej z nich – na przykład szybkiego wyszukiwania obrazem – aby w kilkanaście sekund przejrzeć intencje autora i odkryć prawdę.

Podsumuj, że w dzisiejszym cyfrowym świecie umiejętność sprawdzenia informacji jest tak samo ważna, jak umiejętność czytania i pisania, a poznane przed chwilą kroki to ich osobista tarcza ochronna przed internetowymi oszustwami.

CZĘŚĆ IV

Praktyka

OK. 15 MINUT

1 Poinformuj uczniów i uczennice, że nadszedł czas na sprawdzenie ich nowych umiejętności w praktyce.

2 Następnie rozdaj każdemu zespołowi po jednym egzemplarzu karty pracy (Załącznik 2) i wyjaśnij, że ich zadaniem będzie przeprowadzenie profesjonalnego „audytu" internetowego posta.

POWIEDZ

„Wyobraźcie sobie, że Wasz zespół to niezależna redakcja fact-checkingowa, która otrzymała do zweryfikowania bardzo popularny w sieci post o rzekomej anomalii pogodowej w Warszawie. Wokół tej sprawy zebrano 8 różnych tropów. Waszym zadaniem jest przeprowadzenie chłodnego audytu tych informacji.

Przeczytajcie uważnie każdy trop i zdecydujcie, czy stanowi on stuprocentowo wiarygodny dowód, który pozwala bezdyskusyjnie obalić wersję autora (wtedy wpisujecie TAK), czy jest to jedynie poboczna ciekawostka lub szum internetowy (wtedy wpisujecie NIE). Przy każdym punkcie zapiszcie krótkie uzasadnienie swojego werdyktu. Pamiętajcie, że jako profesjonalni fact-checkerzy szukacie faktów, a nie opinii czy emocji."

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

Jeśli masz mniej czasu, nie musisz omawiać wszystkich 8 punktów. Możesz polecić całej klasie przeanalizowanie tylko 4 kluczowych tropów albo podzielić materiał między grupy (np. Zespoły 1–2 wykonują punkty 1–4, a Zespoły 3–4 punkty 5–8). Pozwoli to sprawnie zebrać wnioski na forum bez konieczności drukowania osobnych załączników.

3 **Daj grupom kilka minut na uzupełnienie kart pracy.**

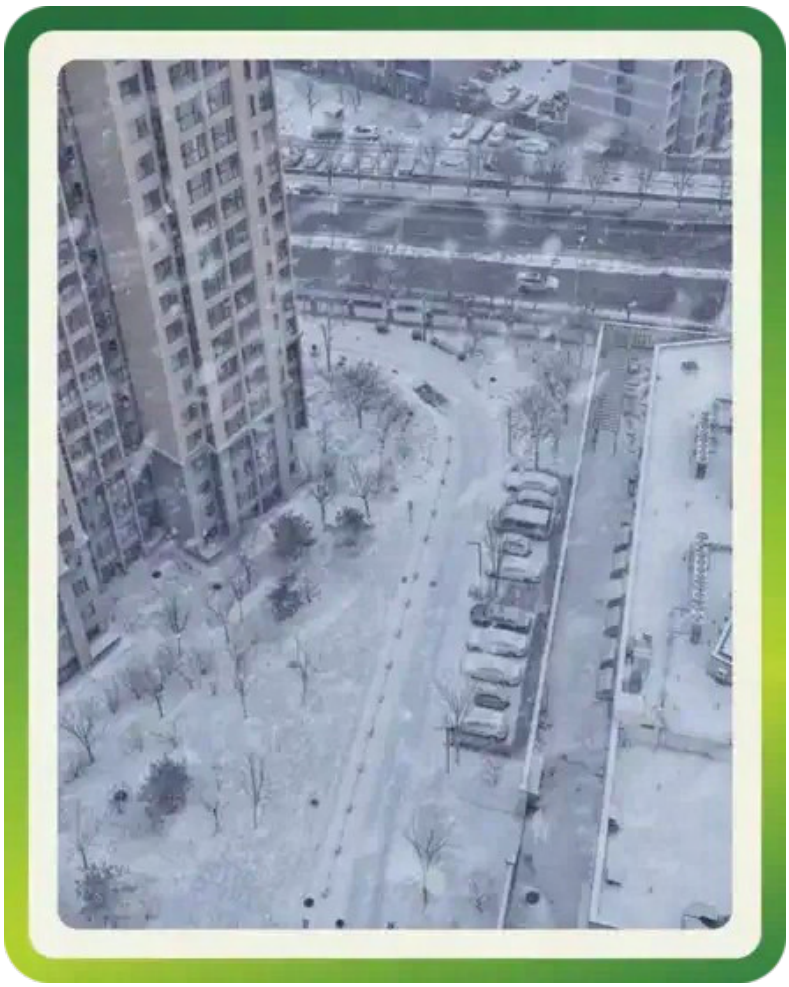
Po upływie wyznaczonego czasu przejdź do wspólnego omawiania zebranych dowodów. Odczytuj po kolei każdy trop i proś przedstawicieli różnych zespołów o podanie ich werdyktu wraz z uzasadnieniem. Na bieżąco konfrontuj ze sobą ich pomysły, a gdy pojawią się wątpliwości, czy dany trop rzeczywiście jest wiarygodny – wykorzystaj ten moment, by pokazać klasie, jak łatwo dać się zwieść pozorom.

4 **Na koniec podziękuj uczniom i uczennicom za świetną pracę i zaangażowanie.** Następnie przypomnij im, że w świecie internetu, gdzie codziennie trafiamy na setki zmanipulowanych wiadomości, łatwo dać się zwieść sensacyjnym doniesieniom – dlatego zanim uwierzymy w informacje kwestionujące globalne ocieplenie, zawsze powinniśmy najpierw powiedzieć głośne „sprawdzam".

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

Co przedstawia ta fotografia?

Instrukcja: Przyjrzyjcie się uważnie zdjęciu. Zwróćcie uwagę na wszystkie szczegóły, a następnie odpowiedzcie na znajdujące się pod nim pytania. Pamiętajcie, aby opierać się wyłącznie na faktach i na tym, co naprawdę widzicie w kadrze.



Na zdjęciu zrobionym z dużej wysokości widać miejskie osiedle podczas intensywnych opadów śniegu. Kadr obejmuje wysokie budynki, ośnieżone skwery z bezlistnymi drzewami oraz parking, na którym zaparkowane samochody przykrywa gruba warstwa śniegu. Widoczna w tle ulica również jest zaśnieżona.

Pytania do zdjęcia

Jakie warunki pogodowe i jaka pora roku panowały w momencie robienia tego zdjęcia? Po jakich szczegółach w kadrze to poznaliście?

W jakiej części świata i w jakim otoczeniu najprawdopodobniej powstała ta fotografia? Na jakie detale zwróciliście uwagę?

Czy to zdjęcie zrobiono niedawno, czy w odległej przeszłości? Jaki konkretny szczegół pozwala to ocenić?

Czy w kadrze dostrzegacie jakieś inne dodatkowe ślady, które mogłyby wnieść coś nowego do Waszego śledztwa?

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Czy ten post jest prawdziwy?

Instrukcja:
Przeczytajcie uważnie poniższy wpis z mediów społecznościowych ilustrowany zdjęciem. Następnie przeanalizujcie 10 tropów zebranych wokół tej sprawy. Pod każdym z nich napiszcie, czy jest to wiarygodny argument pozwalający obalić wersję autora i krótko uzasadnijcie swoją decyzję.



Zdjęcie przedstawia wąską, brukowaną uliczkę, która jest oprószona śniegiem. Po obu stronach wznoszą się kamienice i ceglane budynki. Na pierwszym planie zaparkowany jest ciemny samochód dostawczy, którego maskę i przednią szybę pokrywa gruba warstwa śniegu.

TROP 1.

Komentarz anonimowego użytkownika @Marek_Warszawa pod postem:

„Ludzie, nie wierzcie mu! Mieszkam trzy ulice dalej, wyglądam teraz przez okno, świeci słońce i jest ciepło, ten gość wszystko zmyślił!”

Czy to wiarygodny argument obalający post?

☐ TAK ☐ NIE

Uzasadnienie:

TROP 2.

Oficjalny raport meteorologiczny stacji pomiarowej IMGW Warszawa-Okęcie z dnia 15 maja 2026 roku: temperatura minimalna +11°C, temperatura maksymalna +18°C, brak opadów atmosferycznych przez całą dobę.

Czy to wiarygodny argument obalający post?

☐ TAK ☐ NIE

Uzasadnienie:

TROP 3.

Wynik z bazy danych wyszukiwania wstecznego obrazem (np. TinEye):

Identyczny plik graficzny został znaleziony na zagranicznym portalu informacyjnym w artykule z lutego 2013 roku pod tytułem „Zima dopadła Moskwę”.

Czy to wiarygodny argument obalający post?

☐ TAK ☐ NIE

Uzasadnienie:

TROP 4.

Wiadomość z ogólnopolskiego portalu pogodowego z 15 maja 2026 r.:

„Niesamowita anomalia na południu Polski. W wysokich partiach Tatr oraz w Zakopanem spadło 5 centymetrów świeżego śniegu. Turyści są zaskoczeni mrozem w górach."

Czy to wiarygodny argument obalający post?

☐ TAK ☐ NIE

Uzasadnienie:

TROP 5.

Wpis popularnego polityka na innej platformie, który udostępnił ten post i dodał komentarz:

„Zobaczcie, co dzieje się w Warszawie! Pogoda oszalała, a media milczą! Podajcie dalej, niech ludzie poznają prawdę!"

Wpis ma już 20 tysięcy podań dalej.

Czy to wiarygodny argument obalający post?

☐ TAK ☐ NIE

Uzasadnienie:

TROP 6.

Komentarz innego użytkownika pod postem:

„Potwierdzam! U mnie na drugim końcu miasta też przed chwilą sypało, aż mi zasypało balkon! Skandal, co oni robią z tą pogodą!”

Czy to wiarygodny argument obalający post?

☐ TAK ☐ NIE

Uzasadnienie:

TROP 7.

Przegląd głównych warszawskich serwisów informacyjnych i portali miejskich z dnia 15 maja 2026 r.: brak jakichkolwiek doniesień o śnieżycy, mrozach czy wypadkach z powodu gołoledzi. Jedyne artykuły dotyczą otwarcia sezonu na bulwarach wiślanych.

Czy to wiarygodny argument obalający post?

☐ TAK ☐ NIE

Uzasadnienie:

TROP 8.

Analiza historii profilu @Klimat_Bez_Cenzury:

Po przejrzeniu starszych wpisów okazuje się, że dokładnie to samo zdjęcie z identycznym podpisem autor opublikował na swoim profilu rok temu (15 maja 2025 r.) oraz dwa lata temu.

Czy to wiarygodny argument obalający post?

☐ TAK ☐ NIE

Uzasadnienie:

Wskazówki dla nauczyciela

NIE ROZDAWAĆ UCZNIOM

TROP 1. NIE

Anonimowy komentarz w mediach społecznościowych nie jest twardym dowodem. Nawet jeśli użytkownik podaje się za mieszkańca Warszawy, nie mamy żadnej możliwości zweryfikowania jego tożsamości, intencji ani tego, czy w tym momencie nie trolluje. Warto uświadomić uczniom, że weryfikowanie kłamstwa za pomocą słów innej, zupełnie anonimowej osoby to błąd.

TROP 2. TAK

Oficjalne dane państwowego instytutu badawczego (IMGW) są w pełni wiarygodne, oparte na precyzyjnych pomiarach stacji meteorologicznych. Skoro oficjalny raport podaje temperaturę powyżej +11°C i brak jakichkolwiek opadów, to gęsty śnieg i mróz na osiedlu są fizycznie niemożliwe.

TROP 3. TAK

To bezdyskusyjny dowód na tzw. „recykling zdjęć" (manipulację kontekstem). Narzędzie TinEye udowadnia, że fotografia nie została zrobiona „dzisiaj z okna w Warszawie", ale pochodzi z zupełnie innego kraju i sprzed trzynastu lat.

TROP 4. NIE

Informacja o anomalii w Tatrach może być prawdziwa, ale nie ma żadnego związku logicznego z pogodą w Warszawie. To klasyczny zabieg dezinformacyjny (odwrócenie uwagi). Autor próbuje sugerować – „skoro w górach sypie, to znaczy, że post o Warszawie też musi być prawdą".

TROP 5. NIE

Wysokie zasięgi (20 tysięcy podań dalej) ani autorytet osoby publicznej (polityka, celebryty) nie sprawiają, że informacja staje się prawdziwa. Osoby publiczne bardzo często dają się nabrać na fake newsy i powielają je bez sprawdzenia. To zresztą świetny moment, by przypomnieć uczniom zasadę – „liczba lajków i udostępnień nie jest miarą prawdy".

TROP 6. NIE

Podobnie jak w przypadku Tropu 1 – to kolejny głos anonimowego internauty. W sieci często działa mechanizm społecznego dowodu słuszności (wierzymy w to, w co wierzy większość) lub konta typu boty, które celowo potwierdzają kłamstwa w komentarzach, aby uwiarygodnić fejk.

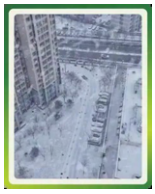
TROP 7. TAK

Nagła, potężna śnieżyca i paraliż stolicy w połowie maja byłyby natychmiast tematem numer jeden we wszystkich wiadomościach i portalach społecznościowych. Całkowita cisza w mediach i artykuły o relaksie na bulwarach jednoznacznie obalają wersję autora.

TROP 8. TAK

Sprawdzenie historii profilu to jedna z podstawowych metod fact-checkingu. Jeśli autor regularnie wrzuca to samo zdjęcie z tym samym podpisem, oznacza to, że mamy do czynienia z celową, cykliczną manipulacją mającą na celu wywołanie zamieszania i nabijanie zasięgów.

Źródła zdjęć

Str.	Zdjęcie	Opis	Źródło
12		Zdjęcie ośnieżonej ulicy widzianej z góry (kolaż z lekcji).	https://www.pexels.com/photo/snowy-urban-landscape-in-beijing-city-35212936/
14		Zdjęcie ośnieżonej uliczki w poście konta Klimat_Bez_Cenzury.	https://www.pexels.com/photo/snowy-street-in-historic-lubeck-germany-36037062/

8.

Śnieg w maju i ucięte osie,

czyli jak za pomocą jednego wykresu wymazać globalne ocieplenie?

OBSZAR
dezinformacja klimatyczna

GRUPA DOCELOWA
szkoła ponadpodstawowa

CZAS TRWANIA
45 minut

Wstęp

W debacie o globalnym ociepleniu współczesna dezinformacja rzadko opiera się już na całkowitym zmyślaniu faktów.

Jej twórcy doskonale wiedzą, że znacznie skuteczniejszą strategią jest po prostu wykorzystanie naszych naturalnych, ludzkich słabości. Z tego właśnie powodu, aby uśpić naszą czujność, często zastawiają na nas podwójną pułapkę. Z jednej strony bazują na naszych codziennych obserwacjach, przekonując, że to, co widzimy za oknem tu i teraz – chłodny poranek czy gwałtowna ulewa – to po prostu zwykły, naturalny cykl pogody („przecież zawsze tak było"). Z drugiej – grają na naszym bezkrytycznym zaufaniu do profesjonalnie prezentowanych danych, a zwłaszcza do ich wizualnej reprezentacji, która na pierwszy rzut oka wydaje się wręcz niepodważalna.

Pogoda to nie klimat

Pierwsza z tych strategii opiera się na bardzo powszechnym błędzie – **myleniu pogody z klimatem**. Kiedy w środku wiosny niespodziewanie sypnie śniegiem lub wakacje okażą się wyjątkowo chłodne, w sieci natychmiast pojawia się wysyp komentarzy kwestionujących doniesienia o globalnym ociepleniu.

W ten sposób twórcy i twórczynie dezinformacji wykorzystują fakt, że pojedyncze, łatwe do zaobserwowania wydarzenia wydają się bardziej przekonujące niż wieloletnie dane opisujące zmiany klimatu. W efekcie krótkotrwałe zjawisko pogodowe zostaje błędnie przedstawione jako dowód podważający wieloletnie tendencje.

Liczby też mogą wprowadzać w błąd

Druga z tych strategii polega natomiast na wizualnej manipulacji danymi za pomocą odpowiednio skonstruowanych wykresów. Od najmłodszych lat jesteśmy przecież uczeni, że „liczby nie kłamią!". W konsekwencji dość rzadko kwestionujemy to, co zostało nam przedstawione w formie profesjonalnie wyglądających wizualizacji danych.

Tymczasem wykres to niezwykle plastyczne narzędzie. Wystarczy drastycznie rozciągnąć jedną z osi lub umieścić na skali tylko kilka wybranych miesięcy, aby autentyczne pomiary opowiedziały w gruncie rzeczy fałszywą historię.

Skutecznym sposobem na tego rodzaju manipulacje jest wyposażenie młodych ludzi w umiejętności pozwalające samodzielnie oceniać wiarygodność informacji. Głównym celem zajęć nie jest bowiem podawanie gotowych odpowiedzi, lecz nauka krytycznej analizy

wykresów, interpretacji danych i odróżniania pogody od klimatu. Rozwijanie tych kompetencji buduje naturalną odporność na dezinformację i pozwala zachować dystans wobec codziennych przekazów medialnych – nie tylko w kontekście zmian klimatycznych, ale w wielu innych dziedzinach życia.

UWAGA METODYCZNA

Zmiany klimatu to dziś silnie polaryzujący temat, który może budzić w klasie spore emocje. Aby uniknąć sporów, warto od początku przenieść środek ciężkości z osobistych przekonań na konkretne umiejętności.

Skupienie się na mechanizmach manipulacji i analizie źródeł pozwala stworzyć w gruncie rzeczy bezpieczną przestrzeń do dyskusji. Zamiast kwestionować opinie młodzieży, dajemy im po prostu narzędzia do ich samodzielnej weryfikacji.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- definiują i rozróżniają pojęcia pogody (zjawiska krótkotrwałego, lokalnego) oraz klimatu (obrazu pogody obejmującego jakiś konkretny obszar i opisującego wiele lat),
- rozpoznają mechanizmy manipulacji wizualnej, rozumiejąc, jak zmiana skali w wykresie na osi Y oraz zawężenie ram czasowych na osi X mogą zakłamać odbiór prawdziwych danych,
- potrafią zidentyfikować błędy logiczne w przekazach medialnych kwestionujących zmiany klimatyczne na podstawie pojedynczych anomalii pogodowych,
- znają i potrafią odwołać się do wiarygodnych źródeł (takich jak m.in. instytut badawczy NASA GISS albo Copernicus Interactive Climate Atlas) w celu rzetelnej weryfikacji doniesień klimatycznych.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie	**Refleksja**	**Teoria**	**Praktyka**
10 min	10 min	10 min	15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 **Przywitaj klasę i powiedz uczniom i uczennicom, że dzisiejsze zajęcia rozpoczną się od krótkiego zadania analitycznego.**

Podziel klasę na 5–6 małych zespołów.

Rozdaj każdej grupie po jednym egzemplarzu karty pracy (Załącznik 1), na której znajdują się wykresy obrazujące popularność dwóch różnych gier komputerowych, które w momencie swojej premiery były prawdziwym hitem wśród m graczy.

2 Sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Macie przed sobą opisy dwóch różnych wykresów ilustrujących liczbę aktywnych graczy w dwóch popularnych grach sieciowych. Waszym zadaniem jest uważne przyjrzenie się tym danym i ocenienie, co aktualnie dzieje się z tymi tytułami. Na podstawie tego, co podpowiadają Wam te grafiki, wymyślcie następnie i zapiszcie na kartach krótki, ‘gorący’ komentarz lub chwytliwy podpis, który moglibyście opublikować w mediach społecznościowych pod każdym z tych wykresów, a który Waszym zdaniem najlepiej opisałby obecną sytuację każdej z tych gier.”

3 **Daj grupom kilka minut na swobodną dyskusję i zanotowanie odpowiedzi.**

Na tym etapie powstrzymaj się jeszcze od jakichkolwiek sugestii – nie proś osób uczestniczących w zajęciach o szukanie manipulacji czy dokładne sprawdzanie wartości na osiach.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 Poproś reprezentantów poszczególnych zespołów o podzielenie się najważniejszymi wnioskami z analizy wykresów i odczytanie stworzonych przez nich chwytliwych podpisów lub komentarzy.

Zapisuj najciekawsze z nich na tablicy. Prawdopodobnie usłyszysz dramatyczne hasła w stylu – „Wielki krach!”, „Upadek hitu!” czy „Gracze masowo uciekają z serwerów!”.

2 Gdy wszystkie grupy zaprezentują swoje pomysły, powiedz, że ich interpretacja jest całkowicie zrozumiała – patrząc na tak gwałtownie opadające linie, łatwo odnieść wrażenie, że obie gry przeżywają poważny kryzys.

Zaznacz jednak, że te dwie pozornie niewinne grafiki stanowią wręcz podręcznikowy przykład tego, jak łatwo można nami manipulować za pomocą tego rodzaju komunikacji wizualnej i samego sposobu prezentacji danych.

3 Następnie zaproś uczniów i uczennice do wspólnej rozmowy na temat wykresów, prosząc ich o to, aby zwrócili szczególną uwagę na to, w jaki sposób zostały one skonstruowane.

4 Zacznij analizować pierwszy wykres, w tym celu zadając klasie serię pytań pomocniczych:

- Dlaczego dane na wykresie zostały zawężone wyłącznie do pierwszej połowy września? Co takiego wydarza się w życiu młodych graczy w tym konkretnym czasie, co w naturalny sposób tłumaczy nagły spadek aktywności przed komputerem? (Odpowiedź: rozpoczęcie roku szkolnego).
- Jak Waszym zdaniem mógłby wyglądać ten sam wykres, gdybyśmy zamiast kilkunastu dni pokazali na nim dane z całych dwunastu miesięcy?

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

Aby dobrze zobrazować tę różnicę, możesz narysować na tablicy hipotetyczną, roczną krzywą (lub poprosić o to wybraną osobę z sali) – na takim wykresie spadek z września będzie wyglądał jak zwykłe, sezonowe wahanie, a nie całkowity upadek gry.

- Jak zmienia się nasze myślenie o popularności tej gry, kiedy widzimy ten całościowy obraz?

5 Następnie przejdź do drugiego wykresu:

- O czym tak naprawdę mówią nam te dane, jeśli przyjrzymy się liczbom, a nie samej, stromej linii?
- Z jakiego powodu oś pionowa (Y) zaczyna się od wartości 98,5 tysięcy, a nie na przykład od zera? Co stałoby się z tą dramatycznie opadającą linią, gdybyśmy narysowali skalę właśnie od zera?
- Jak zmienia się nasze myślenie o popularności tej gry, kiedy widzimy ten całościowy obraz?

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

Aby zobrazować tę różnicę, możesz samodzielnie narysować na tablicy wykres, na którym oś Y zaczyna się od zera, lub poprosić o to wybraną osobę z sali – w ten sposób udowodnicie, że utrata 1,5 tysiąca ze 100 tysięcy graczy to w gruncie rzeczy 1,5% spadku, a na skali zaczynającej się od zera cała krzywa staje się niemal idealnie płaska i stabilna.

6 Na koniec wyjaśnij klasie, że oba wykresy w rzeczywistości mogły świadczyć o ogromnym sukcesie i stabilności tych tytułów (szczególnie wykres drugi, pokazujący utrzymanie 98,5% graczy przez cały rok). Alarmujący obraz spadku popularności został wykreowany w gruncie rzeczy za pomocą umiejętnej manipulacji osiami.

Zwróć uwagę uczniów i uczennic na to, że jako odbiorcy daliśmy się złapać w pułapkę, ponieważ często skupiamy się na kształcie linii lub wysokości słupków, rzadko analizując drobne liczby zapisane na samych brzegach.

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 Zwróć uwagę klasy na to, że mechanizmy, które przed chwilą wspólnie zdemaskowali, mają znacznie szersze i poważniejsze zastosowanie niż tylko kreowanie *clickbait*'ów (sensacyjnych nagłówków, których głównym zadaniem jest nakłonienie odbiorców do kliknięcia w link) w świecie internetu.

Powiedz uczniom i uczennicom, że te same proste sztuczki wizualne, na które tak łatwo daliśmy się złapać przy ocenianiu popularności gier, są dzisiaj na masową skalę wykorzystywane do podważania jednego z najważniejszych wyzwań naszych czasów – globalnego ocieplenia.

2 **Wyjaśnij, że jednym z najczęstszych narzędzi dezinformacji klimatycznej jest właśnie wybiórcze traktowanie informacji.** Polega ono na celowym wybieraniu tylko wygodnych danych, wąskich przedziałów czasowych lub jednostkowych, lokalnych zdarzeń (jak np. chłodniejszy lipiec w Polsce), które idealnie pasują do z góry założonej tezy, i prezentowaniu ich jako ostatecznego świadectwa na brak jakichkolwiek zmian klimatycznych.

3 Następnie przejdź do omówienia dwóch najważniejszych pułapek, w które najczęściej wpadamy jako odbiorcy tego typu treści w internecie.

4 Pierwszą najczęstszą pułapką jest **mylenie pogody z klimatem.**
Zapytaj uczniów i uczennice o to, czy znają różnicę pomiędzy tymi dwoma pojęciami.

Zbierz pojawiające się odpowiedzi, a następnie wyjaśnij tę różnicę w prosty, obrazowy sposób. Pogoda to chwilowy, lokalny stan atmosfery – to, czy dzisiaj rano musieliśmy założyć kurtkę, bo padał deszcz. Zmienia się ona z dnia na dzień, a nawet z godziny na godzinę. Klimat z kolei wyliczany jest na podstawie danych z wielu lat.

Zaznacz, że kiedy w maju niespodziewanie spadnie śnieg albo lipiec okaże się wyjątkowo chłodny, w mediach społecznościowych natychmiast pojawiają się wpisy w stylu – „Gdzie to całe globalne ocieplenie, skoro dzisiaj znowu wyciągam zimowy płaszcz?".

Wytłumacz jednak, że to klasyczny błąd logiczny. Autorzy takich komentarzy biorą jedno, krótkotrwałe zdarzenie za dowód nieistnienia długofalowego trendu, próbując obalić w ten sposób potężny, mierzony przez naukowców na całym świecie proces.

POGODA

Tu i teraz

- Stan atmosfery w danym dniu lub tygodniu,
- Śnieg w maju, chłodne wakacje,
- Jeden przypadek nie świadczy o trendzie.

KLIMAT

Średnia z wielu lat

- Dane z całego świata zbierane przez dekady,
- Trend widać dopiero w długim okresie,
- To on mówi, czy Ziemia się ociepla.

5 Drugą pułapką jest natomiast **wizualna manipulacja danymi**. Odwołaj się w tym miejscu bezpośrednio do ćwiczenia z początku lekcji.

Omów z klasą, w jaki sposób twórcy dezinformacji wykorzystują wykresy, aby zakłamać rzeczywiste pomiary temperatur. Wskaż dwie najpopularniejsze techniki:

Wybieranie konkretnego odcinka czasu (manipulacji na osi X)

– wyjaśnij, że zjawisko to polega na starannym wycięciu z ogromnego zbioru danych tylko tego wąskiego fragmentu, który idealnie pasuje do fałszywej tezy. Jeśli autor internetowego wpisu chce udowodnić, że temperatura na Ziemi nie rośnie, po prostu znajduje na historycznym wykresie np. cztery lata, w których średnia temperatura naturalnie odrobinę spadła.

Następnie ucina inne lata i publikuje ten wyizolowany fragment jako rzekomy dowód na ochłodzenie klimatu. Wytłumacz, że to dokładnie ta sama sztuczka, co odcięcie reszty roku i pokazanie wyłącznie „masowej ucieczki graczy" z pierwszych dni września.

Manipulacja skalą (manipulacja na osi Y)

– powiedz, że aby ukryć przed odbiorcami niebezpieczny w gruncie rzeczy dla Ziemi wzrost średniej temperatury (np. o 1,5°C), twórcy dezinformacji sztucznie rozciągają chociażby podziałkę na osi pionowej.

Jeśli obejmie ona bardzo szeroki zakres (na przykład od -50°C do +100°C), to realny i bardzo groźny wzrost o półtora stopnia zostanie wizualnie całkowicie spłaszczony.

Wyjaśnij, że to druga strona tej samej monety i odwrócenie sztuczki z początkowego zadania dotyczącego gier – tam ciasne wykadrowanie osi Y miało sztucznie wyolbrzymić minimalny spadek liczby graczy, a tutaj jej celowe rozciągnięcie ma za zadanie całkowicie ukryć przed naszym wzrokiem realne zmiany.

Skądinąd technika ta również jest wykorzystywana przez twórców i twórczynie dezinformacji klimatycznej. Kiedy manipulator chce dowieść rzekomego „globalnego ochłodzenia", wyszukuje moment, w którym średnia temperatura na świecie – na przykład pod wpływem naturalnych zjawisk oceanicznych – spadła o drobne 0,1°C.

Następnie kadruje oś pionową wokół tej jednej wartości, przez co to mikroskopijne, całkowicie normalne wahanie zamienia się na wykresie w pionową przepaść, która ma za zadanie przyciągnąć uwagę odbiorców i rzekomo udowodnić spadek temperatur na planecie.

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

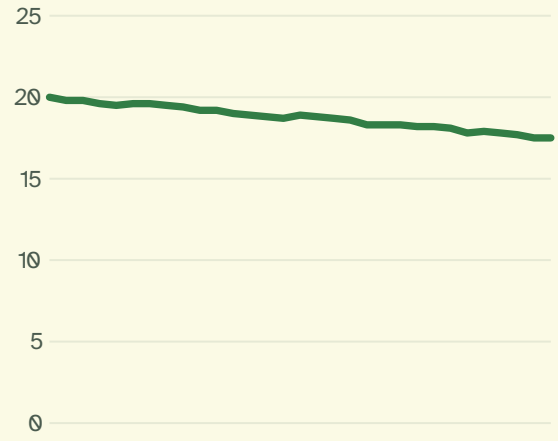
Podkreśl uczniom, że samo kadrowanie danych, „przybliżanie" wykresu czy brak zera na osi Y nie są automatycznie manipulacją – często są wręcz konieczne (np. gdybyśmy wykres gorączki u człowieka rysowali od 0°C, to skok z 36,6°C na 40°C byłby niezauważalny).

O dezinformacji na osi X lub Y mówimy wtedy, gdy zmiana skali czy ucięcie danych są intencjonalne i służą ukryciu prawdy lub narzuceniu fałszywych wniosków.

Jeśli czujesz się na siłach, podczas opowiadania o poszczególnych manipulacjach możesz na bieżąco rysować uproszczone przykłady tych wykresów na tablicy. Pokazanie w obrazowy sposób, jak ta sama linia temperatur spłaszcza się przy rozciągnięciu osi Y, a jak drastycznie załamuje się przy wycięciu krótkiego przedziału czasu na osi X, pomoże uczniom i uczennicom jeszcze lepiej zrozumieć te mechanizmy.

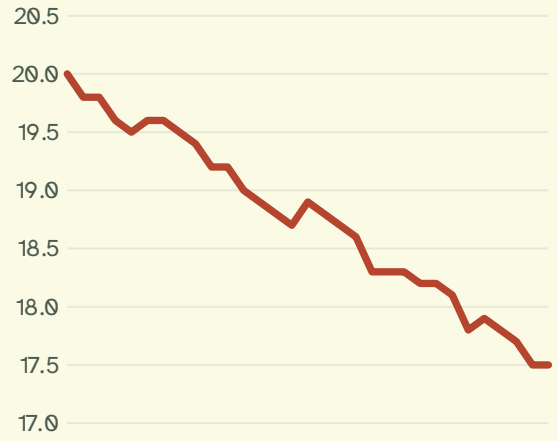
JEDNE DANE, DWIE SKALE (DANE PRZYKŁADOWE)

Oś od 0 do 25°C



Dni lipca od 1 do 31. Spadek o 2,5°C wygląda jak łagodne wahanie.

Oś od 17 do 20,5°C



Dni lipca od 1 do 31. Ten sam spadek wygląda jak przepaść.

6 **Podsumuj** tę część zajęć i powiedz uczniom i uczennicom, że w zderzeniu z sensacyjnymi informacjami, które pojawiają się na temat globalnego ocieplenia w sieci, naszą najlepszą tarczą ochronną jest analityczna uważność. Zanim pozwolimy wykresowi wpłynąć na nasze poglądy, zawsze powinniśmy sprawdzić, od jakich wartości zaczynają się jego osie.

Aby zweryfikować krążące w sieci doniesienia, warto zawsze odwoływać się do wiarygodnych, naukowych źródeł – jako świetny przykład podaj Copernicus Interactive

Climate Atlas albo instytut badawczy NASA GISS (Goddard Institute for Space Studies), który publicznie udostępnia rzetelne i uczciwie wyskalowane historyczne pomiary zmian temperatury na naszej planecie.

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

Jeśli pozwoli Ci na to czas, wejdź razem z uczniami i uczennicami na strony internetowe tych projektów i pokaż, jakie informacje można na nich znaleźć.

CZĘŚĆ IV

Praktyka

OK. 15 MINUT

1 **Rozdaj każdej grupie nową kartę pracy (Załącznik 2).**
Powiedz, że oto nadszedł czas, żeby sprawdzić, jak omówione przed chwilą mechanizmy działają na co dzień w cyfrowej rzeczywistości.

2 Sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Wyobraźcie sobie, że podczas wieczornego przeglądania mediów społecznościowych natrafiacie na wpis, który zdobywa właśnie ogromną popularność i jest masowo udostępniany przez innych użytkowników. Autor posta poddaje w wątpliwość kwestię globalnego ocieplenia, dołączając do wpisu własny wykres i zdjęcie. Waszym zadaniem jest wcielenie się w świadomych i krytycznych odbiorców mediów. Przeanalizujcie ten komunikat krok po kroku i wypiszcie na kartach co najmniej trzy manipulacje, które zastosował jego autor, opierając się na wiedzy wyniesionej z dzisiejszej lekcji.”

3 **Daj grupom kilka minut na wspólną dyskusję i uzupełnienie kart pracy.**
W trakcie ich działań przejdź się między ławkami, delikatnie naprowadzając te zespoły, które Twoim zdaniem mogą mieć problem z analizą danych.

4 **Po upływie wyznaczonego czasu poproś reprezentantów wybranych grup o podzielenie się swoimi przemyśleniami.**
Omówcie kolejno wybór zdjęcia ilustrującego post oraz informacje zawarte na osi X i osi Y. Doceń dociekliwość zespołów i pochwal ich za czujność.

5 **Na koniec podziękuj klasie za zaangażowanie i podsumuj całe zajęcia.**

POWIEDZ

„Zdemaskowaliście dzisiaj sztuczki, na które każdego dnia nabierają się miliony dorosłych internautów. Niezależnie od tego, czy sprawdzamy w sieci statystyki gier wideo, czy czytamy wpisy o rzekomym ochłodzeniu klimatu – pamiętajcie, że wykresy skonstruowane w odpowiedni sposób mogą być potężnymi narzędziami manipulacji. Dlatego zanim pozwolicie, by jakakolwiek sensacyjna grafika wpłynęła na wasze emocje i poglądy – uważnie przeanalizujcie znajdujące się na niej dane."

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

Co mówią nam te wykresy?

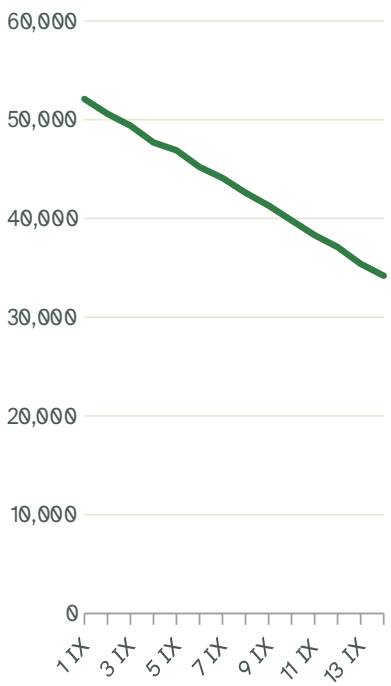
Instrukcja: Poniżej znajdują się dwa wykresy pokazujące liczbę aktywnych graczy popularnych gier sieciowych. Przeanalizujcie je uważnie, a następnie sformułujcie krótki, „gorący” komentarz lub chwytliwy podpis, który mógłby zostać opublikowany w mediach społecznościowych pod każdym z nich.

WYKRES 1.

Gra „Galaxy Defenders”. Co widać na grafice?

Linia na wykresie wyraźnie opada w dół. Oś pozioma (X) obejmuje wyłącznie pierwsze dwa tygodnie września (od 1 do 14 września). Oś pionowa (Y) pokazuje liczbę zalogowanych osób i obrazuje jej zauważalny, systematyczny spadek z dnia na dzień.

Gra „Galaxy Defenders” · liczba zalogowanych osób



Dane przykładowe.

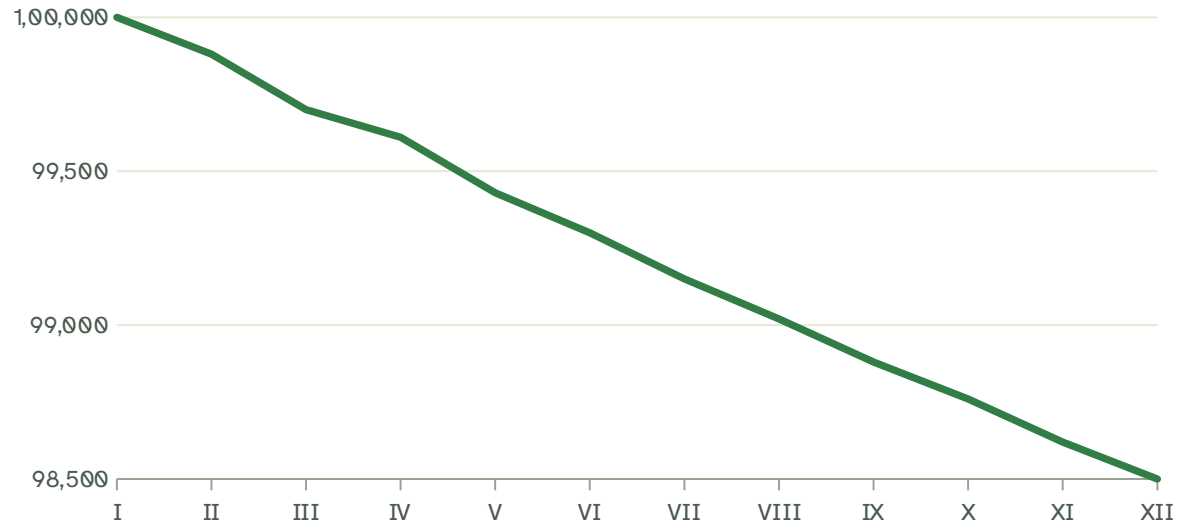
Jak mógłby brzmieć chwytliwy podpis?

WYKRES 2.

Gra „Medieval Quest”. Co widać na grafice?

Linia na wykresie wyraźnie kieruje się dół. Oś pozioma (X) obejmuje ostatnie 12 miesięcy (cały rok). Oś pionowa (Y) zaczyna się na samym dole od wartości 98 500 graczy, a kończy na samej górze na wartości 100 000 graczy. Linia na wykresie opada z najwyższego punktu na tej skali do najniższego.

Gra „Medieval Quest” · liczba graczy



Dane przykładowe.

Jak mógłby brzmieć chwytliwy podpis?

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Czy ten wpis mówi prawdę?

Instrukcja: Wyobraźcie sobie, że podczas zwykłego przeglądania mediów społecznościowych natrafiacie na poniższy post. Przeczytajcie uważnie jego treść oraz opisy dołączonych do niego materiałów. Waszym zadaniem jest zdemaskowanie zastosowanych w nim trików. Wypiszcie co najmniej trzy manipulacje, po które sięgnął autor wpisu, a następnie krótko wyjaśnijcie wykorzystany w nich mechanizm.



Fotografia zrobiona podczas spaceru. Przedstawia rozświetlony witrynami, mokry chodnik. Widać na nim przechodniów ubranych w grube, jesienne płaszcze lub kurtki, w tym dwoje z rozłożonym parasolem.



Na dole wykresu znajduje się podpis „Średnia dzienna temperatura w lipcu". Linia na wykresie wyraźnie schodzi w dół. Oś pozioma (X) obejmuje 31 dni lipca.

Z danych wynika, że temperatura spadała od 20°C na początku miesiąca, do 17,5°C pod koniec miesiąca. Oś pionowa (Y) zaczyna się od wartości 17°C, a kończy na 20,5°C.

Przykład 1.

Co udało się wykryć?

Dlaczego to błąd?

Przykład 2.

Co udało się wykryć?

Dlaczego to błąd?

Przykład 3.

Co udało się wykryć?

Dlaczego to błąd?

Wskazówki dla nauczyciela

NIE ROZDAWAJ UCZNIOM

Przykład 1.

Co udało się wykryć?

Autor wykorzystuje zdjęcie ludzi w jesiennych płaszczach w lipcu oraz fakt, że dany dzień był zimny, jako ostateczny argument przeciwko globalnemu ociepleniu.

Dlaczego to błąd?

To klasyczny dowód anegdotyczny oparty na myleniu pogody z klimatem. Jeden chłodniejszy dzień czy tydzień w danym regionie (pogoda) nie zmienia faktu, że w skali globalnej temperatura planety mierzona przez dekady (klimat) systematycznie rośnie.

Przykład 2.

Co udało się wykryć?

Wykres przedstawia dane wyłącznie z 31 dni jednego konkretnego miesiąca (lipca).

Dlaczego to błąd?

Mamy tu do czynienia z wybieraniem dogodnych danych. Zmiany klimatyczne analizuje się w kontekście wieloletnim. Ucięcie wykresu do jednego miesiąca pozwala autorowi ukryć przed oczami odbiorców szerszy kontekst i długofalowy trend wzrostowy.

Przykład 3.

Co udało się wykryć?

Linia na wykresie opada wyraźne w dół, mimo że różnica temperatur wynosi zaledwie 2,5°C (spadek z 20°C na 17,5°C). Oś pionowa została celowo wykadrowana tak, by zaczynała się od 17°C, a kończyła na 20,5°C.

Dlaczego to błąd?

Ponieważ oś pionowa obejmuje zakres 3,5 stopnia, letnie wahanie pogody wygląda na ekranie jak załamanie klimatyczne. Ma to wywołać u odbiorcy wrażenie, że temperatury gwałtownie spadły.

Źródła zdjęć

Str.	Zdjęcie	Opis	Źródło
14		Zdjęcie mokrej ulicy z przechodniami w poście konta Ciekawy_Obserwator.	https://unsplash.com/photos/people-walk-on-wet-street-with-reflections-at-night-noNE9SLxU5c

OBSZAR TEMATYCZNY III Z IV

III Dezinformacja społeczna

Scenariusze lekcji w tym obszarze

09 **Farmy trolli**
czyli kto czerpie korzyści z dzielenia społeczeństwa?
SZKOŁA PODSTAWOWA (KL. 7 I 8) · 45 MINUT · STR. 144

10 **Apokalipsa na klawiaturze**
czyli jak media zamieniają złożone wyzwania społeczne w „szturmy”, „potopy” i „inwazje”?
SZKOŁA PONADPODSTAWOWA · 45 MINUT · STR. 160

11 **Paszport w nagłówku**
czyli jak jedno słowo może zmienić naszą ocenę faktów?
SZKOŁA PONADPODSTAWOWA · 45 MINUT · STR. 176

12 **Od samorozwoju do radykalizacji**
czyli jak algorytmy w mediach społecznościowych mogą zarządzać naszym gniewem?
SZKOŁA PONADPODSTAWOWA · 45 MINUT · STR. 192

9.

Farmy trolli,

czyli kto czerpie korzyści z dzielenia społeczeństwa?

OBSZAR	GRUPA DOCELOWA	CZAS TRWANIA
dezinformacja społeczna	**szkoła podstawowa (kl. 7 i 8)**	**45 minut**

Wstęp

Młodzi ludzie spędzają ogromną część swojego czasu w mediach społecznościowych, gdzie nie tylko oglądają treści wideo, ale równie często angażują się w czytanie **sekcji komentarzy**.

Dla nastolatków, którzy w jakimś stopniu dopiero kształtują swój światopogląd, komentarze pod postami na TikToku, Instagramie czy YouTubie mogą stać się nawet swoistym barometrem nastrojów społecznych. Gdy w sieci pojawia się temat dotyczący kwestii wrażliwych – takich jak równość, prawa kobiet, mniejszości narodowe lub wsparcie dla różnych grup słabszych czy wykluczonych – sekcje komentarzy potrafią błyskawicznie zamienić się w pole niezwykle agresywnej bitwy.

Czytając te wpisy, młody odbiorca – choć nie tylko młody odbiorca – niekiedy może odnieść przytłaczające wrażenie, że świat jest pełen nienawiści, a skrajne, wykluczające poglądy są normą.

Sztuczny tłum

W rzeczywistości taka fala komentarzy z reguły nie ma wiele wspólnego ze spontanicznym głosem internautów. Zdarza się, że stoi za nią *astroturfing* – czyli sztuczne pozorowanie oddolnego ruchu w ramach z góry zaplanowanej akcji. Całość bywa napędzana przez farmy trolli oraz boty, które celowo podsycają polaryzację, starając się rozbić dyskusję i wpłynąć na zmianę postaw (od spraw społecznych po kłótnie o markę smartfona).

Masowe publikowanie podobnych do siebie opinii tworzy iluzję, że dany pogląd jest popierany przez większość. Nastolatek, widząc taki „tłum", podświadomie może uznać, że „wszyscy tak myślą" – co niekiedy prowadzi do przejęcia tych postaw albo wycofania się z rozmowy ze strachu przed atakiem.

Kto na tym zarabia?

Motywacje stojące za działaniem farm trolli są niezwykle zróżnicowane. Często mają podłoże czysto finansowe – algorytmy platform społecznościowych nagradzają zaangażowanie, a nic nie generuje go tak szybko i skutecznie jak kłótnia i oburzenie. Portal, na którym trwa zażarta walka w komentarzach, zarabia więcej na wyświetlanych reklamach. Zjawisko to ma jednak również znacznie ciemniejszą, geopolityczną stronę.

Zorganizowane sieci fałszywych kont są dziś jednym z głównych narzędzi dezinformacji. Ich strategicznym celem jest celowe polaryzowanie społeczeństwa, uderzanie w grupy

mniejszościowe i wywoływanie wewnętrznych konfliktów, co w dłuższej perspektywie prowadzi do osłabienia zaufania obywateli do własnego państwa i siebie nawzajem. Dla młodego człowieka ciągła ekspozycja na taki wykreowany, sztuczny konflikt może być tym bardziej obciążająca psychicznie.

UWAGA METODYCZNA

Podczas prowadzenia tej lekcji niezwykle ważne jest, aby zachować neutralność światopoglądową. Nie oceniamy wprost poglądów politycznych wyrażanych w komentarzach ani nie narzucamy uczniom, po której stronie sporu powinni stanąć.

Zamiast tego, wchodzimy z klasą w rolę osób analizujących działania platform medialnych i skupiamy się wyłącznie na mechanice funkcjonowania kont.

Celem zajęć jest pokazanie młodzieży, że ich największą wygraną z farmą trolli nie jest pokonanie hejterów w dyskusji (czego w gruncie rzeczy nie da się zrobić), ale umiejętność zdemaskowania manipulacji i ochrony własnych emocji.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- definiują pojęcia takie jak farma trolli, bot internetowy oraz astroturfing i potrafią wskazać ich rolę w zjawisku dezinformacji,
- samodzielnie identyfikują cechy fałszywych profili w mediach społecznościowych (np. podejrzana nazwa konta, nienaturalna aktywność, powtarzalność komunikatów),
- dostrzegają ukryte motywacje stojące za działaniem zorganizowanych sieci kont i rozumieją, w jaki sposób sztucznie wywoływane emocje służą polaryzacji społeczeństwa,
- zachowują świadomy, refleksyjny dystans wobec przekazów internetowych (np. agresywnych komentarzy), dbając o odporność emocjonalną i powstrzymują się od angażowania w sztucznie wykreowane spory.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie	**Refleksja**	**Teoria**	**Praktyka**
10 min	10 min	10 min	15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 **Przywitaj klasę i wprowadź uczniów i uczennice w temat zajęć.** Wyjaśnij, że wspólnie przeanalizujecie, w jaki sposób w internecie fabrykuje się sztuczne zainteresowanie wokół wybranych tematów, często celowo wywołując iluzję głębokich podziałów.

2 **Następnie podziel klasę na 5–6 małych zespołów.** Rozdaj każdej grupie kartę pracy przedstawiającą wydruk sekcji komentarzy (Załącznik 1).

MOŻESZ POWIEDZIEĆ

„Macie przed sobą wydruk z sekcji komentarzy pod artykułem z lokalnego portalu. Tekst informuje o tym, że urząd miasta ufundował nowy program wsparcia dla kobiet powracających na rynek pracy. Przeczytajcie uważnie tę dyskusję.
Na pierwszy rzut oka widać w niej ogromne oburzenie. Waszym zadaniem jest jednak oderwanie się od samej treści wpisów i przyjrzenie się wyłącznie ich autorom. Zaznaczcie na karcie te konta, które wydają się Wam autentycznymi mieszkańcami, oraz te, które budzą Wasze podejrzenia.”

3 **Daj grupom 3–4 minuty na swobodną rozmowę w zespołach i zaznaczenie profili na kartach.**

Pamiętaj o tym, że na tym etapie grupy nie analizują jeszcze dokładnych, technicznych dowodów na fałszywość kont – na wspólne wyjaśnianie tych mechanizmów przyjdzie czas w kolejnej części warsztatów.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 **Poproś reprezentantów poszczególnych zespołów o podzielenie się swoimi wynikami.**

Zapytaj, które profile od razu wzbudziły ich zaufanie, a które od początku wydawały się fałszywe. Możesz również krótko zapisać te typowania na tablicy.

2 **Następnie zaproś całą klasę do dyskusji o zebranych dowodach.**

Zapytaj uczniów i uczennice: „Po czym dokładnie poznaliście, że dane konto jest

podejrzane? Co łączyło te profile?”. Pomóż klasie nazwać te konkretne detale, takie jak losowe cyfry w nazwie użytkownika, wrzucanie podejrzanych linków czy powtarzanie identycznego tekstu na zasadzie „kopiuj-wklej”.

3 **W kolejnym kroku skieruj uwagę uczniów i uczennic na emocje, jakie towarzyszą nam podczas czytania takich wpisów.**

Zadaj pytanie: „Gdybyście szybko przeglądali treści i nie wiedzieli, jak rozpoznać fałszywe profile, to jakie wrażenie odnieślibyście po przeczytaniu tych komentarzy? Co pomyślelibyście o mieszkańcach Waszego miasta?”. Naprowadź młodzież na wniosek, że naturalną reakcją byłoby poczucie, że wszyscy dookoła są pełni nienawiści i wściekli na nowy program urzędu.

4 **Na koniec pomóż uczniom i uczennicom wyciągnąć główny wniosek z tego ćwiczenia.**

Wyjaśnij, że to przytłaczające wrażenie wcale nie odzwierciedla rzeczywistych opinii ludzi.

Podkreśl, że dokładnie taki jest cel osób, które tworzą te konta – chcą wywołać sztuczną iluzję, że całe społeczeństwo jest ze sobą głęboko skłócone.

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 **Podsumuj ćwiczenie, nawiązując do spostrzeżeń uczniów i uczennic.**

POWIEDZ

„Doskonale poradziliście sobie z tym zadaniem. Detale, które przed momentem podpowiedziała Wam intuicja, to w rzeczywistości celowe triki. W świecie cyfrowym mają one nawet swoje specjalne nazwy.”

2 Następnie wprowadź trzy kluczowe pojęcia, odwołując się do postaci z karty pracy (jeśli chcesz, możesz zapisać je na tablicy):

Bot internetowy

– skieruj uwagę uczniów i uczennic na konta @User8477291047 i @User847729108. Wyjaśnij, że to klasyczne boty, czyli zautomatyzowane konta sterowane przez programy komputerowe. Ich zadaniem jest masowe powielanie tego samego wpisu w ułamku sekundy.

Farma trolli

– odwołaj się do konta @Zwykly_Obywatel_99. Wyjaśnij, że trolle to prawdziwi ludzie, którzy jednak piszą polaryzujące komentarze „za pieniądze". Ich celem jest celowe prowokowanie kłótni i sianie zamętu.

Astroturfing

– wyjaśnij, że to zaplanowana z góry strategia udawania oddolnej, spontanicznej inicjatywy, w której często wykorzystuje się boty i farmy trolli. W pewnym sensie przypomina wyreżyserowany „happening" lub akcję społeczną – chodzi o wykreowanie wrażenia, że za danym pomysłem, poglądem, wydarzeniem czy marką stoi szerokie poparcie zwykłych ludzi.

3 **Zdemaskuj przed klasą prawdziwe motywacje stojące za tym mechanizmem.** Wyjaśnij, że za zorganizowaną internetową nienawiścią rzadko stoją szczere emocje, a znacznie częściej – twarde kalkulacje oparte na dwóch celach:

Cel finansowy

– algorytmy platform społecznościowych promują zaangażowanie, a nic nie przyciąga uwagi tak szybko jak kłótnia i oburzenie. Im większa awantura w komentarzach, tym dłużej prawdziwi użytkownicy zostają na stronie, a portal zarabia więcej pieniędzy na wyświetlanych reklamach.

Cel geopolityczny

– to znacznie ciemniejsza strona dezinformacji. Zorganizowane sieci fałszywych kont są wykorzystywane do celowego polaryzowania społeczeństwa, uderzania w różne grupy i wywoływania wewnętrznych konfliktów. Skłócony, pełen lęku i nieufny wobec siebie naród staje się po prostu słabszy.

4 Podsumuj tę część, dając uczniom i uczennicom gotową wskazówkę:

POWIEDZ

„Pamiętajcie, że weryfikując wpisy w sieci, trzeba zwracać uwagę na wiele różnych szczegółów. Sygnały takie jak dziwna nazwa, brak zdjęcia, powtarzanie komentarzy metodą „kopiuj-wklej„ czy podejrzane linki to tylko przykłady – cech, które mogą zdradzić manipulatora, jest na profilach znacznie więcej."

Wyjaśnij, że największą wygraną z farmą trolli i botami nigdy nie jest pokonanie ich w dyskusji – bo programu komputerowego ani opłaconego trolla nie da się przekonać argumentami. Prawdziwym zwycięstwem jest przejrzenie manipulacji, rozpoznaje prowokacji i ochrona własnej równowagi emocjonalnej.

5 Na koniec zadaj klasie otwarte pytanie, które pozwoli im odnieść tę wiedzę do własnych codziennych doświadczeń:

POWIEDZ

„Czy zdarzyło się Wam ostatnio spotkać z takimi działaniami podczas przeglądania internetu, na przykład w komentarzach na TikToku, Instagramie czy YouTubie? Czy widzieliście dyskusje, które wyglądały na sztucznie nakręcane?"

Pozwól chętnym uczniom i uczennicom na krótkie podzielenie się swoimi obserwacjami z sieci.

CZĘŚĆ IV

Praktyka

OK. 15 MINUT

1 Rozdaj każdej grupie karty pracy z nowym zadaniem (Załącznik 2) i zaproś klasę do kolejnego etapu zajęć.

2 Sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Przejdźmy do umiejętności samodzielnej weryfikacji. Macie przed sobą opisy zachowań trzech różnych użytkowników w mediach społecznościowych. Waszym zadaniem jest uważne przeanalizowanie tych danych i wydanie werdyktu. Ustalcie wspólnie, który profil należy do prawdziwego człowieka, który to automatyczny bot, a który to opłacony troll. Pamiętajcie, aby zapisać swoje wnioski na karcie i krótko uzasadnić wybór konkretnymi przykładami z opisu."

3 Daj grupom około 5–6 minut na przeanalizowanie profili i zapisanie wniosków na kartach, a następnie poproś przedstawicieli poszczególnych zespołów o zaprezentowanie swoich ustaleń na forum klasy. Poprowadź krótką rozmowę o tym, jakie cechy uznali za kluczowe w swoim śledztwie. Pomóż im uporządkować wnioski za pomocą poniższego klucza:

Profil 1 to prawdziwy człowiek

Główny dowód to różnorodność i prywatny charakter wpisów (mówi o grach, muzyce, a jego komentarz o biletach, choć emocjonalny, odnosi się do konkretnej, lokalnej sprawy). Prawdziwi ludzie mają swoje pasje i piszą własnymi słowami.

Profil 2 to bot

Kluczowy detal to masowość i powtarzalność. Żaden człowiek nie pisze setek komentarzy z rzędu w kilkanaście sekund na zupełnie różne tematy. Używanie metody „kopiuj-wklej" to wyraźny znak automatyzacji.

Profil 3 to troll

Zdradza go idealna, wręcz sztuczna poprawność, całkowity brak tematów prywatnych oraz celowe, monotonne uderzanie w konkretną grupę. Dowodem jest może być również ciągłe reklamowanie dziwnego linku zewnętrznego (www.fakty-bez-cenzury.xyz).

4 **Podziękuj uczniom i uczennicom za udział w zadaniu i świetną pracę.**

Na koniec przypomnij im, że w starciu ze zmanipulowanymi sekcjami komentarzy nie wygrywa ten, kto napisze lepszą ripostę, ale ten, kto zachowa czujność, zidentyfikuje internetowe prowokacje i skutecznie ochroni własne emocje.

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

Kto pisze te komentarze?

Instrukcja: Przeczytajcie krótką informację z lokalnego portalu oraz sekcję komentarzy pod nią. Waszym zadaniem jest ocena autentyczności autorów poszczególnych wpisów – na chwilę oderwijcie się od samej treści komentarzy i przyjrzyjcie się profilom.

Otoczcie kółkiem nazwy kont, które Waszym zdaniem należą do prawdziwych mieszkańców miasta, a przekreślcie te, które budzą Wasze techniczne podejrzenia.

Pod każdym wpisem krótko uzasadnijcie swój wybór.

Artykuł na lokalnym portalu informacyjnym

Urząd Miasta rusza z programem „Nowy Start". Darmowe szkolenia zawodowe dla kobiet wracających na rynek pracy po urlopie macierzyńskim.

Sekcja komentarzy pod artykułem

@Anna_Kowalska_Fotografia: Super inicjatywa! Sama wiem, jak trudno po dłuższej przerwie wrócić do branży i zdobyć nowe zlecenia. Gdzie można złożyć wniosek?

Oceń autentyczność autora – dlaczego tak uważasz?

@User8477291047: Skandal!! Pieniądze podatników wyrzucane w błoto! Znowu faworyzowanie jednej grupy!! Hańba!!

Oceń autentyczność autora – dlaczego tak uważasz?

@User8477291048: Skandal!! Pieniądze podatników wyrzucane w błoto! Znowu faworyzowanie jednej grupy!! Hańba!!

Oceń autentyczność autora – dlaczego tak uważasz?

@Tomek_Z_Warsztatu: Zgadzam się z przedmówcami. Moim zdaniem budżet miasta powinien najpierw załatać dziury w drogach na osiedlu, a szkolenia robić z funduszy unijnych, ale dobrze, że coś się dzieje

Oceń autentyczność autora – dlaczego tak uważasz?

@Zwykly_Obywatel_99: Dlaczego znowu faworyzuje się tylko jedną grupę? Inni muszą płacić za takie kursy z własnej kieszeni, a tutaj wszystko rozdają za darmo! Kto za to zapłaci?! Obudźcie się!

Oceń autentyczność autora – dlaczego tak uważasz?

@Ewa_B_88: [Link: www.prawdziwe-info-z-miasta.xyz] Zobaczcie, jak urzędnicy kradną nasze pieniądze! Cała prawda o tym programie! Kliknij tutaj!

Oceń autentyczność autora – dlaczego tak uważasz?

@Marek736291: Tylko idiota w to uwierzy. Rozkradną wszystko w miesiąc!

Oceń autentyczność autora – dlaczego tak uważasz?

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Cyfrowe śledztwo, czyli kto jest kim?

Instrukcja: Przyjrzyjcie się działaniom trzech profili w mediach społecznościowych. Zdecydujcie, kto jest prawdziwym człowiekiem, kto automatycznym botem, a kto opłaconym trollem, i krótko wyjaśnij, co dokładnie w ich zachowaniu Cię na to naprowadziło.

PROFIL 1

Nazwa konta: Zwykly_Obywatel (@User938472910̷4)

Styl wpisów i zachowanie: W ciągu zaledwie jednego popołudnia opublikował kilkaset komentarzy pod artykułami z całej Polski. Niezależnie od tego, czy tekst dotyczy sportu, remontu dróg czy praw kobiet, jego wpis zawsze brzmi dokładnie tak samo: „Skandal i wstyd! Kolejne kłamstwa urzędników, czas z tym skończyć, udostępniajcie zanim usuną!!!". Identyczna wypowiedź pojawia się pod różnymi postami co kilka sekund, przez całą dobę.

Kim jest i dlaczego tak uważasz?

PROFIL 2

Nazwa konta: Michał Nowicki (@MichalNowak_92)

Styl wpisów i zachowanie: Publikuje bardzo różnorodne treści. Napisał krótki komentarz pod filmem o grach komputerowych („Ktoś gra w to na PS5?"), udostępnił teledysk ulubionego zespołu z dopiskiem „mój ulubiony kawałek", a pod lokalnym artykułem o cenach biletów miesięcznych zostawił dłuższą, pełną emocji wypowiedź, w której krytykuje decyzje urzędników.

Kim jest i dlaczego tak uważasz?

PROFIL 3

Nazwa konta: Niezależna Prawda (@Niezalezna_Prawda_Oficjalnie)

Styl wpisów i zachowanie: Wszystkie wypowiedzi na tym profilu są pisane bardzo poprawną polszczyzną, przypominają gotowe, oficjalne artykuły i zawsze uderzają w konkretną grupę społeczną, próbując wywołać kłótnię. Konto nigdy nie pisze o muzyce, sporcie czy prywatnych sprawach. Co drugi komentarz kończy się tym samym dopiskiem: „Wejdź na stronę www.fakty-bez-cenzury.xyz i zobacz ukrywaną prawdę".

Kim jest i dlaczego tak uważasz?

Wskazówki dla nauczyciela

NIE ROZDAWAJ UCZNIOM

Przy omawianiu wyników warto zwrócić uwagę uczniów i uczennic na to, że w sekcji komentarzy dominują wpisy z podejrzanych kont. Gdyby przejrzeć tę dyskusję pobieżnie, można by odnieść mylne wrażenie, że większość mieszkańców miasta jest wściekła i zdecydowanie sprzeciwia się inicjatywie urzędu – dokładnie tak w praktyce działa mechanizm *astroturfingu*.

@Anna_Kowalska_Fotografia – PRAWDZIWA MIESZKANKA

Nazwa konta brzmi naturalnie i wskazuje na konkretny zawód oraz lokalny kontekst. Wypowiedź jest merytoryczna, odnosi się bezpośrednio do tematu artykułu (powrót na rynek pracy) oraz własnych doświadczeń autorki, a na końcu zawiera konkretne pytanie dotyczące składania wniosków.

@User8477291047 – PODEJRZANE KONTO / BOT INTERNETOWY

Konto zdradza typowa, automatycznie wygenerowana nazwa składająca się ze słowa „User" (użytkownik) oraz długiego ciągu losowych cyfr. Komentarz opiera się na skrajnych emocjach (wielokrotne wykrzykniki) i ogólnych hasłach („pieniądze podatników", „hańba"), bez odniesienia do szczegółów lokalnego programu.

@User8477291048 – PODEJRZANE KONTO / BOT INTERNETOWY

Kolejny numer w nazwie użytkownika (co więcej – konto z końcówką 1048 wypowiada się tuż po „Userze" z końcówką 1047) i treść skopiowana jest słowo w słowo metodą „kopiuj-wklej" mogą być dowodem na działanie zautomatyzowanej sieci botów. Prawdziwi, zainteresowani mieszkańcy raczej nie publikują w tym samym czasie identycznych komentarzy z bliźniaczych kont.

@Tomek_Z_Warsztatu – PRAWDZIWY MIESZKANIEC

W gruncie rzeczy realistyczny pseudonim oraz wyważony, zniuansowany ton wypowiedzi. Choć użytkownik krytykuje sposób wydawania miejskich pieniędzy, robi to konstruktywnie – odnosi się do konkretnych, lokalnych problemów (dziury w drogach na osiedlu), proponuje

alternatywne źródło finansowania (fundusze unijne) i dostrzega też pozytywną stronę inicjatywy („ale dobrze, że coś się dzieje"). Warto zwrócić uwagę uczniom, że krytyczna opinia w internecie nie oznacza od razu trollingu.

@Zwykly_Obywatel_99 – PODEJRZANE KONTO / TROLL

Bardzo ogólna, populistyczna nazwa profilu („Zwykły Obywatel" z dopisanymi cyframi) oraz język nastawiony na wywołanie złości i skłócenie mieszkańców („faworyzuje się tylko jedną grupę", „kto za to zapłaci?!", „obudźcie się!"). Celem wpisu nie jest rozmowa o programie urzędu, lecz celowe prowokowanie kłótni i polaryzacja dyskusji.

@Ewa_B_88 – PODEJRZANE KONTO / BOT INTERNETOWY LUB TROLL

Głównym sygnałem ostrzegawczym jest umieszczenie na samym początku wpisu podejrzanego linku zewnętrznego z nietypową końcówką domeny (.xyz) oraz sensacyjnych haseł zachęcających do kliknięcia („Cała prawda o tym programie! Kliknij tutaj!"). Może to być zarówno bot internetowy automatycznie rozsyłający odnośniki, jak i troll przekierowujący ruch na strony z dezinformacją.

@Marek736291 – PODEJRZANE KONTO / BOT INTERNETOWY LUB TROLL, choć może to być też prawdziwy użytkownik!

Imię połączone z przypadkowym ciągiem cyfr oraz krótki, agresywny komentarz („Tylko idiota w to uwierzy") to schemat charakterystyczny dla fałszywych kont nastawionych na podgrzewanie emocji w sieci. Z drugiej strony – w internecie nie brakuje prawdziwych użytkowników, którzy pod wpływem chwili piszą impulsywne, nieuprzejme komentarze. Warto wykorzystać ten przykład w rozmowie z klasą i pokazać, że na podstawie jednego krótkiego wpisu nie zawsze da się wydać stuprocentowo pewny werdykt.

10.

Apokalipsa na klawiaturze,

czyli jak media zamieniają złożone wyzwania społeczne w „szturmy”, „potopy” i „inwazje”?

OBSZAR
dezinformacja społeczna

GRUPA DOCELOWA
szkoła ponadpodstawowa

CZAS TRWANIA
45 minut

Wstęp

Nagłówki newsowe, miniatury filmów oraz sekcje komentarzy na platformach takich jak TikTok, Instagram, YouTube czy X (dawny Twitter) często stanowią dziś dla uczniów i uczennic szkół ponadpodstawowych główne, a niekiedy wręcz jedyne źródło wiedzy o bieżących wydarzeniach.

Kiedy w przestrzeni publicznej pojawia się temat migracji lub uchodźstwa – będących w rzeczywistości złożonymi zjawiskami, które można rozpatrywać z wielu różnych perspektyw (m.in. pod kątem społeczno-gospodarczym, prawnym i logistycznym) – zdarza się, że język medialny ulega gwałtownemu zaostrzeniu. Zamiast rzetelnej analizy danych, rozmowy o procedurach administracyjnych czy systemowych rozwiązaniach, młodzi odbiorcy podczas scrollowania telefonu regularnie stykają się z przekazami nastawionymi na wywoływanie niepokoju.

Język żywiołów i wojny

W materiałach internetowych i komentarzach dotyczących tego tematu niezwykle często wykorzystuje się specyficzne metafory, które w prosty sposób kształtują emocje odbiorców. Najpopularniejszym narzędziem jest m.in. stosowanie porównań katastroficznych oraz militarnych. Zastąpienie neutralnych określeń, takich jak „ludzie”, „migranci” czy „osoby poszukujące schronienia”, słowami o potężnym ładunku emocjonalnym – takimi jak „fala”, „zalew”, „potop”, „szturm” czy „inwazja” – całkowicie zmienia sposób, w jaki interpretujemy te przekazy.

Zamiast logicznego analizowania faktów, w wyobraźni odbiorcy automatycznie uruchamia się poczucie zagrożenia. Tego typu sformułowania budzą podświadomy lęk przed niekontrolowaną, niszczycielską siłą i narzucają narrację o konieczności podjęcia natychmiastowej obrony.

Dlaczego to ważne?

Dla nastolatków ciągła ekspozycja na tak wyrazisty, nacechowany emocjonalnie język bywa sporym wyzwaniem. Taki przekaz może łatwo prowadzić do zniekształcenia obrazu rzeczywistości i sprawić, że młody człowiek po prostu zacznie czuć się niebezpiecznie we własnym otoczeniu. Kiedy codzienne, choć złożone zjawiska są opisywane za pomocą słów kojarzących się z katastrofą lub wojną, naturalną reakcją odbiorcy staje się lęk, niepewność, a nawet wycofanie i poczucie bezsilności.

UWAGA METODYCZNA

Przeprowadzenie tej lekcji wymaga od osoby prowadzącej zachowania sporej delikatności. Należy pamiętać o tym, że podczas wykonywania zadań i wspólnej dyskusji powinniśmy rozmawiać wyłącznie o języku i mechanizmach medialnych, a nie o uchodźstwie czy migracji samych w sobie.

Nie oceniamy decyzji politycznych, nie dyskutujemy o otwieraniu lub zamykaniu granic ani nie sugerujemy młodzieży, co ma myśleć.

Skupiamy się wyłącznie na tekście – na tym, jak konkretne słowa budują napięcie. Naszym nadrzędnym celem jest bowiem zwrócenie uwagi uczniów i uczennic na te językowe mechanizmy i nauczenie ich, jak sprawnie „odcedzać" czyste fakty od emocjonalnych nagłówków i komunikatów.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- rozpoznają mechanizmy językowe (m.in. metafory katastroficzne i militarne) stosowane w internetowych przekazach informacyjnych i komentarzach,
- dostrzegają różnicę między emocjonalnym i perswazyjnym przekazem tekstu a zawartymi w nim faktami,
- samodzielnie przekształcają nacechowane emocjonalnie i manipulacyjne komunikaty w neutralne notatki oparte na faktach,
- rozumieją cele stojące za stosowaniem języka niepokoju w mediach społecznościowych i potrafią zachować wobec nich krytyczny dystans.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie	**Refleksja**	**Teoria**	**Praktyka**
10 min	10 min	10 min	15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 **Przywitaj klasę i w kilku zdaniach przedstaw cel spotkania.** Powiedz, że dzisiejsza lekcja będzie szybkim treningiem krytycznego czytania, podczas którego przyjrzycie się mechanizmom tworzenia wiadomości i różnego rodzaju komunikatów w sieci.

Wyjaśnij, że sprawdzicie, jak za pomocą pojedynczych słów można całkowicie zmienić odbiór tych samych faktów i sztucznie wywołać niepokój wokół zwykłych, codziennych tematów.

2 **Podziel klasę na 5–6 małych zespołów.** Rozdaj każdej grupie komplet czterech pomieszanych pasków z nagłówkami z Załącznika 1.

WSKAZÓWKA ORGANIZACYJNA

W Załączniku 1 paski są już ułożone w losowej kolejności. Na kolejnej stronie załącznika znajdziesz klucz odpowiedzi – nagłówki ułożone od neutralnego do najbardziej emocjonalnego.

3 Sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Macie przed sobą cztery różne nagłówki z portali informacyjnych i mediów społecznościowych, które opisują dokładnie to samo, rzeczywiste wydarzenie. Waszym zadaniem jest przeczytanie tych zdań i ułożenie ich na ławce w kolejności – od informacji najbardziej chłodnej, rzeczowej i neutralnej, aż po tę, która najbardziej podbija emocje i budzi niepokój.”

4 Daj grupom 3–4 minuty na swobodną dyskusję w zespołach i ułożenie pasków.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 **Poproś przedstawicieli poszczególnych zespołów o wskazanie kolejności, jaką ustalili w swoich grupach.**
Zapisz na tablicy podane przez nich sekwencje i zwróć uwagę, czy we wszystkich grupach na samym dole (jako najbardziej stonowany i neutralny) i na samej górze (jako najbardziej alarmujący) wylądowały dokładnie te same paski.

Na koniec potwierdź, że prawidłowy ciąg (od komunikatu najchłodniejszego do wywołującego największe emocje) to:

TO SAMO WYDARZENIE, CZTERY TEMPERATURY JĘZYKA

I	Straż Graniczna **odnotowała próbę przekroczenia granicy** przez grupę 45 obcokrajowców bez ważnych dokumentów.	**rzeczowo**
II	**Kolejni migranci** na granicy. Służby miały **pełne ręce roboty**.	**pierwsze emocje**
III	**Nieustający napływ** migrantów! **Kolejna fala** dotarła do naszych granic.	**metafora żywiołu**
IV	**SZTURM** NA GRANICĘ! Czy czeka nas **totalny zalew**? Tłumy agresywnych **najeźdźców**!	**język wojny i lęku**

2 **Następnie zaproś klasę do krótkiej rozmowy na temat stworzonego rankingu komunikatów.** Aby pomóc uczniom i uczennicom samodzielnie dostrzec mechanizm działania tych tekstów, poprowadź dyskusję wokół następujących pytań:

- Przyjrzyjcie się paskom III i IV. Jakie konkretnie słowa sprawiły, że uznaliście je za najbardziej niepokojące i emocjonalne? Co te słowa podpowiadają Waszej wyobraźni?
- Jak zmienia się nasze nastawienie do opisywanej sytuacji, kiedy słowo „obcokrajowcy” zastępujemy słowami takimi jak „potop”, „fala” albo „szturm”?

3 Podsumowując dyskusję, pomóż uczniom i uczennicom sformułować najważniejszy wniosek:

POWIEDZ

„Używanie tego typu słów całkowicie zmienia perspektywę odbiorcy. Zamiast dostrzec złożone wyzwanie społeczne (które wymaga m.in. specjalnych procedur prawnych, logistyki czy systemowych rozwiązań), podświadomie zaczynamy postrzegać sytuację jako bezpośrednie zagrożenie. Słownictwo sugerujące katastrofę lub wojnę automatycznie budzi w nas lęk, zanim w ogóle zdążymy zrozumieć, co tak naprawdę się wydarzyło."

Zaznacz przy tym klasie, że dążenie do neutralnego języka nie oznacza, że sam temat nie może wywoływać poruszenia – skala zjawiska i jego ewentualne konsekwencje to przecież w pełni uprawniony powód do merytorycznej dyskusji.

Chodzi o kluczowe rozróżnienie między naturalną reakcją na rzetelną informację a emocją, którą ktoś celowo zaszył w tekście, by narzucić nam swój punkt widzenia.

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 **Rozpoczynając tę część zajęć, nawiąż bezpośrednio do efektów pracy poszczególnych grup i ułożonych na ławkach pasków.**

MOŻESZ POWIEDZIEĆ

„Doskonale poradziliście sobie z zadaniem i świetnie uszeregowaliście komunikaty. Różnice w odbiorze zdań, które zauważyliście, wynikają z konkretnych mechanizmów. Słowa, z którymi stykamy się w przestrzeni cyfrowej, często nie są neutralne – omówione przed chwilą zabiegi językowe służą sterowaniu naszymi emocjami."

2 Następnie wprowadź i szczegółowo wyjaśnij różnicę między dwoma podstawowymi sposobami wpływania na odbiorcę w tekstach i przekazach medialnych:

Perswazja

– wyjaśnij, że to w gruncie rzeczy gra w otwarte karty. To świadoma próba przekonania nas do określonych racji lub zmiany zdania, ale za pomocą jawnych, logicznych argumentów.

Spotykamy ją w uczciwych debatach publicznych, artykułach publicystycznych czy esejach. W przypadku perswazji intencja autora jest jasna – od początku wiemy, że ktoś próbuje nas do czegoś przekonać, i możemy z tymi argumentami podjąć dyskusję.

Manipulacja

– powiedz, że w przeciwieństwie do perswazji często działa „w ukryciu". Jej celem nie jest partnerska dyskusja na argumenty, lecz uśpienie naszego racjonalnego i krytycznego myślenia.

Niekiedy potrafi silnie oddziaływać na nasze emocje – wywołuje lęk czy poczucie zagrożenia, tak abyśmy nieświadomie przyjęli narzucony punkt widzenia jako własny, bez analizy faktów.

PERSWAZJA CZY MANIPULACJA?

PERSWAZJA	MANIPULACJA
Gra w otwarte karty	**Działa z ukrycia**
• Jawna próba przekonania, • Logiczne argumenty, • Uczciwe debaty, publicystyka, eseje.	• Usypia krytyczne myślenie, • Gra na emocjach, • Zamiast faktów – np. metafory żywiołu i wojny.

3 Następnie przejdź do omówienia kolejnego, niezwykle istotnego w tym kontekście pojęcia z obszaru krytycznej analizy mediów, jakim jest tzw. **ramowanie (ang. *framing*),** czyli proces świadomego projektowania perspektywy, z jakiej odbiorca ma patrzeć na dane zjawisko.

Wyjaśnij, że to mechanizm polegający na narzucaniu odbiorcy gotowych „ram słownych" czy „ram interpretacyjnych", przez które ma patrzeć na dane wydarzenie.

Autor komunikatu nie musi mijać się z prawdą – odpowiedni dobór metafor wystarczy, aby zaprogramować to, jak zinterpretujemy suche fakty.

Wskaż, że w przypadku tematów takich jak migracja, najczęściej mamy do czynienia z dwoma rodzajami takich ram – katastroficzną (odwołującą się do klęsk żywiołowych) oraz militarną (wojenną).

W kontekście tym ważny jest też dobór przymiotników oraz ich stopniowanie (np. napływ vs. niekontrolowany, masowy napływ). To właśnie świadome „podkręcanie" określeń potęguje emocje i sztucznie wyolbrzymia skalę zjawiska.

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

Omawiając zjawisko ramowania, warto wspomnieć uczniom i uczennicom, że narzucanie konkretnego punktu widzenia nie odbywa się dzisiaj wyłącznie za pomocą słów czy nagłówków. Ogromną rolę odgrywa tu komunikacja wizualna – choćby internetowe memy.

Stały się one potężnym narzędziem kształtowania opinii, często wykorzystywanym w debatach społecznych do tworzenia podziałów, obśmiewania rzekomych „przeciwników" lub budowania poczucia zagrożenia.

Humor sprawia, że łatwo wyłączamy nasz krytycyzm, traktując je jako niewinny żart. Możesz wykorzystać ten moment na krótką dyskusję – zapytaj klasę, co tak naprawdę ukrywa się pod płaszczykiem śmiechu i do czego twórcy i twórczynie memów próbują nas często przekonać.

4 **Aby przenieść teorię na grunt bezpośrednich doświadczeń uczniów i uczennic, zorganizuj krótką burzę mózgów.** Podziel tablicę na dwie wyraźne kolumny i zapisz nad nimi hasła: ŻYWIOŁ / KATASTROFA oraz WOJNA / MILITARIA. Zwróć się do klasy:

POWIEDZ

„Sami spędzacie w sieci mnóstwo czasu i doskonale znacie specyfikę internetowych komunikatów, miniatur na YouTubie czy sekcji komentarzy pod filmikami na TikToku i Instagramie. Gdybyśmy mieli wspólnie stworzyć podręczny słownik haseł, które najczęściej pojawiają się w krzykliwych przekazach medialnych w odniesieniu do tematu migracji czy uchodźstwa, jakie słowa dopisalibyście do tych dwóch kategorii na tablicy?"

5 **Daj młodzieży 2–3 minuty na swobodne podawanie haseł i na bieżąco zapisuj je w odpowiednich kolumnach.** Jeśli na początku klasa będzie potrzebowała impulsu,

możesz podpowiedzieć jedno lub dwa słowa z ćwiczenia z paskami. Podczas wspólnej dyskusji uczniowie i uczennice mogą wskazać następujące określenia:

Żywioł / Katastrofa	Wojna / Militaria
Np. fala, potop, zalew, napływ, rzeka ludzi, masowy napływ, zalewać osiedla	Np. szturm, inwazja, najeźdźcy, uderzenie, obrona, bastion, forsują zapory, walka o granice

6 **Podsumowując to ćwiczenie, zwróć uwagę klasy na stworzone zestawienie.**

MOŻESZ POWIEDZIEĆ

„Ta zapełniona tablica dobrze pokazuje, jakimi konkretnymi grupami słów często posługują się autorzy przekazów w sieci. Zamiast wielu różnych wyrazów widzimy po prostu stałe, powtarzalne schematy językowe. To ćwiczenie miało nam na celu uświadomić, że takie powracające skojarzenia tworzą właśnie ramy interpretacyjne, o których mówiliśmy przed chwilą – ramy, które w gruncie rzeczy nadają ton całemu newsowi i podpowiadają nam, jak powinniśmy go rozumieć".

CZĘŚĆ IV

Praktyka

OK. 15 MINUT

1 **Pozostawiając uczniów i uczennice w tych samych zespołach roboczych, rozdaj każdej grupie karty pracy (Załącznik 2).**

POWIEDZ

„Przed Wami najważniejsza część dzisiejszego treningu – samodzielne oczyszczanie tekstów z narzuconych ram. Wyobraźcie sobie, że pracujecie w agencji prasowej, która podaje wyłącznie sprawdzone fakty. Macie przed sobą trzy wpisy z internetu pełne krzykliwych i przesadzonych słów. Waszym zadaniem jest przepisanie tych tekstów w taki sposób, aby wyciąć z nich wszystkie zbędne emocje, porównania i oceny autora. Komunikat powinien składać się z czystej i rzeczowej informacji o tym, co się wydarzyło."

2 **Daj grupom około 6–7 minut na przeanalizowanie trzech tekstów i zapisanie swoich propozycji.** W czasie pracy poszczególnych grup pozostaw uczniom i uczennicom przestrzeń na samodzielną dyskusję, ale czuwaj nad procesem. Reaguj

i podpowiadaj, jeśli zauważysz, że któryś zespół ma trudności z oddzieleniem twardych danych od domysłów i potrzebuje naprowadzenia.

Po upływie wyznaczonego czasu poproś przedstawicieli zespołów o odczytanie na forum klasy „zneutralizowanych" wersji tekstów.

3 **Podsumuj pracę grup, dziękując uczniom za dociekliwość.** Przypomnij im na koniec, że umiejętność wyłapywania narzuconych ram interpretacyjnych to najlepszy nawyk, jaki mogą zabrać z tej lekcji i wykorzystywać podczas codziennego przeglądania internetu.

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTY DO WYCIĘCIA

Ułóż nagłówki

Instrukcja: Przeczytaj i ułóż paski z nagłówkami od najbardziej neutralnej aż po tę, która najmocniej budzi emocje i niepokój.

Nieustający napływ migrantów! Kolejna fala dotarła do naszych granic. Czy służby utrzymają kontrolę nad tym masowym napływem?

Wczoraj w godzinach wieczornych Straż Graniczna odnotowała próbę przekroczenia granicy państwowej przez grupę 45 obcokrajowców bez ważnych dokumentów. Trwają standardowe procedury identyfikacyjne.

SZTURM NA GRANICĘ! Czy czeka nas totalny zalew? Tłumy agresywnych najeźdźców forsują zapory! OBUDŹCIE SIĘ, ZALEWA NAS POTOP!

Kolejni migranci na granicy. Służby miały pełne ręce roboty z grupą kilkudziesięciu osób, które próbowały nielegalnie przedostać się do naszego kraju.

Klucz do kart

NIE ROZDAWAJ UCZNIOM

Paski na poprzedniej stronie są już wymieszane i pozbawione oznaczeń. Poniżej prawidłowa kolejność nagłówków – od neutralnego do najbardziej emocjonalnego:

Pasek I

Wczoraj w godzinach wieczornych Straż Graniczna odnotowała próbę przekroczenia granicy państwowej przez grupę 45 obcokrajowców bez ważnych dokumentów. Trwają standardowe procedury identyfikacyjne.

Pasek II

Kolejni migranci na granicy. Służby miały pełne ręce roboty z grupą kilkudziesięciu osób, które próbowały nielegalnie przedostać się do naszego kraju.

Pasek III

Nieustający napływ migrantów! Kolejna fala dotarła do naszych granic. Czy służby utrzymają kontrolę nad tym masowym napływem?

Pasek IV

SZTURM NA GRANICĘ! Czy czeka nas totalny zalew? Tłumy agresywnych najeźdźców forsują zapory! OBUDŹCIE SIĘ, ZALEWA NAS POTOP!

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Jak to zmienić?

Instrukcja: Wyobraźcie sobie, że pracujecie w agencji prasowej, która publikuje wyłącznie sprawdzone fakty. Przeczytajcie uważnie poniższe wpisy z sieci, pełne krzykliwych słów i przesadzonych metafor. Waszym zadaniem jest „oczyszczenie" tych tekstów ze zbędnych emocji, ocen autora i narzuconych ram. Przepiszcie każdy tekst w wyznaczonym miejscu tak, aby powstała neutralna i rzeczowa notatka informacyjna.

TEKST 1.

Nowa fala uchodźców zalewa rynek mieszkaniowy w naszym regionie. Przez ten nagły napływ chętnych ceny najmu szybują w górę, a lokalni mieszkańcy muszą toczyć prawdziwą walkę o wolne lokale. Czy czeka nas całkowity paraliż?

Neutralna wersja:

TEKST 2.

Dworzec przesiadkowy przeżywa obecnie prawdziwe oblężenie. Trwa nieustanny szturm uchodźców na pociągi relacji krajowej, a służby porządkowe z dużym trudem odpierają ten napór chętnych pasażerów.

Neutralna wersja:

TEKST 3.

Urząd Miasta został kompletnie zablokowany. Od rana ruszyła nawałnica wniosków od uchodźców starających się o rejestrację. Kolejki przed drzwiami ustawiły się już w nocy, a zdezorientowani urzędnicy dosłownie toną w papierach. Czy urzędowi grozi całkowite zawieszenie pracy?

Neutralna wersja:

Wskazówki dla nauczyciela

NIE ROZDAWAJ UCZNIOM

TEKST 1.

Nowa fala uchodźców zalewa rynek mieszkaniowy w naszym regionie. Przez ten nagły napływ chętnych ceny najmu szybują w górę, a lokalni mieszkańcy muszą toczyć prawdziwą walkę o wolne lokale. Czy czeka nas całkowity paraliż?

Co uczniowie powinni wyciąć?

Wyolbrzymienia, oceny i metafory: „fala", „zalewa", „nagły napływ", „szybują w górę" (potoczne określenie oceniające wzrost cen), „toczyć prawdziwą walkę", „całkowity paraliż".

Przykładowa wersja neutralna

Wzrost liczby uchodźców w regionie przełożył się na większe zainteresowanie wynajmem lokali. Towarzyszy temu wzrost cen stawek najmu na rynku nieruchomości oraz mniejsza dostępność wolnych mieszkań dla pozostałych poszukujących.

TEKST 2.

Dworzec przesiadkowy przeżywa obecnie prawdziwe oblężenie. Trwa nieustanny szturm uchodźców na pociągi relacji krajowej, a służby porządkowe z dużym trudem odpierają ten napór chętnych pasażerów.

Co uczniowie powinni wyciąć?

Wyolbrzymienia, oceny i metafory: „prawdziwe oblężenie", „nieustanny szturm", „z dużym trudem" (subiektywna ocena autora sugerująca słabość lub bezradność personelu), „odpierają", „napór".

Przykładowa wersja neutralna

Na dworcu przesiadkowym przebywa obecnie duża grupa uchodźców oczekujących na pociągi relacji krajowej. Sytuacja ta wpłynęła na organizację ruchu pasażerskiego oraz wymagała podjęcia dodatkowych działań koordynacyjnych ze strony służb porządkowych.

TEKST 3.

Urząd Miasta został kompletnie zablokowany. Od rana ruszyła nawałnica wniosków od uchodźców starających się o rejestrację. Kolejki przed drzwiami ustawiły się już w nocy, a zdezorientowani urzędnicy dosłownie toną w papierach. Czy urzędowi grozi całkowite zawieszenie pracy?

Co uczniowie powinni wyciąć?

Wyolbrzymienia, oceny i metafory: „kompletnie zablokowany”, „nawałnica wniosków”, „ustawiły się już w nocy” (brak oficjalnego potwierdzenia godzin), „zdezorientowani” (subiektywna ocena stanu pracowników), „dosłownie toną w dokumentach”, „całkowite zawieszenie obsługi”.

Przykładowa wersja neutralna

W Urzędzie Miasta odnotowano dużą liczbę wniosków o rejestrację składanych przez uchodźców. Spowodowało to wydłużenie czasu oczekiwania w kolejkach przed placówką oraz zwiększyło nakład pracy personelu odpowiedzialnego za przyjmowanie i weryfikację dokumentacji.

11.

Paszport w nagłówku,

czyli jak jedno słowo może zmienić naszą ocenę faktów?

OBSZAR
dezinformacja społeczna

GRUPA DOCELOWA
szkoła ponadpodstawowa

CZAS TRWANIA
45 minut

Wstęp

Internet i media społecznościowe mogą być dziś świetnym źródłem wiedzy o świecie. Niestety przestrzeń ta bardzo często staje się również miejscem skrajnych uproszczeń.

Młodzi ludzie, przeglądając na ekranach swoich telefonów codzienne portale informacyjne czy *feed*y (tablice) popularnych platform społecznościowych, każdego dnia stykają się z setkami doniesień o wypadkach drogowych, bójkach, kradzieżach czy lokalnych awanturach. W tym cyfrowym natłoku rzadko na chłodno weryfikują jednak nagłówki, treść samych tekstów czy sekcje komentarzy, reagując zazwyczaj pod wpływem pierwszego impulsu. **To idealne podłoże do manipulacji.**

Jednym z najbardziej powszechnych, a zarazem niebezpiecznych narzędzi dezinformacji i sterowania nastrojami społecznymi jest bowiem **selektywne, całkowicie nieuzasadnione eksponowanie narodowości** lub pochodzenia etnicznego osób w sytuacjach, gdy cecha ta nie ma żadnego merytorycznego związku z samym wydarzeniem.

Jedno słowo, inny odbiór

Kiedy w informacji o kradzieży w sklepie czy szarpaninie na przystanku autobusowym pojawia się wyrazisty dopisek „obywatel Ukrainy" lub „mężczyzna pochodzenia syryjskiego", w głowie odbiorcy natychmiast uruchamia się swego rodzaju skrót myślowy. Czysty fakt kryminalny zostaje natychmiast powiązany z konkretną grupą narodową.

Gdyby dokładnie ten sam czyn został popełniony przez rodowitego obywatela danego kraju, media i internauci użyliby najpewniej neutralnych określeń typu „32-latek", „kierowca samochodu osobowego" lub „mieszkaniec osiedla", traktując to jako indywidualny, odosobniony incydent – zachowanie konkretnej jednostki. Dodanie nazwy narodowości (etnonimu) działa zazwyczaj jak swego rodzaju **językowy zapalnik** – podświadomie przenosi odpowiedzialność z konkretnego człowieka na całą społeczność, z której się wywodzi.

Stereotypy i algorytmy

Mechanizm ten opiera się przede wszystkim na rozbudzaniu uśpionych stereotypów, których pożywką stają się pojedyncze przypadki, traktowane jako **dowód anegdotyczny**. Takie często marginalne wydarzenie losowe zostaje ubrane w alarmujący ton, aby odbiorca odniósł wrażenie, że stanowi ono część jakiegoś szerszego, groźnego trendu.

PASZPORT W NAGŁÓWKU

Algorytmy mediów społecznościowych, nastawione na maksymalizację zaangażowania, błyskawicznie podbijają zasięgi takich postów, ponieważ treści grające na lęku czy oburzeniu klikają się najlepiej, generując tysiące komentarzy i udostępnień.

JAK JEDNO SŁOWO ZAMIENIA SIĘ W UPRZEDZENIE

1	→	2	→	3	→	4
Dopisek o narodowości Cecha bez związku z samym wydarzeniem.		**Rozbudzanie stereotypów** Incydent zostaje powiązany z całą grupą.		**Dowód anegdotyczny** Jeden przypadek staje się „dowodem na szersze zjawisko".		**Algorytm podbija zasięgi** Lęk i oburzenie klikają się najlepiej.

Dla nastolatków, którzy dopiero budują swoją świadomość społeczną, ciągła ekspozycja na takie nacechowane komunikaty bywa sporym wyzwaniem. W konsekwencji może ona budować fałszywe poczucie zagrożenia we własnym mieście i podsycać uprzedzenia wobec rówieśników innego pochodzenia, z którymi przecież na co dzień dzielą szkolne ławki.

UWAGA METODYCZNA

Tematyka związana z mniejszościami narodowymi, migrantami i uchodźcami (w szczególności w odniesieniu do osób pochodzenia ukraińskiego lub z krajów Bliskiego Wschodu) budzi w przestrzeni publicznej ogromne emocje, dlatego temat ten może być dla uczniów i uczennic dość trudny. Prowadząc te zajęcia, należy zatem zachować neutralność.

Nie chodzi tutaj bowiem o wywołanie dyskusji światopoglądowej, lecz o wejście wraz z klasą w rolę badaczy przekazów medialnych. Analiza struktury samych komunikatów internetowych ma służyć nauce „oddzielania" faktów od charakterystycznych zabiegów językowych, których jedynym celem jest sztuczne rozbudzanie emocji u odbiorcy.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- rozpoznają mechanizm selektywnego i nieuzasadnionego eksponowania narodowości w internetowych przekazach informacyjnych oraz tłumaczą, w jaki sposób może wpływać on na ocenę sytuacji,
- wyjaśniają, w jaki sposób dowód anegdotyczny (pojedynczy przypadek) jest wykorzystywany w sieci do sztucznego aktywowania i utrwalania negatywnych stereotypów grupowych,

- krytycznie analizują nagłówki oraz posty w mediach społecznościowych, oddzielając fakty od emocjonalnych sugestii i komentarzy,
- samodzielnie przekształcają nacechowane emocjonalnie i stygmatyzujące komunikaty w neutralne notatki informacyjne.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie	**Refleksja**	**Teoria**	**Praktyka**
10 min	10 min	10 min	15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 **Przywitaj klasę i wyjaśnij, że w ramach dzisiejszej lekcji poćwiczycie analityczne myślenie oraz umiejętność realnej oceny ryzyka w przestrzeni miejskiej.**
Następnie neutralnym tonem poinformuj uczniów i uczennice, że wcielą się w zespoły eksperckie, których zadaniem jest ocena poziomu bezpieczeństwa na podstawie raportów przygotowanych przez Straż Miejską.

2 **Podziel osoby uczestniczące w zajęciach na 5–6 małych zespołów.**
Rozdaj każdej grupie po jednym egzemplarzu karty pracy zawierającej krótki opis niedawnego incydentu na jednym z miejskich osiedli (Załącznik 1).

WAŻNA INFORMACJA (SEKRETNA MECHANIKA ĆWICZENIA)

Nauczyciel przygotowuje wcześniej **dwie wersje Załącznika 1**. Zespoły 1, 2 i 3 otrzymują **Wersję A**, natomiast zespoły 4, 5 i 6 otrzymują **Wersję B**.

Teksty opisują dokładnie to samo wydarzenie (wybryk 25-latka pod wpływem alkoholu, który w nocy uszkodził wiatę przystankową i używał niecenzuralnego słownictwa). W Wersji A sprawca to po prostu „25-letni mężczyzna", natomiast w Wersji B pojawia się dopisek o pochodzeniu (np. „pochodzenia kolumbijskiego").

Wybór konkretnej narodowości zależy od osoby prowadzącej – należy dopasować ją do specyfiki klasy, panujących w niej relacji i lokalnego kontekstu. W zależności od indywidualnego wyczucia grupy może to być „pochodzenia ukraińskiego", „syryjskiego" lub innego. Najważniejszym elementem całej mechaniki jest to, aby uczniowie do samego momentu konfrontacji byli absolutnie przekonani, że wszyscy pracują na identycznym tekście.

Wersję karty rozpoznasz po małej literze A lub B pod treścią karty, przy prawym marginesie.

3 Sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Macie przed sobą krótki raport z incydentu, który rozegrał się minionej nocy na jednym z miejskich osiedli. Przeczytajcie go uważnie w swoich grupach. Waszym zadaniem jest ocena tej sytuacji pod kątem bezpieczeństwa mieszkańców. Odpowiedzcie wspólnie na dwa pytania znajdujące się na karcie. Po pierwsze, jak oceniacie ogólne zagrożenie na tym osiedlu w skali od 1 (brak zagrożenia) do 5 (bardzo niebezpiecznie)? Po drugie, czy Waszym zdaniem to zdarzenie to odosobniony chuligański incydent, czy może sygnał głębszego trendu lub problemu społecznego? Ustalcie jedno wspólne stanowisko i zapiszcie werdykt."

4 **Daj grupom kilka minut na swobodną dyskusję i udzielenie odpowiedzi na pytania z karty.**

Poproś uczniów o zachowanie dyskrecji i cichą pracę, aby poszczególne grupy nie słyszały nawzajem swoich wniosków. Pozwoli to utrzymać element zaskoczenia do samego końca ćwiczenia.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 Poproś przedstawicieli poszczególnych grup o podzielenie się uzyskanymi wynikami.

Zapisuj punktację oraz najważniejsze argumenty na tablicy w dwóch osobnych kolumnach (po lewej stronie dla zespołów z Wersją A, po prawej – z Wersją B). Nie podpisuj jednak jeszcze kolumn, aby nie zdradzić klasie, że grupy pracowały na różnych tekstach.

WAŻNA INFORMACJA

Wyniki grup pracujących na Wersji B karty pracy (z dopiskiem o pochodzeniu) będą najpewniej wyższe, a samo zdarzenie znacznie częściej zostanie przez nie uznane za sygnał głębszego trendu.

TAK PRZYGOTUJ TABLICĘ

(Kolumna „Zagrożenie" – punkty z pytania nr 1, kolumna „Trend" – odpowiedzi na pytanie nr 2 z Kart prac.)

Wersja A* [*To wpisz na koniec zadania]

ZESPÓŁ	ZAGROŻENIE 1–5	TREND?
Zespół 1		
Zespół 2		
Zespół 3		

Wersja B* [*To wpisz na koniec zadania]

ZESPÓŁ	ZAGROŻENIE 1–5	TREND?
Zespół 4		
Zespół 5		
Zespół 6		

2 Po zapisaniu wszystkich odpowiedzi ujawnij mechanizm ćwiczenia.

POWIEDZ SPOKOJNYM GŁOSEM

„Czas na małe zderzenie ze współczesną rzeczywistością medialną. Choć analizowaliście dokładnie to samo osiedle, tę samą noc i identyczne straty materialne, Wasze oceny i wnioski różnią się od siebie. Stało się tak, ponieważ połowa grup w tej sali otrzymała tekst z jednym dodatkowym szczegółem. W ich wersji raportu pojawiła się krótka wzmianka o obcym pochodzeniu sprawcy".

3 **Daj uczniom i uczennicom chwilę na oswojenie się z tą informacją, po czym poproś ich o krótką refleksję.**
Zapytaj wprost, co sądzą o tym eksperymencie, jakie są ich pierwsze wrażenia i jak się czują z tym, że ulegli (lub nie) takiej manipulacji.

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA
Bądź przygotowany na to, że część uczniów może poczuć się oszukana lub zirytowana. Warto od razu nazwać te emocje i przekierować je na cel ćwiczenia: „To zupełnie naturalne, że czujecie teraz złość czy zaskoczenie. Nie chodziło o to, żeby Was oszukać, ale żebyśmy w bezpiecznych warunkach zobaczyli na własnej skórze, jak jeden dodatkowy szczegół w tekście potrafi całkowicie zmienić naszą ocenę sytuacji – dokładnie tak samo działa to na co dzień w sieci".

4 **Gdy wybrzmią pierwsze komentarze, wykorzystaj ten moment zaskoczenia, aby pogłębić analizę i porozmawiać o tym, jak jedno dodane słowo potrafi zmienić naszą optykę.** Poprowadź dalszą dyskusję, zadając serii pytań naprowadzających:

- Jak to możliwe, że jedno słowo określające pochodzenie sprawcy mogło zmienić Waszą ocenę bezpieczeństwa całego osiedla?
- Gdyby w raporcie napisano, że wiatę zniszczył „mężczyzna o rudych włosach" albo „osoba leworęczna", czy uznalibyście taki dopisek za potrzebny? Czy może zadalibyście sobie pytanie: „po co ta informacja?" i czy potraktowalibyście to jako problem wszystkich rudych lub leworęcznych ludzi na świecie?
- Dlaczego nazwa narodowości zadziałała zupełnie inaczej? Czy pochodzenie sprawcy w jakikolwiek sposób zmieniło sam fizyczny fakt zniszczenia przystanku? Komu i w jakim celu mogła być ta informacja w komunikacie potrzebna?

TEN SAM FAKT, JEDNO SŁOWO RÓŻNICY

NEUTRALNIE

Szarpanina na przystanku autobusowym. Zatrzymano 32-latka.

Odbiór: odosobniony incydent

PODOBNE OKREŚLENIA

„32-latek” „kierowca samochodu osobowego” „mieszkaniec osiedla”

Z DOPISKIEM O POCHODZENIU

Szarpanina na przystanku autobusowym. Zatrzymano mężczyznę pochodzenia syryjskiego.

Odbiór: „część groźnego trendu”

JĘZYKOWE ZAPALNIKI

„obywatel Ukrainy” „mężczyzna pochodzenia syryjskiego”

5 Na koniec podsumuj tę część zajęć i powiedz, opierając się na wypowiedziach klasy, że dopisanie do raportu w gruncie rzeczy niepotrzebnej w tym kontekście informacji o pochodzeniu sprawcy podświadomie przeniosło odpowiedzialność z pojedynczego chuligana na całą społeczność, z której ten człowiek się wywodzi.

Wskaż, że ten zabieg często działa w przestrzeni medialnej jak swego rodzaju językowy zapalnik – natychmiast aktywuje uśpione w nas stereotypy i zamienia jednostkowy incydent w fałszywe poczucie powszechnego zagrożenia, podczas gdy identyczna informacja o leworęczności czy kolorze włosów od razu uruchomiłaby nasze krytyczne myślenie.

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 **Podsumuj** wcześniejszą refleksję osób uczestniczących w zajęciach i podkreśl, że mechanizm, którego przed chwilą doświadczyli na własnej skórze, to jedno z najchętniej wykorzystywanych narzędzi manipulacji informacją w dzisiejszym internecie i mediach społecznościowych.

2 Aby pomóc grupie lepiej zrozumieć to zjawisko, warto zasygnalizować kilka kluczowych problemów, które bezpośrednio wpływają na to, jak odbieramy takie komunikaty:

Nieuzasadnione eksponowanie narodowości

– to wybiórcze podawanie pochodzenia lub obywatelstwa sprawcy w sytuacjach, gdy ta cecha nie ma żadnego merytorycznego ani przyczynowego związku z samym wydarzeniem. Dokładnie tak jak w wykonanym przed chwilą ćwiczeniu, mechanizm ten służy wyłącznie narzuceniu odbiorcy konkretnej kliszy i ramy interpretacyjnej.

Aktywowanie uśpionych stereotypów

– stereotyp działa w naszej głowie jak automatyczny skrót myślowy – gotowy i uproszczony obraz całej grupy ludzi. Choć pomaga nam szybko porządkować świat, łatwo prowadzi również do krzywdzących uprzedzeń.

W codziennym życiu tego rodzaju schematy mogą pozostawać uśpione, ale jedno konkretne słowo w tekście potrafi zadziałać jak wyzwalacz. Sprawia ono, że natychmiast przestajemy oceniać indywidualne zachowanie człowieka, a zaczynamy patrzeć na niego przez pryzmat lęków dotyczących całej zbiorowości.

Najłatwiej ulegają im osoby działające pod wpływem niepokoju, presji otoczenia lub silnych emocji – czyli w określonych momentach w gruncie rzeczy każdy z nas, zwłaszcza gdy bez refleksji reagujemy na nagłówki w sieci i inne docierające do nas treści medialne.

Cały ten proces dodatkowo napędzany jest przez tzw. efekt potwierdzenia (ang. *confirmation bias*) – naszą skłonność do wyłapywania z otoczenia głównie tych informacji, które potwierdzają to, w co już i tak podświadomie wierzymy (np. uprzedzenia wobec jakiejś grupy), przy jednoczesnym ignorowaniu sygnałów, które świadczyłyby o czymś przeciwnym.

Dowód anegdotyczny

– to błąd poznawczy polegający na wyciąganiu ogólnych, daleko idących wniosków na temat całej społeczności na podstawie jednego, odosobnionego przypadku. Wystarczy jedno nagranie bójki czy raport o wandalizmie z udziałem obcokrajowca, aby poruszony emocjonalnie odbiorca odruchowo uznał to za regułę dotyczącą wszystkich osób z danego kraju.

Rola emocji w dzisiejszych mediach

– współczesne portale informacyjne i profile społecznościowe funkcjonują w oparciu o mechanizmy, które silnie promują treści wywołujące emocje – np. lęk, złość i poczucie zagrożenia.

Posty wskazujące gotowego, zbiorowego „winowajcę" generują zazwyczaj duży ruch – setki burzliwych dyskusji w komentarzach i tysiące udostępnień. Większy ruch bezpośrednio przekłada się na wyższe zasięgi i zyski twórców takich stron, choć konsekwencją tego może być wzmacnianie podziałów społecznych.

3 Na koniec powiedz uczniom i uczennicom o bardzo ważnej zasadzie profesjonalnego dziennikarstwa – rzetelne, uczciwe media podają narodowość tylko wtedy, gdy jest ona kluczowa dla zrozumienia kontekstu sprawy (np. gdy służby publikują rysopis poszukiwanego obcokrajowca lub gdy czyn miał udowodnione podłoże ksenofobiczne).

W przypadku codziennych wypadków, kradzieży czy sporów sąsiedzkich z reguły jest to zabieg zbędny, który w praktyce służy przede wszystkim podsycaniu negatywnych emocji i nabijaniu internetowych zasięgów.

KIEDY INFORMACJA O NARODOWOŚCI JEST ISTOTNA?

TAK

Gdy jest kluczowa dla kontekstu, np.

- Służby publikują rysopis poszukiwanego obcokrajowca,
- Czyn miał udowodnione podłoże ksenofobiczne.

Z REGUŁY NIE

Gdy nic nie wnosi do faktów, np.

- Codzienne wypadki,
- Kradzieże,
- Spory sąsiedzkie.

CZĘŚĆ IV

Praktyka

OK. 15 MINUT

1 Pozostawiając osoby uczestniczące w tych samych zespołach roboczych, rozdaj każdej grupie nowe karty pracy (Załącznik 2).

2 Sformułuj jasne polecenie:

> **POWIEDZ**
> „Przejdźmy teraz do praktyki i spróbujmy sami oczyścić takie przekazy. Wyobraźcie sobie, że Wasz zespół to niezależna Rada Etyki, która zajmuje się usuwaniem manipulacji z przestrzeni cyfrowej. Macie przed sobą dwa popularne w sieci wpisy pełne językowych uproszczeń, które mają na celu wywołać w odbiorcach emocjonalne reakcje. Waszym zadaniem jest przeprowadzenie chłodnego audytu tych tekstów. Wskażcie zbędne fragmenty, zastanówcie się nad ich celem, a na koniec napiszcie wersję neutralną – pozbawioną trików, opartą wyłącznie na faktach."

3 **Daj grupom kilka minut na przeanalizowanie tekstów i zapisanie swoich propozycji.**
W czasie pracy czuwaj nad procesem i upewnij się, że uczniowie poprawnie identyfikują nieuzasadnione użycie etnonimów (nazw narodowości) i związanych z nimi dookreśleń.

4 Po upływie wyznaczonego czasu poproś przedstawicieli zespołów o odczytanie oczyszczonej wersji komunikatów i krótkie uzasadnienie swoich wyborów na forum klasy.

5 **Na koniec podsumuj zajęcia, dziękując grupie za zaangażowanie oraz dociekliwość.**
Przypomnij, że w przestrzeni internetowej i mediach społecznościowych wartościowe informacje stale mieszają się z przekazami nastawionymi na tanią sensację oraz celowe zaognianie konfliktów.

Podkreśl, że najskuteczniejszą obroną przed takimi mechanizmami jest wypracowanie prostego nawyku. W takich momentach zawsze warto zatrzymać się na chwilę i zadać sobie jedno pytanie – czy informacja o pochodzeniu widoczna w artykule jest rzeczywiście potrzebna do zrozumienia faktów, czy służy jedynie do wywołania silnych emocji i nabijania zasięgów?

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

Jak oceniacie poziom bezpieczeństwa?

Raport Straży Miejskiej – zgłoszenie z godziny 02:15:

Interwencja patrolu na osiedlu Zielonym w okolicach przystanku autobusowego przy ul. Głównej. Na miejscu zatrzymano 25-letniego mężczyznę, który, będąc pod wpływem alkoholu, zachowywał się agresywnie, używał wulgarnych słów i zakłócał spokój nocny. Przed przyjazdem patrolu sprawca uderzał nieustalonymi przedmiotami w konstrukcję przystanku, doprowadzając do wybicia bocznej szyby wiaty i wygięcia aluminiowego profilu gabloty reklamowej. Straty oszacowano wstępnie na około 2500 złotych. Sprawca został przewieziony do izby wytrzeźwień.

1. Jak oceniacie ogólne zagrożenie na tym osiedlu?

skala od 1 – brak zagrożenia, do 5 – bardzo niebezpiecznie

1	2	3	4	5

2. Czy Waszym zdaniem to zdarzenie jest sygnałem głębszego trendu lub problemu społecznego?

A

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

Jak oceniacie poziom bezpieczeństwa?

Raport Straży Miejskiej – zgłoszenie z godziny 02:15:

Interwencja patrolu na osiedlu Zielonym w okolicach przystanku autobusowego przy ul. Głównej. Na miejscu zatrzymano 25-letniego mężczyznę pochodzenia kolumbijskiego, który, będąc pod wpływem alkoholu, zachowywał się agresywnie, używał wulgarnych słów i zakłócał spokój nocny. Przed przyjazdem patrolu sprawca uderzał nieustalonymi przedmiotami w konstrukcję przystanku, doprowadzając do wybicia bocznej szyby wiaty i wygięcia aluminiowego profilu gabloty reklamowej. Straty oszacowano wstępnie na około 2500 złotych. Sprawca został przewieziony do izby wytrzeźwień.

1. Jak oceniacie ogólne zagrożenie na tym osiedlu?

skala od 1 – brak zagrożenia, do 5 – bardzo niebezpiecznie

1	2	3	4	5

2. Czy Waszym zdaniem to zdarzenie jest sygnałem głębszego trendu lub problemu społecznego?

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Jak oczyścić przekaz medialny ze zbędnych informacji?

Instrukcja: Przeczytajcie uważnie poniższe wpisy z sieci. Określcie ich cel, wskażcie wykorzystane w nich zabiegi manipulacyjne, a następnie napiszcie jak najbardziej neutralną wersję tych tekstów – opartą wyłącznie na faktach.

TEKST 1.

@Lokalne_Newsy_24

Kolejny groźny wypadek na skrzyżowaniu Al. Jerozolimskich! Kierowca z Ukrainy siedzący za kierownicą BMW kompletnie zignorował czerwone światło i z impetem wbił się w bok prawidłowo jadącej Skody. Dwie osoby trafiły do szpitala. Ile jeszcze będziemy tolerować ten horror na naszych drogach i piratów ze Wschodu, którzy czują się u nas bezkarni?! 😡🚗

#Warszawa #Wypadek #Prawda

Jaki jest cel tego komunikatu?

Co należy usunąć?

Jak powinna wyglądać neutralna wersja?

TEKST 2.

@Obywatel_Alert

Dzikie sceny w popularnym markecie budowlanym! Mężczyzna pochodzenia syryjskiego wszczął gigantyczną awanturę przy kasach, zaczął krzyczeć na bezbronną kasjerkę i rzucał zakupionymi narzędziami, paraliżując pracę całego sklepu. Interweniowała ochrona.
Czy w naszym kraju zwykły Polak ma się bać wyjść po zakupy przez agresywnych migrantów?! 🆘👇

#Skandal #Bezpieczeństwo #KlimatUlicy

Jaki jest cel tego komunikatu?

Co należy usunąć?

Jak powinna wyglądać neutralna wersja?

Wskazówki dla nauczyciela

NIE ROZDAWAJ UCZNIOM

TEKST 1.

Jaki jest cel tego komunikatu?

Wywołanie silnych emocji (gniewu, lęku) i przeniesienie odpowiedzialności z jednego sprawcy wypadku na całą grupę narodowościową. Sugerowanie odbiorcy, że problemem nie jest konkretny pirat drogowy, ale rzekoma systemowa bezkarność i niebezpieczeństwo ze strony osób z danego kraju.

Co należy usunąć?

„Kierowca z Ukrainy", „piratów ze Wschodu", „czują się u nas bezkarni", pytania retoryczne i nacechowane emocjonalnie zwroty typu: „ile jeszcze będziemy tolerować ten horror".

Jak powinna wyglądać neutralna wersja?

Na skrzyżowaniu Alei Jerozolimskich doszło do zderzenia dwóch samochodów osobowych marek BMW i Skoda. Kierujący pojazdem marki BMW wjechał na skrzyżowanie przy nadawanym sygnale czerwonym, doprowadzając do bocznego zderzenia z prawidłowo jadącym pojazdem. W wyniku wypadku poszkodowane zostały dwie osoby, które przewieziono do szpitala.

TEKST 2.

Jaki jest cel tego komunikatu?

Aktywowanie uśpionych stereotypów dotyczących osób z Bliskiego Wschodu i wywołanie poczucia bezpośredniego, fizycznego zagrożenia w codziennych sytuacjach (np. podczas robienia zakupów). Autor celowo tworzy sztuczną oś konfliktu („agresywny obcy" kontra „bezbronny Polak"), aby wywołać oburzenie i podbić zasięgi wpisu.

Co należy usunąć?

„Mężczyzna pochodzenia syryjskiego", „dzikie sceny", „bezbronną kasjerkę", „czy zwykły Polak ma się bać", „agresywnych migrantów".

Jak powinna wyglądać neutralna wersja?

W jednym z marketów budowlanych doszło do zakłócenia porządku przez jednego z klientów. Mężczyzna wszczął głośną awanturę w strefie kasowej, zachowywał się agresywnie wobec personelu i rozrzucał towar, co doprowadziło do chwilowego wstrzymania obsługi. Sytuacja została opanowana po interwencji pracowników ochrony.

12.

Od samorozwoju do radykalizacji,

czyli jak algorytmy w mediach społecznościowych mogą zarządzać naszym gniewem?

OBSZAR	GRUPA DOCELOWA	CZAS TRWANIA
dezinformacja społeczna	**szkoła ponadpodstawowa**	**45 minut**

Wstęp

Młodzi ludzie, szukając swojej tożsamości, często zwracają się do internetu po porady dotyczące samorozwoju, budowania pewności siebie, treningu fizycznego, diety czy relacji międzyludzkich.

Algorytmy platform społecznościowych, których głównym celem jest utrzymanie uwagi i zaangażowania użytkowników (m.in. aby wyświetlić im jak najwięcej reklam), szybko zauważają te zainteresowania. Choć intencje młodych osób są neutralne, a nawet pozytywne, algorytmy najsilniej promują w sieci te treści, które wywołują skrajne emocje – gniew, lęk, poczucie niesprawiedliwości czy zagrożenia, ponieważ to one angażują nas przed ekranem najmocniej.

Warto jednak pamiętać, że algorytmy to nie jedyni sprawcy tego zjawiska. Stanowią one kluczowy mechanizm dystrybucji, ale to twórcy treści świadomie projektują „przynętę" – celowo używając radykalnego języka czy prowokacyjnych obrazów, by wstrzelić się w to, co system nagradza największymi zasięgami.

Królicza nora

To stopniowe i początkowo niezauważalne wciąganie użytkownika w coraz głębsze i bardziej skrajne rejony internetu bardzo często określa się mianem **„króliczej nory"** (ang. *rabbit hole*). Mechanizm ten działa niekiedy na tyle subtelnie, że dany temat – nawet, jeśli dziś nas nie interesuje lub budzi opór – z czasem może przyciągnąć naszą uwagę i stać się czymś, co polubimy. Algorytm, zamiast gwałtownej zmiany, łagodnie przesuwa punkt ciężkości.

Dobrze widać to na przykładzie tego, jak te mechanizmy działają na nastolatków i młodych mężczyzn, kierując ich w stronę tzw. manosfery, czyli nieformalnej sieci blogów, kanałów i podcastów skupionych wokół specyficznie pojmowanej męskości. Chłopak, który początkowo szukał tylko motywacji do treningu na siłowni, zaczyna z czasem otrzymywać treści coraz bardziej polaryzujące, utwierdzające go w przekonaniu, że „społeczeństwo niszczy prawdziwych mężczyzn", a relacje z kobietami opierają się wyłącznie na interesowności.

Algorytmy nie działają jednak całkowicie w próżni i nie zawsze nieuchronnie prowadzą do radykalizacji. Są one też zależne od profilu użytkownika, jego aktualnego nastroju i mikrodecyzji – tego, na czym akurat zatrzyma wzrok. System wychwytuje i potęguje naszą złość czy uprzedzenia, podsycając i pogłębiając to, co już w nas w jakiś sposób rezonuje.

Ten sam mechanizm, inna ścieżka

.Dokładnie ten sam mechanizm **„króliczej nory”** potrafi zadziałać na młode kobiety. Punktem wyjścia bywają tu najczęściej zupełnie niewinne poszukiwania materiałów o pielęgnacji, modzie czy zdrowym stylu życia.

Algorytmy zaczynają jednak stopniowo podsuwać coraz bardziej skrajne treści – przesuwając uwagę młodych odbiorczyń w stronę drastycznych, niebezpiecznych dla zdrowia diet oraz zamkniętych społeczności internetowych promujących na przykład zaburzenia odżywiania.

Różne konsekwencje

W obu przypadkach sieć proponuje im zniekształcony obraz rzeczywistości. Warto jednak zauważyć, że choć sam mechanizm algorytmiczny jest tutaj podobny, to jego konsekwencje bywają jakościowo różne. Ścieżka, którą często podążają chłopcy, prowadzi do ideologii i budowania wrogości wobec innych (np. wobec kobiet). Z kolei u dziewcząt prowadzi w stronę autodestrukcji, uderzając bezpośrednio w ich poczucie własnej wartości i zdrowie fizyczne.

Niezależnie jednak od kierunku, w efekcie młodzi ludzie i tak zaczynają postrzegać świat jako miejsce pełne wrogości lub nierealnej presji, co potęguje w nich lęki, frustracje i pogłębiające się kompleksy.

UWAGA METODYCZNA

Podczas prowadzenia tej lekcji pamiętaj o tym, żeby nie oskarżać młodzieży o oglądanie takich materiałów. Zamiast tego przyjmij wraz z klasą rolę analityków, kształtując w młodych ludziach postawę badawczą.

Celem zajęć jest bowiem pokazanie samego mechanizmu – tego, jak mogą działać algorytmy platform społecznościowych i w jaki sposób autorzy treści często manipulują danymi (wykorzystując do tego tzw. *cherry-picking*, czyli wybieranie tylko tych faktów, które pasują do tezy). Chodzi o to, aby pokazać młodym ludziom, że za skrajnymi czy polaryzującymi przekazami bardzo często kryje się po prostu konkretny model biznesowy nastawiony na zarobek.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- potrafią wyjaśnić działanie mechanizmu „króliczej nory” i dostrzegają, w jaki sposób algorytmy platform społecznościowych oraz sami twórcy internetowi mogą stopniowo

przesuwać uwagę i zaangażowanie użytkowników od interesujących ich, neutralnych tematów ku skrajnościom,

- rozpoznają technikę wybiórczego dobierania faktów (tzw. *cherry-picking*) i rozumieją, w jaki sposób służy ona do budowania zniekształconego obrazu rzeczywistości,
- analizują przekazy internetowe oddzielając perswazyjny ładunek emocjonalny od twardych danych,
- potrafią zidentyfikować komercyjny cel polaryzujących treści, dostrzegając stojący za nimi model biznesowy, co pozwala im zachować krytyczny dystans wobec uproszczonych narracji medialnych.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie 10 min	**Refleksja** 10 min	**Teoria** 10 min	**Praktyka** 15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 **Przywitaj klasę i w dwóch zdaniach przedstaw młodym ludziom główny cel dzisiejszych zajęć.** Wyjaśnij, że nie będzie to lekcja o tym, co wolno, a czego nie wolno oglądać w sieci, ale swego rodzaju śledztwo, podczas którego wspólnie przyjrzycie się czysto technicznym mechanizmom działania platform internetowych.

2 **Następnie podziel klasę na 5-6 małych zespołów.** Powiedz, że dzisiejszą lekcję zaczniecie od przyjrzenia się internetowej drodze pewnego fikcyjnego licealisty – 16-letniego Janka.

Wyjaśnij, że Janek chciał po prostu zacząć ćwiczyć, zadbać o swój styl życia i zmotywować się do działania, więc wpisał w wyszukiwarkę proste hasło: „jak zacząć ćwiczyć i zbudować pewność siebie?”.

3 **Rozdaj każdej grupie komplet czterech pomieszanych kart z Załącznika 1 (wyciętych lub do wycięcia).** Sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Wyobraźcie sobie, że jesteście zespołem analityków. Macie przed sobą cztery zrzuty ekranu oraz tytuły filmów, które Janek wyświetlił w ciągu miesiąca od pierwszego wyszukiwania. Waszym zadaniem jest uważne przeanalizowanie tych materiałów i ułożenie ich w kolejności chronologicznej – od filmu, który był wynikiem celowego zapytania Janka, aż po punkt, do którego ostatecznie doprowadziły go algorytmy rekomendacje platformy."

4 Daj grupom 3-4 minuty na dyskusję w zespołach, ułożenie kart we właściwej kolejności na szkolnej ławce lub przyklejenie ich na dużej kartce.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 **Po upływie czasu przeznaczonego na układanie pasków, poproś reprezentantów poszczególnych grup o wskazanie sekwencji, jaką ustalili.** Zapisz na tablicy podane przez nie propozycje. Zwróć przy tym uwagę, czy pojawiły się jakieś różnice zdań.

Następnie potwierdź, że prawidłowy ciąg chronologiczny to:

I. **Film o tytule:** *„5 porannych nawyków, które zmienią twoje życie. Jak zacząć dzień z energią!"*
II. **Film o tytule:** *„Dlaczego jeszcze nie zrobiłeś treningu? Jesteś słaby? Przestań narzekać, nikt ci nie pomoże!"*
III. **Film o tytule:** *„Dlaczego dziś tak trudno być facetem? To, czego nikt ci nie powie!"*
IV. **Film o tytule:** *„Dlaczego współczesne relacje to często tylko biznes? (ANALIZA STATYSTYK)"*

2 **Zaproś klasę do wspólnego przeanalizowania ułożonej na ławkach ścieżki.** Aby pomóc uczniom samodzielnie dostrzec kryjący się tam mechanizm poprowadź rozmowę wokół trzech kluczowych obserwacji:

Zmiana klimatu i estetyki materiałów

– poproś uczniów, aby porównali początek i koniec drogi Janka. Zapytaj ich: „Jak zmienia się nastrój, tytuły i miniatury tych filmów w miarę upływu tygodni? Co najbardziej rzuca się w oczy?”.

Pomóż klasie dostrzec, że początkowa, spokojna i pozytywna motywacja (woda z cytryną, poranna rutyna) stopniowo ustępuje miejsca znacznie bardziej agresywnej estetyce – pojawiają się napisy wielkimi literami, symbole dominacji oraz obrazy celowo budzące złość i niepokój.

Moment przesunięcia odpowiedzialności

– zachęć zespoły do wskazania punktu, w którym w filmach następuje całkowita zmiana narracji. Zadaj pytanie: „W którym miejscu kończą się porady o tym, co Janek sam może zrobić ze swoim życiem, a zaczyna wskazywanie winnych?”. Naprowadź uczniów na granicę między paskiem II a III.

Pomóż im zauważyć, że na pasku II uwaga skupiona jest jeszcze na samym Janku („weź się do pracy”). Od paska III i IV odpowiedzialność zostaje jednak całkowicie przerzucona na zewnątrz – pojawia się zewnętrzny „wróg” (najpierw ogólnie pojęty system, a ostatecznie konkretna grupa społeczna).

Zderzenie intencji z decyzjami platformy i działaniami twórców

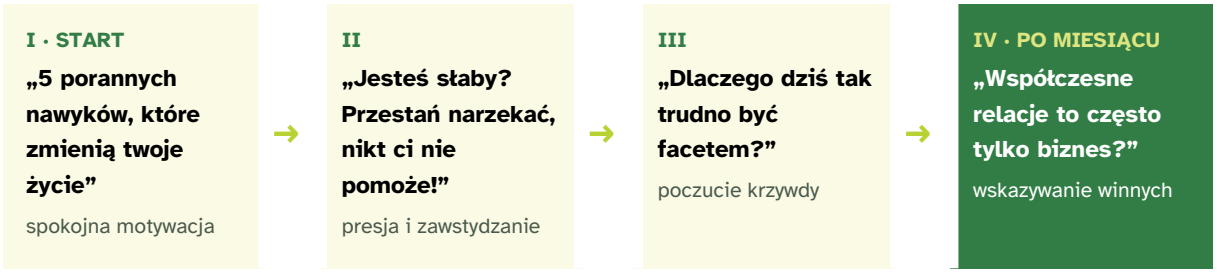
– zadaj klasie pytanie o to, kto tak naprawdę sterował tą drogą: „Czy Waszym zdaniem Janek, wpisując w wyszukiwarkę hasło o budowaniu pewności siebie, chciał po miesiącu oglądać materiały o nienawiści i teoriach spiskowych? Kto podjął decyzję o tym, co wyświetliło się na jego ekranie?”. Podkreśl, że intencja chłopaka na starcie mogła być neutralna lub wręcz pozytywna.

Algorytmy reagują jednak na profil użytkownika i jego zachowanie – analizują to, w co Janek kliknął, jak długo oglądał dany film i na czym zawiesił wzrok. Te drobne przesłanki system interpretuje po swojemu – uznaje, że skoro te tematy wywołały reakcję, to podsuwanie coraz bardziej wyrazistych i skrajnych treści będzie najskuteczniejszym sposobem na dalsze zatrzymanie jego uwagi i zaangażowania przed ekranem.

Podkreśl również, że algorytm to tylko jedna strona medalu. Drugą są twórcy, którzy doskonale wiedzą, jak ten system funkcjonuje. To oni celowo zmienili miniaturę z uśmiechniętego chłopaka na krzyczącego trenera, a potem na zrezygnowanego mężczyznę, bo wiedzieli, że algorytm najchętniej poniesie dalej treść wywołującą gniew.

Z kolei sam Janek, choć zapewne raczej sam początkowo nie chciał radykalizacji, swoimi kliknięciami i czasem oglądania wysyłał algorytmowi sygnał, że taka „przynęta" w tej chwili na niego działa i wzmacnia jego frustracje.

DROGA JANKA: JEDEN MIESIĄC W PROPOZYCJACH ALGORYTMU (KLUCZ)



3 Na koniec tej części powiedz uczniom i uczennicom, że przypadek Janka świadczy w gruncie rzeczy o uniwersalnym mechanizmie charakterystycznym dla platform cyfrowych, który działa niezależnie od zainteresowań czy płci.

Wyjaśnij, że dokładnie tak samo algorytmy potrafią poprowadzić młode kobiety – np. od zwykłego szukania inspiracji modowych czy przepisów na zdrowe śniadania, przez coraz bardziej radykalne treści, aż po zamknięte społeczności promujące niebezpieczne dla zdrowia głodówki i zachowania typowe dla zaburzeń odżywiania.

Podsumuj, że w obu przypadkach mechanizm technologiczny jest identyczny – algorytm, podkarmiany treściami od twórców i kliknięciami użytkownika, zamyka go w jednostronnej bańce, podsuwając mu mocno zniekształcony, przerysowany wycinek rzeczywistości.

Zwróć jednak uwagę klasy na ważną różnicę w skutkach tych działań. O ile u Janka algorytm stopniowo napędzał wrogość skierowaną na zewnątrz (szukanie winnych dookoła), o tyle w przypadku dziewcząt ta sama pętla algorytmiczna najczęściej kieruje się do wewnątrz, prowadząc do autodestrukcji.

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 **Wyjaśnij klasie, że ten zniekształcony, przerysowany obraz rzeczywistości nie pojawia się na ekranach użytkowników przypadkowo.** W przypadku cyfrowej drogi Janka możemy mówić co najmniej o trzech konkretnych zjawiskach. Zapisz na tablicy ich określenia:

Królicza nora (ang. *rabbit hole*)

– termin ten oznacza specyficzny mechanizm działania algorytmów rekomendacyjnych w mediach społecznościowych. System – bazując na profilu użytkownika, jego płci, wieku oraz wcześniejszych aktywnościach – nie zmienia tematyki gwałtownie. Zamiast tego łagodnie i stopniowo przesuwa punkt ciężkości, podsuwając odbiorcy materiały coraz bardziej wyraziste, emocjonalne
i skrajne, aby jak najdłużej utrzymać jego uwagę i zaangażowanie na platformie. Proces ten nie jest jednak automatyczny – opiera się często na naszych naturalnych, ludzkich emocjach (np. gorszym nastroju, chwilowych zmartwieniach). Wymaga również samych twórców, którzy dostarczą systemowi odpowiednio skrajnych i prowokacyjnych treści, by ten mechanizm miał na czym bazować.

Komora echa (ang. *echo chamber*)

– to ostateczny efekt wciągnięcia użytkownika w króliczą norę. Zjawisko to polega na zamknięciu odbiorcy w środowisku, w którym słyszy on wyłącznie głosy
i opinie identyczne ze swoimi (odbijają się one dookoła niczym echo i nawzajem utwierdzają go w racji). Wszelkie odmienne perspektywy, argumenty
i niewygodne fakty są z tego środowiska usuwane lub celowo wyśmiewane.

Spirala milczenia

– to naturalna konsekwencja zamknięcia w komorze echa. Polega na tym, że nawet jeśli użytkownik zaczyna mieć wątpliwości lub nie zgadza się ze skrajnymi hasłami grupy, woli nie wyrażać tego głośno z obawy przed atakiem, wyśmianiem lub wykluczeniem.

Kiedy radykalne głosy stają się najgłośniejsze, osoby o umiarkowanych poglądach często milkną. W efekcie skrajny punkt widzenia sztucznie rośnie w siłę, tworząc iluzję, że wszyscy dookoła myślą dokładnie tak samo.

Wybiórczość (tzw. wybieranie wisienek, ang. *cherry-picking*) – to z kolei zjawisko, które często służy jako główny mechanizm podtrzymujący iluzję komory echa. Polega na selektywnym doborze i traktowaniu faktów, czyli wyciąganiu z rzeczywistości wyłącznie pojedynczych danych, statystyk czy skrajnych przykładów, które pasują do z góry założonej tezy autora. Wszystkie inne informacje, które mogłyby tę tezę podważyć lub pokazać szerszy kontekst, są w tym przypadku celowo ignorowane.

Aby lepiej zilustrować to zjawisko, możesz podać prosty przykład: „Wyobraźmy sobie, że na drzewie rośnie 100 wisienek. 98 z nich jest zgniłych, a tylko 2 są idealne. Twórca podcastu zrywa te 2 idealne owoce, pokazuje je prosto do kamery i krzyczy: „Patrzcie, na tym drzewie rosną tylko idealne owoce, a ci, którzy mówią inaczej, kłamią!”. W przestrzeni internetowej zjawisko to wiąże się często z wykorzystaniem jednego, ekstremalnego, niekiedy całkowicie wyrwanego z kontekstu przykładu lub jednej specyficznej statystyki. Służy ono udowodnieniu tezy uderzającej np. w konkretną grupę społeczną oraz przekonaniu odbiorców, że „świat jest przeciwko nim”.

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

Omawiając te mechanizmy, warto zwrócić uwagę uczniów i uczennic na ich własną sprawczość. Wciągnięcie w króliczą norę to często nie tylko kwestia samego algorytmu, ale również czasami wynik naszych własnych decyzji.

Każde kliknięcie, komentarz czy podanie treści dalej daje systemowi sygnał, by podsuwać nam tego więcej. Warto zadać klasie pytanie: „Jak możemy spróbować powstrzymać ten mechanizm i odzyskać realny wpływ na to, do jakich informacji docieramy?”.

2 **Zdemaskuj przed klasą ekonomiczne podłoże omówionych zjawisk.** Wyjaśnij uczniom i uczennicom, że za skrajnymi czy polaryzującymi przekazami w sieci bardzo często kryje się po prostu konkretny model biznesowy nastawiony na zarobek. Istotne są tutaj dwie perspektywy:

Perspektywa platform społecznościowych

– głównym celem algorytmów jest utrzymanie uwagi i zaangażowania użytkowników, między innymi po to, aby wyświetlić im jak najwięcej reklam. Z tego powodu systemy najsilniej promują w sieci te treści, które wywołują skrajne emocje – takie jak gniew, lęk, poczucie niesprawiedliwości czy zagrożenia – ponieważ to one angażują nas przed ekranem najmocniej.

Perspektywa twórców internetowych

– wywoływanie silnych emocji i polaryzowanie widowni stanowią sprawdzony sposób na szybkie zdobycie dużych zasięgów i lojalnej grupy odbiorców. Autorzy świadomie wykorzystują te mechanizmy rynkowe i celowo projektują swoje materiały (tytuły, miniatury, język) tak, by stały się one idealnym „paliwem" dla algorytmów.

Robią to, aby później zarabiać na swojej społeczności – na przykład poprzez sprzedaż własnych e-booków, gadżetów czy płatnych dostępów do zamkniętych programów i klubów.

3 **Na koniec wyjaśnij klasie, że świadomość tego typu mechanizmów pozwala spojrzeć na internetowe przekazy z zupełnie innej perspektywy.** Kiedy zrozumiemy, że za skrajnymi emocjami i polaryzacją kryje się po prostu czysty model biznesowy oraz wybiórcze traktowanie faktów, znacznie łatwiej jest nam zachować chłodny, zdrowy dystans wobec tego, co widzimy na ekranach.

Powiedz, że w ramach kolejnego kroku uczniowie i uczennice sami wcielą się w rolę analityków, aby dokonać szczegółowego rozbioru na czynniki pierwsze fragmentu popularnego w sieci nagrania.

CZĘŚĆ IV

+ *Praktyka*

OK. 15 MINUT

1 Pozostawiając uczniów i uczennice w tych samych zespołach, rozdaj każdej grupie karty pracy (Załącznik 2) w wybranej wcześniej wersji – podstawowej lub rozszerzonej, kierując się wskazówkami zamieszczonymi przy tekście źródłowym. Sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Wyobraźcie sobie, że jako zespół badaczy mediów przechodzicie do kolejnego etapu śledztwa. Waszym zadaniem jest przeprowadzenie szczegółowej analizy fragmentu popularnego w sieci nagrania i rozbicie tego tekstu na czynniki pierwsze. Musicie wspólnie zidentyfikować ukryty w nim ładunek emocjonalny, wskazać, na czym polega zastosowana tu technika wybiórczości (*cherry-picking*), a także określić, jaki model biznesowy stoi za tak skonstruowanym przekazem."

WSKAZÓWKA DLA NAUCZYCIELA

W ramach kart pracy przygotowane zostały dwie wersje tekstu do analizy – wersja podstawowa (łagodniejsza) i wersja rozszerzona (bardziej dosłowna, bliższa oryginalnym przekazom spotykanym w sieci). Obie pozwalają zrealizować te same cele lekcji i przeprowadzić identyczną analizę (język emocjonalny, cherry-picking, model biznesowy).

Sięgnij po wersję rozszerzoną, jeśli:

- znasz klasę i wiesz, że poradzi sobie z dyskusją bez nadmiernej identyfikacji z treścią,
- masz już doświadczenie w prowadzeniu trudnych rozmów o dezinformacji lub mizoginii z tą grupą,
- czujesz się pewnie w reagowaniu, gdyby ktoś zaczął bronić tez z tekstu.

Wybierz wersję podstawową, jeśli:

- prowadzisz zajęcia z klasą po raz pierwszy lub słabo ją znasz,
- wiesz lub podejrzewasz, że w grupie są uczniowie już eksponowani na podobne treści online,
- to Twoja pierwsza lekcja o tym mechanizmie i wolisz przetestować go w bezpieczniejszej formule.

W razie wątpliwości: wybierz wersję podstawową. Obie wersje realizują ten sam cel dydaktyczny.

2 **Daj grupom czas na wspólne zapoznanie się z tekstem oraz uzupełnienie trzech punktów analizy na karcie pracy.**

Następnie poproś przedstawicieli wybranych grup o zaprezentowanie swoich wniosków na forum klasy.

3 Po krótkiej dyskusji na temat rezultatów ich pracy, zwróć uwagę uczniów na fakt, że wypowiedź, która na pierwszy rzut oka może brzmieć logicznie lub powołuje się na dane

statystyczne, w rzeczywistości stanowi starannie zaprojektowane narzędzie marketingowe nastawione na konkretny zysk.

4 **Na koniec podziękuj klasie za zaangażowanie, dociekliwość oraz aktywny udział w dzisiejszym zadaniu.**

Podsumuj całą lekcję krótkim wnioskiem, wskazując, że krytyczny dystans i kształtowana dziś umiejętność analizy przekazów medialnych stanowią często najskuteczniejszą ochronę przed zniekształconym obrazem świata, który próbują sprzedać nam algorytmy i twórcy internetowi.

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTY DO WYCIĘCIA

Dokąd prowadzi algorytm?

Wytnijcie karty wzdłuż przerywanej linii, następnie ułóżcie je zgodnie z poleceniem nauczyciela.



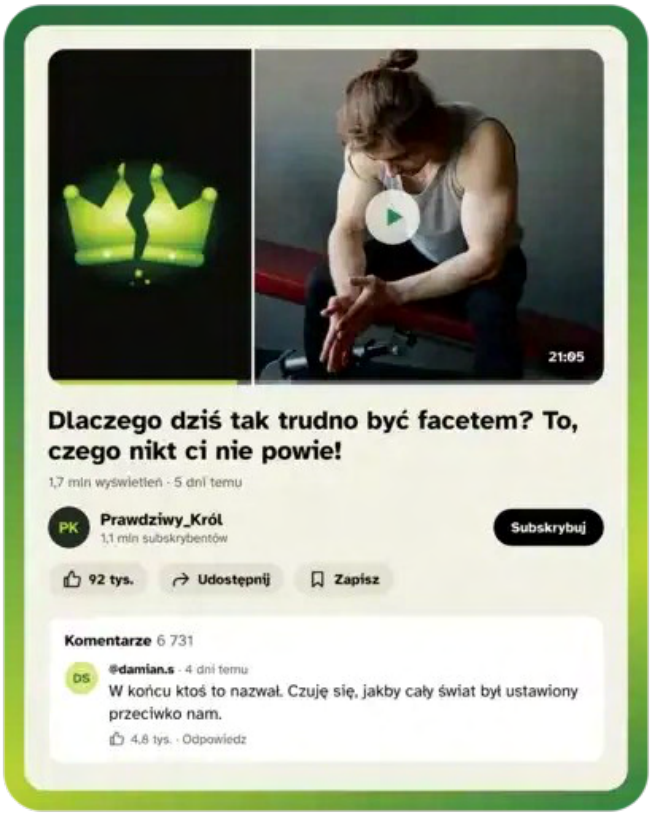
Miniatura: Groźnie wyglądający trener personalny w stroju sportowym, wskazujący palcem prosto w kamerę. Na połowie ekranu widać napis: „WEŹ SIĘ W GARŚĆ”.

Komentarz pod postem: „Brutalna prawda, ale potrzebowałem tego. Czas wziąć się za siebie, zero wymówek.”



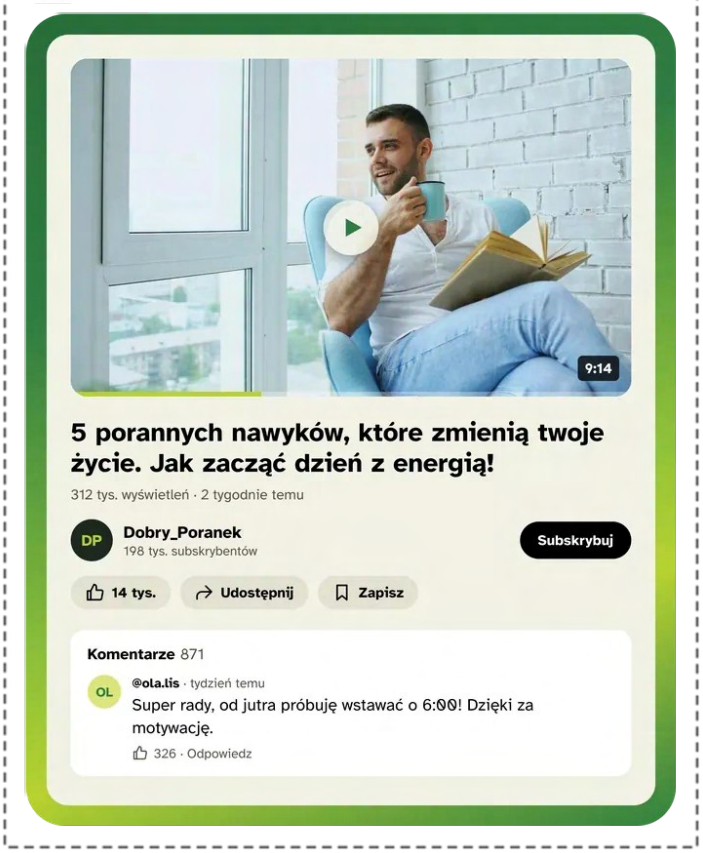
Miniatura: Mężczyzna siedzący sam w drogim sportowym aucie. Na dole ekranu widać też miniaturę przedstawiającą banknoty dolarów.

Komentarz pod postem: „Przekonałeś mnie. Dziś często liczy się tylko status i to, co możesz komuś zaoferować. Zrozumiałem, że lepiej skupić się na zarabianiu niż na relacjach.”



Miniatura: Złamana korona na czarnym tle. Obok niej miniatura przedstawiająca zrezygnowanego mężczyznę na siłowni.

Komentarz pod postem: „W końcu ktoś to nazwał. Czuję się, jakby cały świat był ustawiony przeciwko nam.”



Miniatura: Zadowolony, uśmiechnięty mężczyzna pijący wodę z cytryną. Siedzi na fotelu i czyta książkę.

Komentarz pod postem: „Super rady, od jutra próbuję wstawać o 6:00! Dzięki za motywację.”

Klucz do kart

NIE ROZDAWAJ UCZNIOM

Karty na poprzedniej stronie są już wymieszane i pozbawione oznaczeń, aby nie zdradzały uczniom rozwiązania. Prawidłowy ciąg chronologiczny to:

Tytuł filmu I: „5 porannych nawyków, które zmienią twoje życie. Jak zacząć dzień z energią!"

Miniatura: Zadowolony, uśmiechnięty mężczyzna pijący wodę z cytryną. Siedzi na fotelu i czyta książkę.

Komentarz pod postem: „Super rady, od jutra próbuję wstawać o 6:00! Dzięki za motywację".

Tytuł filmu II: „Dlaczego jeszcze nie zrobiłeś treningu? Jesteś słaby? Przestań narzekać, nikt ci nie pomoże!"

Miniatura: Groźnie wyglądający trener personalny w stroju sportowym, wskazujący palcem prosto w kamerę. Na połowie ekranu widać napis – „WEŹ SIĘ W GARŚĆ".

Komentarz pod postem: „Brutalna prawda, ale potrzebowałem tego. Czas wziąć się za siebie, zero wymówek".

Tytuł filmu III: „Dlaczego dziś tak trudno być facetem? To, czego nikt ci nie powie!"

Miniatura: Złamana korona na czarnym tle. Obok niej miniatura przedstawiająca zrezygnowanego mężczyznę na siłowni.

Komentarz pod postem: „W końcu ktoś to nazwał. Czuję się, jakby cały świat był ustawiony przeciwko nam".

Tytuł filmu IV: „Dlaczego współczesne relacje to często tylko biznes? (ANALIZA STATYSTYK)"

Miniatura: Mężczyzna siedzący sam w drogim sportowym aucie. Na dole ekranu widać też miniaturę przedstawiającą banknoty dolarów.

Komentarz pod postem: „Przekonałeś mnie. Dziś często liczy się tylko status i to, co możesz komuś zaoferować. Zrozumiałem, że lepiej skupić się na zarabianiu niż na relacjach".

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTY PRACY

Anatomia internetowej manipulacji

Wersja podstawowa

Instrukcja: Wyobraźcie sobie, że jako zespół analityków mediów przechodzicie do kolejnego etapu śledztwa. Przeczytajcie uważnie poniższy fragment wypowiedzi z popularnego materiału wideo, a następnie przeprowadźcie jego szczegółową analizę, zastanawiając się nad trzema obszarami znajdującymi się na karcie.

Zanim zaczniecie wierzyć w bajki o miłości bezwarunkowej, spójrzcie na liczby – one nie kłamią. W jednej z ankiet internetowych zapytano 30 kobiet o to, czego szukają u partnera. Ponad 90% wskazało wysokie zarobki i dobry samochód. To dowód na to, o czym mówię od miesięcy – reguły gry są ustawione przeciwko przeciętnemu facetowi. Możecie się oburzać, ale fakty są faktami. Przeciętny, uczciwy chłopak nie ma dziś łatwo, jeśli gra według tych zasad. Dlatego w moim programie „Klub Lidera" pokażę wam, jak grać mądrzej i nie dać się rozczarować. Link w opisie – tylko do jutra w niższej cenie.

Karta analityczna

Język i emocje

Przeanalizujcie język, jakim posługuje się autor. Wskażcie sformułowania, które zamiast obiektywnych informacji mają za zadanie wywołać u odbiorcy silne emocje:

Sposób prezentowania danych

Przyjrzyjcie się temu, w jaki sposób w tekście prezentowane są dane oraz przytoczone statystyki. Co Waszym zdaniem może być w nich mylącego?

Intencja i cel autora

Zastanówcie się nad intencją autora tej wypowiedzi. Jaki jest jego główny cel i co tak naprawdę próbuje osiągnąć poprzez taki przekaz?

Anatomia internetowej manipulacji

Wersja rozszerzona

Instrukcja: Wyobraźcie sobie, że jako zespół analityków mediów przechodzicie do kolejnego etapu śledztwa. Przeczytajcie uważnie poniższy fragment wypowiedzi z popularnego materiału wideo, a następnie przeprowadźcie jego szczegółową analizę, zastanawiając się nad trzema obszarami znajdującymi się na karcie.

Spójrzcie prawdzie w oczy i przestańcie wreszcie wierzyć w bzdury o bezwarunkowej miłości, empatii czy czystych relacjach. Liczby nigdy nie kłamią, a ja mam na to twarde dowody! Wczoraj przeczytałem o badaniu przeprowadzonym w modnym, warszawskim klubie. Zapytano w nim 30 kobiet o to, jakich partnerów szukają. Ponad 90% z nich wprost odpowiedziało, że mężczyzna bez zarobków powyżej 20 tysięcy miesięcznie i luksusowego auta dla nich po prostu nie istnieje. To jest ostateczny dowód na to, o czym wam mówię od dawna – reguły gry są z założenia nastawione przeciwko wam, a dzisiejsze kobiety interesują wyłącznie wasze portfele. Jesteście dla nich tylko narzędziem do wykorzystania. Przeciętny, uczciwy chłopak nie ma dziś najmniejszych szans na normalny związek, jeśli gra na ich toksycznych zasadach. Dlatego przestańcie marnować czas na iluzje. W moim programie „Klub Lidera" dostaniecie gotowe, sprawdzone w praktyce strategie i unikalne metody na to, jak przechytrzyć ten system, przejąć pełną kontrolę nad kobietami i wejść na wyższy poziom świadomości. Link znajdziecie w opisie filmu – cena rośnie od jutra, zostało tylko 5 wolnych miejsc.

Karta analityczna

Język i emocje

Przeanalizujcie język, jakim posługuje się autor. Wskażcie sformułowania, które zamiast obiektywnych informacji mają za zadanie wywołać u odbiorcy silne emocje:

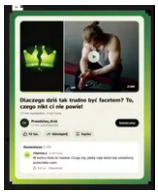
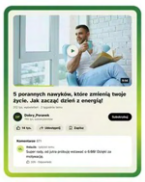
Sposób prezentowania danych

Przyjrzyjcie się temu, w jaki sposób w tekście prezentowane są dane oraz przytoczone statystyki. Co Waszym zdaniem może być w nich mylącego?

Intencja i cel autora

Zastanówcie się nad intencją autora tej wypowiedzi. Jaki jest jego główny cel i co tak naprawdę próbuje osiągnąć poprzez taki przekaz?

Źródła zdjęć

Str.	Zdjęcie	Opis	Źródło
13		Miniatura filmu II: trener w dresie, napis „Weź się w garść”.	https://www.pexels.com/photo/man-at-the-gym-17745855/
13		Miniatura filmu IV: mężczyzna w kabriolecie, w rogu miniatura z banknotami.	https://www.pexels.com/photo/bald-man-in-sunglasses-in-cabriolet-car-17626089/
14		Miniatura filmu III: złamana korona i mężczyzna na siłowni.	https://www.pexels.com/photo/man-sitting-on-black-and-red-exercise-equipment-4162556/
14		Miniatura filmu I: mężczyzna z kubkiem i książką przy oknie.	https://unsplash.com/photos/man-reading-a-book-and-drinking-coffee-by-window-wmVzh1Ky7FY

OBSZAR TEMATYCZNY IV Z IV

IV Dezinformacja technologiczna

Scenariusze lekcji w tym obszarze

13 **Kwantowa szczoteczka z modułem AI**

czyli jak nie dać się złowić na technologiczny bełkot?

SZKOŁA PODSTAWOWA (KL. 7 I 8) · 45 MINUT · STR. 213

14 **„Zdania w studiu są podzielone...”**

czyli jak media tworzą spory tam, gdzie nauka o technologii jest zgodna?

SZKOŁA PONADPODSTAWOWA · 45 MINUT · STR. 226

15 **W sieci domysłów**

czyli jak demaskować teorie spiskowe wokół technologii?

SZKOŁA PONADPODSTAWOWA · 45 MINUT · STR. 242

16 **Zabójcze fale i stalowe potwory**

czyli dlaczego w debacie o technologiach tak łatwo ulegamy językowi paniki moralnej?

SZKOŁA PONADPODSTAWOWA · 45 MINUT · STR. 256

13.

Kwantowa szczoteczka z modułem AI,

czyli jak nie dać się złowić na technologiczny bełkot?

OBSZAR
dezinformacja technologiczna

GRUPA DOCELOWA
szkoła podstawowa (kl. 7 i 8)

CZAS TRWANIA
45 minut

Wstęp

Współcześni uczniowie i uczennice dorastają w świecie zdominowanym przez zaawansowane technologie. Smartfony, aplikacje i nowoczesne gadżety stanowią ich naturalne otoczenie, a innowacje cyfrowe często budzą w nich szczery, w pełni zrozumiały entuzjazm.

Zresztą w pułapkę bezkrytycznego zachwytu nad tym, co „innowacyjne" i „nowoczesne", wpadamy dziś my wszyscy – niezależnie od wieku. Współczesny rynek doskonale zdaje sobie sprawę z tej fascynacji i chętnie ją wykorzystuje, opierając swoje działania na specyficznej formie manipulacji konsumenckiej. W efekcie w przestrzeni publicznej – na TikToku, YouTubie czy w opisach ofert w sklepach internetowych – obserwujemy dziś prawdziwy wysyp produktów codziennego użytku reklamowanych za pomocą haseł o „modułach sztucznej inteligencji (AI)", „nanopowłokach", „algorytmach Deep Learningu" czy „inteligentnych sensorach".

AI-washing, czyli technologiczny bełkot

Choć słowa te brzmią niezwykle profesjonalnie, w wielu przypadkach stanowią jedynie puste hasła, pozbawione jakiegokolwiek pokrycia w rzeczywistości. Zjawisko to, określane dziś m.in. mianem **AI-washingu** (czyli masowego i bezpodstawnego przypisywania funkcjonalności sztucznej inteligencji zwykłym przedmiotom) albo po prostu „technologicznego bełkotu", to w gruncie rzeczy jedna z powszechnych form dezinformacji rynkowej.

Producenci ubrań, bidonów na wodę czy szkolnych plecaków celowo ubierają swoje oferty w szaty zaawansowanej inżynierii, aby stworzyć iluzję zaawansowanej technologii i sztucznie zawyżyć wartość rzeczy. Tego typu marketingowy żargon sprawia, że przestajemy zadawać pytania o faktyczne działanie sprzętu. Zamiast weryfikować fakty, podświadomie ulegamy złudzeniu, że skoro opis produktu jest skomplikowany i trudny do zrozumienia, to kryjące się pod nim rozwiązanie musi być przełomowe, funkcjonalne i warte wysokiej ceny.

UWAGA METODYCZNA

Podczas zajęć warto pamiętać, by unikać sugerowania uczniom konsumenckiej naiwności czy wypominania im, jak często ulegają reklamom. Kluczowe jest pokazanie, że zawiły żargon to uniwersalna pułapka marketingowa, w którą w gruncie rzeczy wpadamy wszyscy.

Celem tych zajęć jest przede wszystkim odczarowanie tego języka. Zamiast uczyć się definicji trudnych słów, uczniowie i uczennice dowiedzą się, jak demaskować marketingowe iluzje i zadawać najważniejsze konsumenckie pytanie – co to urządzenie tak naprawdę potrafi?

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- rozpoznają w codziennych przekazach reklamowych mechanizm nadużywania skomplikowanych, technologicznych pojęć do opisywania prostych rozwiązań,
- rozumieją, że pseudonaukowy język i dodawanie nowoczesnych, modnych haseł (np. związanych ze sztuczną inteligencją) służą często jedynie sztucznemu zawyżaniu wartości zwykłych przedmiotów,
- potrafią oddzielić rzeczywiste funkcje produktu od wyolbrzymionej narracji marketingowej,
- rozwijają krytyczny dystans, ucząc się samodzielnego demaskowania trików stosowanych w opisach produktów.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie	**Refleksja**	**Teoria**	**Praktyka**
10 min	10 min	10 min	15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 **Przywitaj klasę i powiedz, że na początek dzisiejszych zajęć poprosisz ich o wcielenie się w rolę pierwszych recenzentów i testerów nowych technologii.** Wyjaśnij uczniom i uczennicom, że za moment do ich rąk trafi poufny, przedpremierowy opis niezwykle innowacyjnego urządzenia, które już wkrótce ma pojawić się na półkach sklepowych.

2 **Podziel klasę na 5–6 małych zespołów roboczych.** Rozdaj każdej grupie po jednym egzemplarzu karty pracy (Załącznik 1), na której znajduje się krótki, nasycony skomplikowanym słownictwem tekst reklamowy.

3 Sformułuj intrygujące polecenie:

> **POWIEDZ**
> „Przed Wami oficjalna specyfikacja urządzenia określanego jako ISTO-X. Waszym zadaniem jest uważne przeczytanie tego opisu w grupach i rozszyfrowanie, czym właściwie jest ten przedmiot. Na podstawie tekstu spróbujcie wyobrazić sobie, jak on wygląda, do czego służy i jakie pełni funkcje. Naradźcie się w zespołach, zapiszcie swoje typy, a jeśli macie ochotę – zróbcie obok szkic tego urządzenia.”

4 **Daj zespołom około 5 minut na swobodną dyskusję, zastanawianie się nad znaczeniem trudnych słów i tworzenie własnych, z pewnością równie kreatywnych koncepcji.** Czuwaj nad przebiegiem procesu, ale na tym etapie absolutnie nie podpowiadaj i nie tłumacz znaczenia poszczególnych zwrotów – pozwól uczniom i uczennicom w pełni zderzyć się z niezrozumiałym, „naukowym” opisem.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 **Poproś przedstawicieli poszczególnych grup o zaprezentowanie rezultatów ich pracy.** Zapytaj, jak wyobrazili sobie urządzenie ISTO-X i do jakich celów ich zdaniem mogłoby ono służyć. Z racji użytego w tekście specjalistycznego słownictwa, uczniowie i uczennice najpewniej będą typować kombinezony kosmiczne, zaawansowane roboty, nowoczesne drony lub sprzęt laboratoryjny.

2 **Gdy wszystkie zespoły podzielą się swoimi pomysłami, zatrzymaj dyskusję i ujawnij prawdziwy kontekst zadania.**

POWIEDZ

„Czas na małe zderzenie z rzeczywistością rynkową. Opis, który analizowaliście i który wywołał tak „kosmiczne" skojarzenia, dotyczy w rzeczywistości... zwykłego szkolnego plecaka z dwoma przegródkami i zamkiem błyskawicznym."

OPIS PRODUCENTA		CO TO NAPRAWDĘ JEST
Innowacyjny System Transportu Osobistego (ISTO-X)	→	**szkolny plecak**
Powłoka z nanowłókien	→	**zwykły materiał syntetyczny**
Moduł Deep Learning i algorytm haptyczny	→	**zwykłe, regulowane szelki, które można dopasować do kształtu pleców**
Polimer blokujący promieniowanie UV	→	**materiał barwiony w sposób, który uodparnia na blaknięcie w słońcu**
Kwantowa struktura zamków kinetycznych	→	**zwykły zamek błyskawiczny (suwak)**
Bezstratna izolacja ekosystemu wewnętrznego	→	**książki i zeszyty nie zmokną, bo plecak jest zrobiony z nieprzemakalnego materiału**

3 Poczekaj, aż w klasie opadnie pierwsze zaskoczenie, a następnie wykorzystaj ten moment, żeby wspólnie przeanalizować, jak łatwo dać się złapać w marketingową pułapkę. Poprowadź dalszą rozmowę, zadając serię pytań naprowadzających:

- Co zadziałało na naszą wyobraźnię? Dlaczego czytając o cechach plecaka, pomyśleliśmy o zaawansowanej technologii przyszłości? Które konkretne zwroty najbardziej zmyliły naszą intuicję? Jak sądzicie, jakie zdjęcia producent mógłby dorzucić do takiego tekstu w internecie, żebyśmy jeszcze mocniej uwierzyli w jego „kosmiczność"? (Młodzież zapewne wskaże tu naukowców w fartuchach, zbliżenia na mikroskopijne włókna czy kolorowe wykresy.)
- Jak działa na nas niezrozumiały tekst? Jak czuliście się podczas lektury tego opisu? Czy podświadomie uznaliście ten tekst za mądry i profesjonalny tylko dlatego, że był skomplikowany i trudny do zrozumienia?
- Jakie mogą być konsekwencje tej iluzji? Gdyby ten plecak leżał w sklepie z ceną 500 zł, a obok stał identyczny, opisany prostym językiem – za 100 zł, czy ta zaawansowana specyfikacja mogłaby przekonać kogoś, że warto za niego przepłacić?

4 Podsumowując tę część rozmowy, pomóż uczniom i uczennicom wyciągnąć kluczowy wniosek – poważnie brzmiące słowa i „zaawansowane technicznie" zdjęcia, ilustracje, schematy czy wykresy mają ogromną moc zmieniania tego, jak oceniamy wartość rzeczy.

Bardzo często jako konsumenci i konsumentki ulegamy złudzeniu, że jeśli jakiś opis brzmi naukowo i jest przez to mało zrozumiały, to reklamowany w ten sposób produkt musi być niezwykle nowoczesny, skuteczny i wart wysokiej ceny.

W rzeczywistości za tą językową i wizualną kurtyną zwykle kryją się najprostsze i zupełnie zwyczajne przedmioty codziennego użytku.

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 **Wytłumacz klasie, że mechanizm, którego przed chwilą doświadczyli podczas analizy tekstu o ISTO-X, to powszechna i niezwykle skuteczna strategia rynkowa.** Możemy ją nazwać tworzeniem technologicznej iluzji lub technologicznym kamuflażem. Polega ona na celowym komplikowaniu przekazu i ubieraniu codziennych produktów w szaty zaawansowanej nauki, aby sztucznie podbić ich wartość w oczach konsumenta.

2 Następnie powiedz uczniom i uczennicom, że zrozumienie tego mechanizmu staje się znacznie łatwiejsze, gdy przyjrzymy się konkretnym zabiegom, po które najchętniej sięgają twórcy współczesnych reklam:

Pozorna naukowość i profesjonalizm

– jako konsumenci i konsumentki podświadomie ulegamy autorytetowi trudnych pojęć. Kiedy stykamy się z opisem pełnym specjalistycznych terminów, intuicyjnie zakładamy, że produkt jest przełomowy, niezawodny i wart wysokiej ceny. Rzadko zadajemy sobie wtedy trud, by sprawdzić, czy za skomplikowanymi słowami kryje się realna rewolucja.

Gra obrazem i słowem

– ta rynkowa iluzja rzadko ogranicza się do samego tekstu. Abyśmy w pełni uwierzyli w wyjątkowość produktu, specjaliści od reklamy łączą zawiłe opisy z odpowiednią oprawą wizualną.

Wykorzystują do tego futurystyczne zdjęcia, laboratoryjne tła, rysunki techniczne, schematy budowy czy wykresy z procentami. Całość tworzy wrażenie obcowania z technologią jutra.

Wykorzystywanie słów-kluczy i tzw. zjawisko *AI-washingu*

– to obecnie jedna z najpopularniejszych praktyk na rynku, polegająca na masowym i często bezpodstawnym przypisywaniu produktom cech sztucznej inteligencji. Słowem „AI” czy „Smart” nazywa się dziś najbardziej podstawowe mechanizmy, które w technologii znamy od dekad (np. zwykły czujnik ruchu czy prosty termostat), tylko po to, by podbić prestiż oferty.

Wymyślanie własnych nazw

– producenci często rezygnują z powszechnie znanych określeń na rzecz autorskich, skomplikowanych nazw, które brzmią jak poważne odkrycia naukowe. Zamiast napisać „zamek błyskawiczny”, używają sformułowań typu „kwantowa struktura zamków kinetycznych”, co budzi w kliencie poczucie, że kupuje rozwiązanie unikalne na skalę światową.

Wyolbrzymianie

– zabieg ten polega na podnoszeniu zupełnie prozaicznych, podstawowych cech produktu do rangi niezwykłych osiągnięć inżynierii. Zwykła, fabryczna nieprzemakalność materiału czy odporność tkaniny na płowienie na słońcu jest opisywana jako „bezstratna izolacja ekosystemu wewnętrznego przed czynnikami atmosferycznymi".

3 **Na koniec tej części zajęć podsuń klasie prostą metodę obrony przed takimi sztuczkami.**

Powiedz im, że najprostszym sposobem na przejrzenie podobnych mechanizmów marketingowych jest „obranie" komunikatu reklamowego z trudnych słów.

Kiedy widzą ofertę naładowaną ogromną liczbą skomplikowanych wyrazów nawiązujących do zaawansowanej technologii, powinni zadać sobie jedno kluczowe pytanie – „Gdybym miał wytłumaczyć działanie tego przedmiotu młodszemu rodzeństwu, to co on tak naprawdę ROBI?".

Jeśli odpowiedzią jest po prostu „pisze", „świeci" albo „trzyma książki" – cała technologiczna iluzja natychmiast pryska.

CZĘŚĆ IV

+ *Praktyka*

OK. 15 MINUT

1 **Zaproponuj uczniom i uczennicom odwrócenie ról.** Skoro wiedzą już, w jaki sposób autorzy opisów wykorzystują skomplikowane słownictwo technologiczne do wywoływania określonej iluzji, czas sprawdzić, jak łatwo można taki mechanizm stworzyć samodzielnie.

Poinformuj osoby uczestniczące w zajęciach, że za chwilę zamienią się w zespoły kreatywne agencji marketingowej, które otrzymały nietypowe zadanie – muszą przedstawić najzwyklejsze, codzienne przedmioty szkolne w taki sposób, aby brzmiały jak szczytowe osiągnięcia współczesnej inżynierii.

2 **Rozdaj każdemu zespołowi po jednym egzemplarzu nowej karty pracy (Załącznik 2).**

Zwróć uwagę młodzieży, że znajduje się na niej podręczny słowniczek skomplikowanych

pojęć, przedrostków i zwrotów (które mogą wykorzystać do tworzenia swoich pomysłów), a pod nim miejsce na przygotowanie własnej kampanii. Każda grupa powinna wybrać dla siebie jeden bardzo prosty, tradycyjny przedmiot, który można znaleźć w piórniku (np. ołówek, gumkę do ścierania, temperówkę lub linijkę).

3 Sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Wybierzcie z listy jeden przedmiot i spróbujcie stworzyć dla niego zupełnie inną, nowoczesną nazwę, posiłkując się – jeśli chcecie – słowami z przygotowanego zestawienia. Następnie napiszcie krótki komunikat reklamowy. Waszym celem jest opisanie najbardziej podstawowych, fizycznych funkcji tego przedmiotu – na przykład tego, że linijka pozwala narysować prostą kreskę – ale przy użyciu jak najbardziej skomplikowanych i poważnie brzmiących pojęć. Dajcie się ponieść wyobraźni, pamiętając jednak, by pod tą skomplikowaną warstwą językową kryła się prawda o faktycznym działaniu danej rzeczy."

4 **Daj grupom kilka minut na wspólną burzę mózgów, dobieranie słów i redagowanie komunikatów.**

Przechadzaj się między ławkami, wspierając zespoły w kreatywnym przekształcaniu prostych czynności w „zaawansowane procesy".

Po upływie wyznaczonego czasu poproś reprezentantów poszczególnych zespołów o uroczyste odczytanie swoich propozycji na forum klasy.

5 **Po wysłuchaniu wszystkich prezentacji zrób krótkie podsumowanie.** Zauważ, jak łatwo było zamienić zwykły ołówek w kosmiczny emiter grafenu, a gumkę w polimerowy system korekcji.

Przypomnij uczniom i uczennicom, że dokładnie te same zabiegi stosują firmy w prawdziwym świecie. Oczywiście nie oznacza to, że tego typu określenia są zawsze kłamstwem – nowoczesne, zaawansowane technologie przecież realnie istnieją i zmieniają nasz świat.

Chodzi jednak o to, by w przyszłości, gdy zobaczą w sieci produkt reklamowany za pomocą haseł o „inteligentnych mikromodułach AI", potrafili uruchomić wypracowany dzisiaj analityczny dystans i zapytać, jakie rzeczywiste funkcje kryją się pod tym opisem.

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

Czym jest to tajemnicze urządzenie?

Instrukcja: Wyobraźcie sobie, że Wasz zespół otrzymał przedpremierowy, poufny opis nowego urządzenia. Przeczytajcie go bardzo uważnie. Spróbujcie wspólnie odgadnąć, czym jest ISTO-X, do czego może służyć i jakie ma funkcje. Możecie go też naszkicować.

Opis z folderu reklamowego producenta:

Prezentujemy Innowacyjny System Transportu Osobistego (ISTO-X) – absolutny przełom w miejskiej mobilności. Urządzenie zostało wyposażone w zaawansowaną powłokę z nanowłókien. Posiada zintegrowany moduł Deep Learning, który dzięki inteligentnemu algorytmowi haptycznemu bezbłędnie dostosowuje środek ciężkości do biometrii i układu kostnego użytkownika. Zewnętrzna powierzchnia pokryta jest innowacyjnym polimerem blokującym promieniowanie UV, a kwantowa struktura zamków kinetycznych gwarantuje bezstratną izolację ekosystemu wewnętrznego przed czynnikami atmosferycznymi.

Czym Waszym zdaniem jest ten przedmiot i do czego służy?

Jakie ma niezwykłe funkcje?

Jakie wywarł na Was wrażenie?

(np. wydaje się drogi/tani, nowoczesny/zwyczajny)

Jak wygląda?

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Jak stworzyć technologiczną iluzję?

Instrukcja: Wcielcie się w rolę specjalistów i specjalistek od marketingu w nowoczesnej agencji reklamowej. Waszym zadaniem jest przedstawienie jednego, zupełnie zwyczajnego przedmiotu, który na co dzień można znaleźć w piórniku, w taki sposób, aby w oczach klientów brzmiał jak szczytowe osiągnięcie współczesnej nauki i techniki. Projektując swoją kampanię możecie wykorzystać znajdujący się poniżej podręczny słowniczek skomplikowanych pojęć, przedrostków i zwrotów.

Podręczny słowniczek zaawansowanych pojęć

Nowoczesne przedrostki

nano-, smart-, cyber-, ultra-, bio-, kwantowy-, AI-

Skomplikowane rzeczowniki

algorytm, moduł, mikromoduł, system, ekosystem, sensory, polimer, interfejs, emiter, struktura, procesor, generacja

Poważnie brzmiące czasowniki

optymalizuje, synchronizuje, integruje, skanuje, kalibruje, koryguje, stabilizuje, analizuje, generuje

Jaki przedmiot z Waszego piórnika wybieracie?

Jaką nadajecie mu nową nazwę?

Jak brzmi treść reklamy?

(Opiszcie najbardziej podstawowe zadanie tego przedmiotu – np. to, że ołówek pisze, a gumka wymazuje błędy – ale używając jak największej liczby skomplikowanych i poważnie brzmiących pojęć.)

14.

„Zdania w studiu są podzielone...”,

czyli jak media tworzą spory tam, gdzie nauka o technologii jest zgodna?

OBSZAR
dezinformacja technologiczna

GRUPA DOCELOWA
szkoła ponadpodstawowa

CZAS TRWANIA
45 minut

Wstęp

Programy publicystyczne, internetowe *talk-show* czy debaty na platformie YouTube uwielbiają dynamikę. Aby przyciągnąć widzów przed ekrany, twórcy i twórczynie takich formatów bardzo często opierają je na prostym, ale niezwykle skutecznym schemacie – starciu ze sobą dwóch przeciwstawnych opinii.

Kiedy tematem dyskusji staje się skomplikowana, nowa technologia – na przykład budowa elektrowni jądrowej, wykorzystanie sztucznej inteligencji do wspomagania diagnostyki medycznej czy infrastruktura sieci telekomunikacyjnych – zdarza się, że w studiu naprzeciwko siebie siadają przedstawiciele dwóch skrajnych obozów. Widzowie mają odnieść wrażenie, że uczestniczą w uczciwej, sprawiedliwej i odpowiednio wyważonej debacie.

Fałszywa równowaga

W rzeczywistości jednak ten rzekomy obiektywizm bywa bardzo zwodniczy. Sytuację tę nazywamy **fałszywą równowagą** (ang. *false balance*). Zjawisko to polega często na zestawieniu ze sobą w mediach osób o diametralnie różnym zapleczu merytorycznym i traktowaniu ich głosów jako równorzędnych.

Z jednej strony stołu siada ekspert reprezentujący **konsensus naukowy** (czyli stanowisko poparte dekadami badań i tysiącami niezależnych testów). Z drugiej – celebryta, influencer lub popularny komentator, którego argumentem są na przykład głębokie, ale osobiste przekonania, zasłyszane anegdoty lub tzw. „zdrowy rozum”.

Pozory kontrowersji

Dla młodego odbiorcy (choć zjawisko to w równym stopniu dotyka także osób dorosłych) przekaz płynący z tak zaplanowanej debaty jest w gruncie rzeczy jednoznaczny – skoro obie strony mają tyle samo czasu antenowego, to prawda musi leżeć gdzieś pośrodku, a badacze, uznani specjaliści i niekwestionowane autorytety naukowe są w tej sprawie podzieleni na dwa symetryczne obozy. W ten sposób media, w pogoni za klikalnością i widowiskowym sporem, tworzą pozory kontrowersji tam, gdzie w świecie nauki od dawna może panować niemal powszechna zgoda.

UWAGA METODYCZNA

Podczas prowadzenia zajęć warto pamiętać o tym, że ich głównym celem nie jest kwestionowanie prawa do pluralizmu w mediach ani udowadnianie, że przed kamerą powinni wypowiadać się wyłącznie utytułowani profesorowie. Chodzi przede wszystkim o zdemaskowanie mechanizmów, w zgodzie z którymi konstruowana jest dziś często debata publiczna.

Kiedy uczniowie i uczennice zrozumieją, że symetria w studiu przy tematach przedstawianych jako kontrowersyjne rzadko kiedy odzwierciedla faktyczny stan wiedzy naukowej, zaczną krytycznie oceniać nie tylko jakość samych argumentów, ale również to, dlaczego wydawca programu zestawił ze sobą akurat tych konkretnych gości, w konsekwencji sprowadzając wielowymiarowy problem do prostej, czarno-białej walki dwóch obozów.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- definiują zjawisko fałszywej równowagi (ang. *false balance*) i rozumieją, w jaki sposób zniekształca ono odbiór informacji o nowoczesnych technologiach,
- rozumieją pojęcie konsensusu naukowego, odróżniając go od pojedynczych opinii czy dowodów anegdotycznych,
- dostrzegają zjawisko stronniczości mediów (ang. *media bias*) oraz wybrane mechanizmy funkcjonowania współczesnych platform medialnych, nastawionych na przyciąganie zainteresowania odbiorców,
- analizują strukturę debat internetowych oraz telewizyjnych, identyfikując sytuacje, w których skrajnie odmienne stanowiska są sztucznie przedstawiane jako równorzędne.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie	**Refleksja**	**Teoria**	**Praktyka**
10 min	10 min	10 min	15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 **Przywitaj klasę i poinformuj, że dzisiejsze zajęcia rozpoczną się nietypowo – od wejścia za kulisy wielkiej produkcji telewizyjnej.**
Wyjaśnij, że uczniowie i uczennice wcielą się w zespoły wydawców i reżyserów odpowiedzialnych za ramówkę popularnego kanału informacyjnego.

2 **Podziel klasę na 5–6 małych zespołów.**
Rozdaj każdej grupie po jednym egzemplarzu karty pracy (Załącznik 1) – znajduje się na niej lista nazwisk potencjalnych gości w programie telewizyjnym. Sformułuj precyzyjne polecenie:

POWIEDZ

„Wasza stacja przygotowuje w paśmie najwyższej oglądalności specjalne wydanie programu publicystycznego pt. „Starcie Opinii". Tematem odcinka jest planowana budowa nowoczesnej elektrowni jądrowej – inwestycja, która niezwykle mocno polaryzuje społeczeństwo. Macie w studiu dokładnie cztery wolne fotele. Na karcie pracy znajdziecie sylwetki ośmiu osób, które zgodziły się przyjąć zaproszenie. Waszym zadaniem jest wybranie takiej czwórki gości, która zagwarantuje Wam głośny, pełen emocji program, a jednocześnie zachowa w studiu idealną symetrię i równowagę stanowisk. Przedyskutujcie to w zespołach, wybierzcie swoją czwórkę i krótko uzasadnijcie, jaki był Wasz klucz doboru."

3 **Daj grupom około 5 minut na swobodną dyskusję i podjęcie decyzji.**
Czuwaj nad procesem, ale na tym etapie powstrzymaj się od jakichkolwiek sugestii.

Pozwól im zdać się na intuicję i samodzielnie zaprojektować format, który ich zdaniem będzie najbardziej angażujący i wygeneruje najwyższą oglądalność.

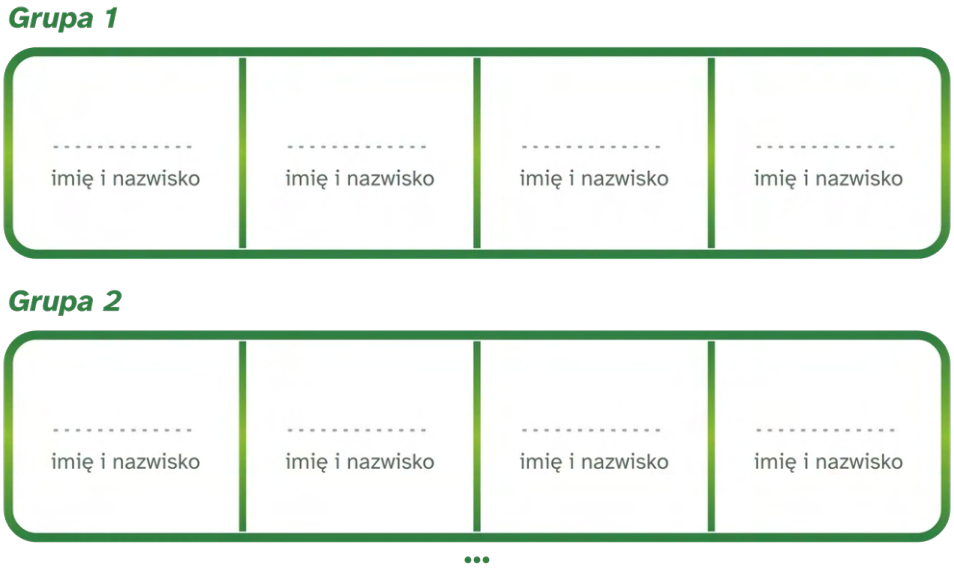
CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 **Poproś reprezentantów poszczególnych zespołów o przedstawienie wyników ich obrad.** Narysuj na tablicy tyle zestawów „foteli" (czterech połączonych ze sobą kwadratów), ile jest grup w klasie. Wpisz imiona i nazwiska wybranych gości do

kwadratów przypisanych poszczególnym zespołom (np. Grupa 1: [imię i nazwisko] [imię i nazwisko] [imię i nazwisko] [imię i nazwisko]). Dzięki temu cała klasa zyska przejrzysty podgląd na wybory wszystkich grup.



2 **Zwróć uwagę klasy na powtarzający się na tablicy schemat.**

W większości zestawów grupy intuicyjnie ułożą klasyczny model „2 na 2" – wybiorą dwójkę merytorycznych ekspertów (np. prof. Kowalską i inż. Wiśniewskiego) oraz dwójkę wyrazistych przeciwników (np. influencera „Krzyka", Mariolę Ziębę czy świetnie brzmiącego prezesa Wolańskiego). Pogratuluj im – z biznesowego punktu widzenia stworzyli programy idealne, zapewniające stacji ognistą dyskusję w studiu i dające pożądany efekt sprawiedliwego, równego sporu.

3 W tym momencie zatrzymaj dyskusję, a następnie zadaj klasie jedno kluczowe pytanie: „Przyjrzyjmy się teraz zaproszonym przez Was gościom z innej strony. Kto z nich na waszej liście ma faktyczne wykształcenie i kompetencje w dziedzinie fizyki lub inżynierii jądrowej?".

Daj uczniom i uczennicom chwilę na ponowne zerknięcie w notatki. Klasa szybko zorientuje się, że prof. Cetniewski to socjolog, Wolański to prezes zarządu fundacji, a „Krzyk" to znany influencer.

KLUCZ: KTO MA KOMPETENCJE W DZIEDZINIE ENERGETYKI JĄDROWEJ?

TWARDE DANE **Prof. Anna Kowalska** fizyczka jądrowa	OPINIE **Janusz „Krzyk” Nowak** influencer
TWARDE DANE **Dr Tomasz Makowski** bezpieczeństwo radiologiczne	OPINIE **Mariola Zięba** stowarzyszenie „Bezpieczne Osiedle”
TWARDE DANE **Piotr Wiśniewski** inżynier obiektów energetycznych	OPINIE **Prof. Marek Cetniewski** socjolog i kulturoznawca
TWARDE DANE **Dr inż. Ewa Maj** klimatolożka, analityczka danych	OPINIE **Artur Wolański** prezes zarządu instytutu

4 Zwróć uwagę na to, co odkryli:

POWIEDZ

„Większość z Was zbudowała modelową telewizyjną symetrię – dwie osoby „za” i dwie osoby „przeciw”. Zobaczcie jednak, co się pod nią kryje.
Profesor Kowalska, dr Maj czy inżynier Wiśniewski opierają się na twardych danych i badaniach. Ich oponenci w studiu, choć wyglądają profesjonalnie albo mają tytuły naukowe z innych dziedzin, opierają się w tym temacie głównie na własnych opiniach i przekonaniach. Ich merytoryczne zaplecze z zakresu fizyki jądrowej jest w większości dość niewielkie, więc ta debata z perspektywy rzetelności naukowej wcale nie jest równa.”

5 Poprowadź dalszą, krótką dyskusję z klasą, zadając następujące pytania naprowadzające:

- **Wyobraźcie sobie przeciętnego widza, który włącza telewizor i widzi tak ułożony panel dyskusyjny. Jakie odniesie wrażenie?**
  (Prawdopodobnie uzna, że środowisko naukowe jest w tej sprawie podzielone równo pół na pół, a sama technologia wciąż budzi ogromne wątpliwości wśród ekspertów.)

- **Czy fakt, że prowadzący program dał obu stronom dokładnie tyle samo czasu na wypowiedź, sprawił, że debata była rzetelna? Kto tak naprawdę zyskał na tej symetrii?**
  (Zyskali przeciwnicy bez zaplecza naukowego, bo ich prywatne, często emocjonalne opinie, zyskały w oczach widzów rangę równą twardym ustaleniom naukowym.)
- **Załóżmy, że chcemy ułożyć zestawienie gości tak, aby uczciwie odzwierciedlało stan wiedzy na ten temat (czyli fakt, że ogromna większość naukowców zgadza się co do bezpieczeństwa elektrowni atomowych). Jak musiałby wyglądać taki program?**
  (Uczniowie szybko dostrzegą, że naprzeciwko jednego influencera musiałoby usiąść wielu inżynierów i inżynierek. Żadna stacja nie stworzy jednak takiego formatu, bo zostałby uznany za „nudny" i jednostronny.)

FAŁSZYWA RÓWNOWAGA: CO WIDZI WIDZ, A JAK WYGLĄDA STAN WIEDZY

W STUDIU	W ŚWIECIE NAUKI
2 na 2, ten sam czas antenowy	**Konsensus kontra pojedyncza opinia**
2 : 2	**dziesiątki : 1**
Osoby z kompetencjami : Osoby z opiniami	Ekspertów i ekspertek : Pojedyncza opinia
Wrażenie: „naukowcy są podzieleni pół na pół".	Uczciwy program: naprzeciwko jednego influencera kilkudziesięciu inżynierów i inżynierek.

6 Podsumuj tę część zajęć jasnym wnioskiem wprowadzającym do części teoretycznej:

POWIEDZ

„Współczesny rynek medialny często wypacza definicję obiektywizmu. Przyjęło się, że dobre dziennikarstwo polega na zaproszeniu do studia dwóch przeciwnych stron i zapewnieniu im równych szans na wypowiedź. Kiedy jednak jedna strona opiera się na udokumentowanych faktach, a druga głównie na własnych przekonaniach, zrównanie ich pozycji w świetle kamer staje się uproszczeniem. W ten sposób, w walce o oglądalność, media tworzą iluzję sporu naukowego tam, gdzie w rzeczywistości panuje zgoda ekspertów. Warto pamiętać również o tym, że w rzeczywistości skomplikowane zagadnienia rzadko mają tylko dwie strony – „za" i „przeciw". Zwykle kryją w sobie mnóstwo niuansów i odcieni szarości. Redakcje często spłaszczają tę złożoność do pojedynku dwóch skrajnych obozów, bo taki spór to po prostu łatwy w odbiorze i świetnie sprzedający się produkt medialny."

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 Nawiąż do wniosków z dyskusji i wyjaśnij klasie, że ich intuicyjne spostrzeżenia idealnie pokrywają się z mechanizmami, które na co dzień badają medioznawcy i medioznawczynie.

2 Aby ułatwić uczniom i uczennicom szybkie rozpoznawanie tych zjawisk we współczesnych mediach, wprowadź kilka kluczowych pojęć:

Fałszywa równowaga (ang. *false balance*)

– to szkodliwa praktyka medialna polegająca na prezentowaniu dwóch przeciwstawnych opinii tak, jakby były one równie ważne, wiarygodne i uzasadnione merytorycznie (nawet jeśli jedna ze stron opiera się na faktach, a druga na własnych przekonaniach). Sam format debaty, ten sam czas antenowy czy te same pytania od prowadzącego podświadomie sugerują widowni, że „prawda leży gdzieś pośrodku", co całkowicie zniekształca obiektywny stan wiedzy. Dodatkowo mechanizm ten sprowadza skomplikowane, wielowymiarowe zjawiska do pojedynku dwóch skrajności – tworząc widowiskowy produkt mediany, w którym łatwo gubi się faktyczna złożoność problemu.

Konsensus naukowy a dowód anegdotyczny

– konsensus to zbiorowe stanowisko przytłaczającej większości specjalistów w danej dziedzinie, wypracowane po latach niezależnych badań na całym świecie.

Kiedy 97% badaczy i badaczek zgadza się co do faktów (np. w kwestii bezpieczeństwa szczepionek czy zmian klimatycznych), próba podważenia ich stanowiska za pomocą dowodu anegdotycznego – czyli haseł typu „a znajomy mojej znajomej zachorował" albo „przecież wczoraj padał śnieg" – nie ma w gruncie rzeczy żadnego merytorycznego uzasadnienia. To nie są przecież dwa równorzędne punkty widzenia.

Stronniczość mediów (ang. *media bias*)

– to, najogólniej mówiąc, odchylenie od obiektywizmu, skłonność mediów do pokazywania rzeczywistości przez określony filtr. O zjawisku tym można mówić w dwóch perspektywach. Pierwsza z nich to perspektywa światopoglądowa. Redakcje rzadko są w pełni neutralne, często mają własną linię programową, konkretne przekonania I sympatie. Z tego powodu celowo dobierają tematy, pytania oraz samych gości w taki sposób, aby udowodnić z góry założoną tezę i narzucić widzom określoną narrację. Druga perspektywa ma charakter stricte komercyjny i wynika z walki o nasze zaangażowanie. Media to biznes, a chłodna, merytoryczna wymiana argumentów między ekspertami rzadko generuje miliony wyświetleń. O wiele lepiej sprzedają się kontrowersje, skrajne emocje i głośna awantura w studiu.

3 Zakończ tę część zajęć krótkim komentarzem:

POWIEDZ

„Jako widzowie telewizyjni czy użytkownicy internetu rzadko mamy wpływ na to, kogo reżyser czy youtuber zaprosi do swojego programu. Mamy jednak pełną kontrolę nad tym, jak interpretujemy to, co widzimy. Waszą najlepszą obroną jest wyrobienie w sobie umiejętności zadawania jednego prostego pytania – czy osoby, które właśnie kłócą się na ekranie, w świetle faktów i rzetelnej nauki na pewno mają taką samą wiedzę i kompetencje?”

CZĘŚĆ IV

Praktyka

OK. 15 MINUT

1 **Przejdź do części praktycznej i rozdaj dotychczasowym zespołom drugą kartę pracy (Załącznik 2).**
Wytłumacz, że w ramach zadania przyjmą perspektywę krytycznych widzów i widzek popularnych debat telewizyjnych lub internetowych.

2 Sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Macie przed sobą trzy krótkie opisy programów publicystycznych. Waszym zadaniem jest przeprowadzenie weryfikacji ich wiarygodności. Przy każdej debacie odpowiedzcie na dwa pytania. Po pierwsze – jakie błędy w nich dostrzegacie? Po drugie – jak zmienilibyście ich tytuł, skład, zachowanie prowadzącego czy omawiane przykłady, aby program rzetelnie informował widza o faktach, zamiast nabijać sztuczne zasięgi?”

3 **Daj grupom kilka minut na swobodną dyskusję, analizę opisów i zapisanie wniosków na kartach pracy.**

Po upływie czasu poproś reprezentantów poszczególnych zespołów o zaprezentowanie wyników swojej pracy.

4 Gdy zespoły podzielą się swoimi pomysłami, zwróć uwagę klasy na to, że mechanizmy, które zostały dzisiaj omówione, wcale nie dotyczą dziś wyłącznie debat na temat nowoczesnych technologii.

Zapytaj uczniów i uczennice, czy przychodzą im do głowy inne obszary życia publicznego, w których media często tworzą iluzję równego sporu, choć jedna ze stron opiera się na twardych dowodach naukowych, a druga wyłącznie na własnych przekonaniach i opiniach? (Młodzież może wskazać tutaj m.in. kwestie zdrowotne, klimatyczne czy codzienne tematy społeczne.)

UWAGA DLA NAUCZYCIELA

Możesz całkowicie zrezygnować z zadawania tego pytania, jeśli goni Cię czas lub obawiasz się, że otwarcie wątków zdrowotnych (np. szczepionki) czy klimatycznych wywoła w klasie zbyt silną dyskusję, która zdominuje samo zakończenie zajęć.

5 **Na koniec pokrótce podsumuj wypowiedzi uczniów i uczennic.**

Podziękuj również całej klasie za udział w zajęciach i zaangażowanie.

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

Program „Starcie Opinii” – karta castingowa

Instrukcja: Jesteście zespołem wydawców i reżyserów pracujących dla dużej stacji telewizyjnej. Waszym zadaniem jest wybranie z poniższej listy dokładnie czterech gości, których posadzicie razem w studiu.

Waszym celem jest zagwarantowanie stacji głośnego, pełnego emocji programu na temat elektrowni jądrowych, a jednocześnie zachowanie w studiu idealnej symetrii i równowagi stanowisk. Zapiszcie swój wybór i krótko uzasadnijcie, czym kierowaliście się podczas selekcji.

Lista potencjalnych gości

Prof. dr hab. Anna Kowalska – fizyczka jądrowa, badaczka z 30-letnim stażem, autorka kilkudziesięciu międzynarodowych publikacji. Mówi bardzo spokojnie, opiera się wyłącznie na danych statystycznych i twardych raportach.

Janusz „Krzyk” Nowak – jeden z najpopularniejszych influencerów w kraju. Nagrywa pełne emocji filmy z samochodu, w których ostrym językiem „punktuje system”. Twierdzi, że elektrownie to zagraniczny spisek. Ma miliony subskrybentów i zawsze gwarantuje stacjom telewizyjnym wysoką oglądalność.

Dr Tomasz Makowski – ekspert państwowego instytutu ds. bezpieczeństwa radiologicznego. Odpowiada za przygotowanie procedur kryzysowych. Bardzo merytoryczny, ale używa trudnego, technicznego żargonu, który bywa usypiający dla widza.

Mariola Zięba – założycielka lokalnego stowarzyszenia „Bezpieczne Osiedle”. Matka trójki dzieci, która panicznie obawia się o ich zdrowie. Jest świetną, naturalną i bardzo emocjonalną rozmówczynią.

Piotr Wiśniewski – inżynier budowy dużych obiektów energetycznych. Odpowiada za wylewanie fundamentów pod największe konstrukcje w Europie. Wie wszystko o wytrzymałości materiałów, certyfikatach i testach bezpieczeństwa.

Prof. dr hab. Marek Cetniewski – socjolog i kulturoznawca z prestiżowego uniwersytetu. W telewizyjnych debatach przekonuje, że elektrownie jądrowe to „narzędzie opresji i niszczenia tradycyjnej tkanki społecznej". Wypowiada się niezwykle płynnie, stanowczo i budzi duży respekt widowni.

Dr inż. Ewa Maj – klimatolożka i analityczka danych. Bada wpływ różnych źródeł energii na środowisko i sprawdza, na ile elektrownie atomowe mogą spowolnić proces globalnego ocieplenia. Jest bardzo charyzmatyczna, mówi prostym językiem i swobodnie czuje się przed kamerą

Artur Wolański – niezależny analityk i prezes zarządu Instytutu Strategii Środowiskowych. W telewizji stanowczo ostrzega przed „nieodwracalnymi zmianami w ekosystemie" i powołuje się na własne, niezależne raporty. Jest bardzo pewny siebie, świetnie radzi sobie w słownych potyczkach z innymi gośćmi, a jego mocne, kontrowersyjne tezy o zagrożeniach idealnie nadają się na paski w programach informacyjnych.

W programie wezmą udział:

Jaki był klucz doboru?

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Rzetelna debata czy tylko walka o zasięgi?

Instrukcja: Przeczytajcie uważnie trzy krótkie opisy programów publicystycznych. Waszym zadaniem jest przeprowadzenie weryfikacji ich wiarygodności i wskazanie ukrytych w nich błędów. Przy każdym przykładzie odpowiedzcie na dwa pytania.

DEBATA 1.

„Czy sieć 5G usmaży nam mózgi?”

Prowadzący zaprasza do studia utytułowanego profesora telekomunikacji zajmującego się problematyką fal radiowych od 20 lat oraz autora popularnego bloga „Sekrety Zdrowia”, który z zawodu jest dietetykiem i twierdzi, że maszty telefoniczne powodują chroniczne bóle głowy, przywołując m.in. maile od swoich czytelników.

Prowadzący daje każdemu z nich po 5 minut na odpowiedź, a na koniec zadaje pytanie do publiczności – „Który z panów ma rację?”.

Gdzie leży błąd?

Jak naprawić ten program?

DEBATA 2.

„Sztuczna inteligencja zniszczy medycynę?”

W programie śniadaniowym zaplanowano rozmowę o wsparciu algorytmów AI w wykrywaniu nowotworów. Gośćmi są główny onkolog szpitala klinicznego, w którym tego typu oprogramowanie jest już częścią standardowej procedury diagnostycznej, oraz autor książek science-fiction, który ostrzega, że algorytmy to wstęp do buntu maszyn, opierając się na motywach znanych z filmów i kultury popularnej.

Pasek u dołu ekranu głosi: „AI w medycynie – szansa czy wyrok śmierci?”.

Gdzie leży błąd?

Jak naprawić ten program?

Debata 3.

„Auta elektryczne – ekozbawienie czy oszustwo?”

Do dyskusji o przyszłości transportu zaproszono ekspertkę z instytutu inżynierii materiałowej, która bada cykl życia i recykling nowoczesnych baterii. Jej oponentem jest znany rajdowiec i prezenter motoryzacyjny, który nie lubi jeździć „elektrykami”, bo nie słychać w nich odgłosu „prawdziwego silnika”. Ostatnio czytał też gdzieś, że często się psują.

Wydawca rozpoczyna dyskusję od zdania – „Oto dwa spojrzenia na przyszłość naszych dróg!”.

Gdzie leży błąd?

Jak naprawić ten program?

15.

W sieci domysłów,

czyli jak demaskować teorie spiskowe wokół technologii?

OBSZAR
dezinformacja technologiczna

GRUPA DOCELOWA
szkoła ponadpodstawowa

CZAS TRWANIA
45 minut

Wstęp

Współczesny rozwój technologiczny zachodzi w tempie, które u wielu osób wywołuje naturalne poczucie zagubienia i braku kontroli.

Zjawiska takie jak sieć 5G, promieniowanie elektromagnetyczne czy zaawansowane algorytmy są dla przeciętnego użytkownika całkowicie abstrakcyjne – nie można ich zobaczyć, dotknąć ani intuicyjnie zrozumieć. Ta „niewidzialność" procesów technologicznych tworzy idealne podłoże dla dezinformacji. Kiedy ludzie doświadczają powszechnych, codziennych dolegliwości, takich jak chroniczne zmęczenie, bóle głowy czy bezsenność, podświadomie szukają prostych, zewnętrznych przyczyn. Zamiast brać pod uwagę inne złożone przyczyny danego zjawiska, o wiele chętniej wierzymy w przekonującą opowieść wskazującą jednego, konkretnego winowajcę – jak choćby nowo wybudowany maszt telekomunikacyjny.

Proste odpowiedzi na trudne pytania

Ta potrzeba natychmiastowego wyjaśnienia trudnych spraw leży u podstaw **teorii spiskowych**. Teorie spiskowe to szczególne narracje, które dają odbiorcom złudne poczucie, że w pełni rozumieją otaczającą ich rzeczywistość. Ich najważniejszą cechą jest to, że w skrajnie uproszczony sposób dzielą rzeczywistość na dwie grupy – z jednej strony znajdują się potężne, rządzące światem elity oraz „osoby trzymające władzę", a z drugiej – nieświadomi, oszukiwani obywatele.

Warto przy tym odróżnić je od realnych spisków, które rzeczywiście niekiedy istnieją i z czasem wychodzą na jaw dzięki twardym dowodom. W przypadku **teorii spiskowych** skomplikowane prawa fizyki, procesy naukowe czy procedury administracyjne zostają sprowadzone do prostego, nieopartego na faktach scenariusza o „tajnym układzie skierowanym przeciwko obywatelom".

Strach jako towar

Świetnym przykładem tego mechanizmu jest współczesny niepokój wokół sieci 5G. Opowieści o śmiertelnym zagrożeniu ze strony nadajników nowej generacji nie rozprzestrzeniają się jednak bez powodu – w świecie internetu i mediów społecznościowych strach i sensacja są po prostu doskonałym towarem. Wiadomości, które nas niepokoją lub oburzają, rozchodzą się w sieci najszybciej, ponieważ odruchowo zatrzymujemy na nich wzrok i chętniej podajemy je dalej. Autorzy kanałów czy profili społecznościowych sprawnie wykorzystują to zjawisko do budowania zasięgów.

Kiedy wokół lęku przed nową technologią uda się zgromadzić zaangażowaną i emocjonalnie poruszoną publiczność, znacznie łatwiej jest ją później namówić na zakup płatnych e-booków, zamkniętych subskrypcji czy drogich, niesprawdzonych gadżetów mających rzekomo „blokować szkodliwe fale".

UWAGA METODYCZNA

Prowadzenie tej lekcji wymaga od osoby prowadzącej zachowania absolutnej neutralności i unikania języka stygmatyzacji. Pod żadnym pozorem nie należy wyśmiewać osób wierzących w teorie spiskowe ani używać wobec nich obraźliwych określeń. Wielu ludzi udostępnia te treści w dobrej wierze, napędza ich bowiem autentyczna troska o zdrowie swoje i swoich bliskich.

Zadaniem nauczyciela jest przesunięcie uwagi uczniów i uczennic z oceny ludzi na analizę samego języka teorii spiskowych oraz mechanizmów rynkowych, które na tym strachu zarabiają. Pracujemy wyłącznie na strukturze komunikatów, ucząc młodzież korzystania z narzędzi fact-checkingowych jako tarczy ochronnej przed manipulacją.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- rozpoznają stałe schematy budowania teorii spiskowych wokół nowoczesnych technologii w mediach społecznościowych,
- dostrzegają różnicę między emocjonalnym językiem opartym na strachu a obiektywnymi faktami i badaniami naukowymi,
- rozumieją, czym jest *fact-checking* oraz dlaczego stanowi on kluczowe narzędzie do samodzielnego sprawdzania informacji w sieci,
- rozwijają krytyczny dystans wobec sensacyjnych przekazów internetowych, co pomaga im chronić własne emocje i budować odporność względem treści docierających do nich w przestrzeni cyfrowej.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie	**Refleksja**	**Teoria**	**Praktyka**
10 min	10 min	10 min	15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 **Powiedz, że dzisiejsza lekcja będzie treningiem analitycznego czytania i weryfikacji informacji.**

Wyjaśnij, że sprawdzicie wspólnie, jak za pomocą odpowiedniego doboru słów można uśpić nasz racjonalny krytycyzm i zmienić opis bezpiecznego, codziennego przedmiotu w sensacyjny komunikat, który potrafi wyłączyć logiczne myślenie odbiorców.

2 **Podziel klasę na 5–6 małych zespołów.**

Następnie rozdaj każdej kartę pracy zawierającą krótkie, anonimowym doniesienie z internetu (Załącznik 1).

SFORMUŁUJ POLECENIE

„Wyobraźcie sobie, że Wasz zespół otrzymał do analizy niepokojący wpis, który krąży na różnych forach internetowych. Tekst opisuje pewną technologię, zjawisko lub urządzenie. Przeczytajcie go uważnie w swoich grupach i spróbujcie wspólnie odgadnąć, co dokładnie zostało ukryte pod tymi alarmującymi słowami. Zapiszcie swój typ na kartce, a pod spodem wypiszcie trzy określenia z tekstu, które najbardziej Was zaniepokoiły.”

3 **Pozwól uczniom i uczennicom na swobodną dyskusję w zespołach i daj kilka minut na przeanalizowanie tekstów.**

Pamiętaj o tym, że na tym etapie grupy działają wyłącznie pod wpływem pierwszego wrażenia oraz emocjonalnego, sugestywnego języka opisu. Absolutnie nie podpowiadaj im prawidłowego rozwiązania, nie sugeruj, o jaki przedmiot chodzi, ani nie oceniaj ich typów. Na wspólne rozszyfrowanie zagadki, zderzenie z rzeczywistością i zdemaskowanie wykorzystanych mechanizmów językowych przyjdzie czas w kolejnej części warsztatów.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 **Poproś przedstawicieli poszczególnych zespołów o podzielenie się swoimi przemyśleniami.** Zapytaj, jakie zjawisko, urządzenie lub technologię wytypowali na podstawie przeczytanego tekstu.

Zapisz ich typy na tablicy, tworząc listę pomysłów (uczniowie i uczennice, kierowani emocjonalnym językiem opisu, mogą obstawiać np. broń biologiczną, tajny system inwigilacji satelitarnej, technologię wojskową czy zakazane eksperymenty naukowe).

2 **Po krótkiej wymianie pomysłów, zatrzymaj na chwilę dyskusję i wyjaśnij.**

POWIEDZ

„Wszystkie Wasze zespoły analizowały tekst, który w rzeczywistości opisuje… zwykły, domowy router Wi-Fi (lub standardową osiedlową antenę sieci komórkowej), z którego korzystacie każdego dnia, grając w gry, ucząc się czy przeglądając social media."

3 **Wykorzystaj ten moment zaskoczenia, aby porozmawiać z klasą o tym, jak łatwo nasza wyobraźnia ulega językowej sugestii.** Aby pomóc uczniom i uczennicom samodzielnie przeanalizować to doświadczenie, poprowadź dyskusję wokół następujących pytań:

- Jak to się stało, że opis urządzenia, które większość z nas ma we własnym domu, wywołał skojarzenia z globalnym zagrożeniem lub tajnym eksperymentem?
- Które konkretne słowa (np. „bombardowani", „penetruje", „toksyczna sieć") najbardziej wpłynęły na Waszą wyobraźnię i uśpiły racjonalny krytycyzm?
- Czy fakty podane w tekście są technicznie prawdziwe? (Wyjaśnij, że tak – fale radiowe rzeczywiście fizycznie przenikają przez ściany i ludzkie ciała, choć są przy tym osłabiane i częściowo pochłaniane. Dokładnie na tym polega fizyka łączności bezprzewodowej, ale samo w sobie nie oznacza to szkodliwości). Dlaczego więc ten tekst brzmi jak sensacyjne doniesienie, skoro opisuje przebadaną w gruncie rzeczy codzienność?

4 **Zbierz** najważniejsze głosy z sali i pomóż klasie sformułować kluczowy wniosek z tego doświadczenia – język pełen emocji zmienia sposób, w jaki oceniamy rzeczywistość. Mechanizm manipulacji rzadko jednak opiera się na całkowitym kłamstwie wymyślonym

od zera. O wiele częściej wykorzystuje on prawdziwe fakty, które zostają celowo „ubrane” w alarmującą formę. Zastąpienie neutralnych pojęć słowami o silnym ładunku emocjonalnym automatycznie uruchamia w naszej wyobraźni lęk, zanim w ogóle damy sobie szansę na logiczne i spokojne myślenie.

Podkreśl, że naturalna ostrożność wobec technologii jest w pełni uzasadniona – kluczem jest jednak umiejętność odróżnienia rzetelnej nauki od emocjonalnej pułapki językowej.

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 **Na początek tej części nawiąż bezpośrednio do wniosków wyciągniętych z poprzedniego ćwiczenia.**

MOŻESZ POWIEDZIEĆ

„Świetnie zauważyliście, jak łatwo za pomocą naładowanych emocjami słów zmienić opis dobrze znanego urządzenia w sensacyjny przekaz. Tekst, który przed chwilą analizowaliście, idealnie obrazuje mechanizm powszechny w internecie – dokładnie na nim opierają się teorie spiskowe.”

Następnie zapytaj uczniów i uczennice, czy kiedykolwiek słyszeli to pojęcie, a jeśli tak – czy mogliby zdefiniować je własnymi słowami?

2 **Zbierz odpowiedzi z sali i postaraj się je krótko podsumować.** Następnie powiedz, że teorie spiskowe to w gruncie rzeczy alternatywne wyjaśnienia różnych wydarzeń lub procesów, które zakładają, że oficjalna wersja rzeczywistości jest kłamstwem, a za wszystkim stoi ukryty, celowy plan małej grupy wpływowych ludzi.

Wyjaśnij, że charakteryzuje je m.in. to, że:

Tłumaczą działanie świata w prosty sposób

– zamiast zniuansowanej refleksji nad złożonością danego problemu, dają szybką, czarno-białą odpowiedź, w której od razu wszystko staje się „jasne”.

Często dzielą rzeczywistość na dwie grupy

– po jednej stronie stawiają potężne, zakulisowe „elity" rządzące światem, a po drugiej – nieświadomą, oszukiwaną większość (zwykłych obywateli).

Są w jakimś stopniu zakotwiczone w rzeczywistości

– rzadko są wymyślone od zera. Zawsze wykorzystują jakieś prawdziwe, namacalne fakty (tak jak w naszym ćwiczeniu – router naprawdę emituje fale radiowe, które przenikają przez ściany), ale obudowują je zmanipulowaną interpretacją.

Są oparte na istniejących lękach

– wyrastają tam, gdzie jako ludzie czujemy naturalny niepokój, bezsilność lub brak kontroli nad otaczającym nas światem.

Nieustannie rozwijają się o nowe wątki

– zazwyczaj nie mają ostatecznego końca. Reagują na bieżące wydarzenia, elastycznie dopisując do narracji nowe wątki, przez co stają się odporne na obalenie.

3 **Następnie zapytaj klasę o to, czy przychodzą im do głowy jakieś przykłady teorii spiskowych, o których słyszeli w internecie, telewizji albo w rozmowach ze znajomymi?**

Uczniowie mogą podawać bardzo różne pomysły – od tajemnic Trójkąta Bermudzkiego, przez lądowanie na Księżycu rzekomo nagrane w studiu filmowym, aż po Strefę 51 czy ukrywanie przed ludźmi leków na groźne choroby.

Daj im chwilę na swobodną wymianę haseł.

4 Po krótkiej rozmowie zapytaj uczniów i uczennice o to, jak w takim razie sobie radzić z teoriami spiskowymi, które do nas docierają i na pierwszy rzut oka wydają nam się bardzo prawdopodobne.

Pozwól klasie na krótką wymianę myśli, a następnie wprowadź pojęcie *fact-checkingu*. Wyjaśnij, że to nic innego jak rzetelna weryfikacja informacji, która w praktyce polega po prostu na sprawdzeniu innych, niezależnych źródeł, ale też na uważnym przyjrzeniu się konstrukcji samego tekstu lub komunikatu, który mamy przed oczami.

5 **Zaproponuj klasie krótką burzę mózgów.**

Zapytaj uczniów i uczennice:

POWIEDZ

„Na jakie elementy w samej konstrukcji tekstu lub komunikatu warto Waszym zdaniem zwrócić uwagę, żeby nie dać się złapać w pułapkę manipulacji? Co powinniśmy sprawdzić w pierwszej kolejności?”

6 Uporządkuj odpowiedzi z sali, szczegółowo omawiając pięć najważniejszych kryteriów analizy struktury tekstu:

Źródło i autor

– sprawdzamy, kto to opublikował. Czy pod tekstem podpisała się konkretna osoba swoim prawdziwym imieniem i nazwiskiem? Czy profil lub portal jest anonimowy, czy może za treścią stoi znane i szanowane medium?

Tytuł i język

– patrzymy na styl wypowiedzi. Czy nagłówek krzyczy wielkimi literami i obiecuje odkrycie „ukrywanej prawdy”? Czy język jest spokojny i neutralny, czy raczej uderza w tony oskarżycielskie, wywołując w nas natychmiastowy lęk?

Cytaty i eksperci

– badamy, na czyje autorytety powołuje się autor oraz czy opiera się na rzetelnych badaniach naukowych. Czy w tekście padają konkretne nazwiska ekspertów wraz z nazwami uniwersytetów, na których pracują, oraz odnośnikami do oficjalnych, recenzowanych publikacji?

Czy może zamiast sprawdzonych doniesień ze świata nauki czytamy o tajemniczych „niezależnych badaczach”, których personaliów i dorobku nie da się w żaden sposób zweryfikować?

Dane i fakty

– prześwietlamy liczby. Jeśli w tekście pojawiają się procenty czy statystyki, sprawdzamy, czy autor podał do nich bezpośrednie, oficjalne źródło. Jeśli nie możemy łatwo sprawdzić, skąd pochodzą te liczby, taka informacja powinna od razu wzbudzić naszą zdrową czujność.

Intencja i cel

– zadajemy sobie kluczowe pytanie – dlaczego ktoś to napisał? Czy intencją jest rzetelne poinformowanie nas o faktach, czy raczej celowe wywołanie w nas lęku, abyśmy pod wpływem emocji podbili zasięgi (udostępnili post dalej) albo kupili reklamowany produkt?

7 **Na koniec podsumuj tę część zajęć.**

MOŻESZ POWIEDZIEĆ

„Teorie spiskowe żerują na naszych emocjach i podrzucają nam proste, czarno-białe odpowiedzi. *Fact-checking* to z kolei narzędzie, które przywraca nam kontrolę. Sprawdzając źródła i patrząc na to, jak skonstruowany jest komunikat, po prostu nie dajecie się nabrać."

CZĘŚĆ IV

Praktyka

OK. 15 MINUT

1 **Wprowadź klasę w część praktyczną, przywołując sieć 5G jako przykład obszaru technologicznego, wokół którego wyjątkowo często powstają teorie spiskowe.** Wyjaśnij uczniom i uczennicom, że choć bezpieczeństwo tej technologii potwierdzają liczne badania, a jej działanie regulują surowe normy, w internecie krąży na jej temat wiele mitów i niesprawdzonych informacji. Zaproponuj klasie sprawdzenie w praktyce, jak działa taki mechanizm.

2 Następnie rozdaj zespołom karty pracy (Załącznik 2):

POWIEDZ

„Otrzymaliście przed chwilą karty pracy z przykładowym wpisem z mediów społecznościowych na temat sieci 5G. Waszym zadaniem jest przeanalizowanie tego tekstu z perspektywy fact-checkera. Wykorzystajcie pięć kryteriów, które przed chwilą omówiliśmy. Znajdźcie i wypiszcie na karcie te elementy, które Waszym zdaniem są emocjonalną manipulacją, mają za zadanie wzbudzać strach albo brakuje im wiarygodnych źródeł."

3 **Daj grupom kilka minut na wspólną dyskusję i zapisanie wniosków na kartach.** Obserwuj pracę zespołów i w razie potrzeby podpowiadaj, na jakie elementy (np. brak konkretnych nazwisk, brak odnośników do badań czy ukryty cel komercyjny) warto zwrócić uwagę. Po zakończeniu prac, poproś przedstawicieli grup o podzielenie się swoimi wnioskami na forum. Możesz podzielić to zadanie między poszczególne zespoły

– niech jedna grupa omówi język wpisu, kolejna oceni wiarygodność ekspertów, a następna wskaże cel autora.

4 **Na koniec zwróć uwagę uczniów i uczennic na to, że po przeprowadzeniu takiej analizy tekst przestaje być aż tak sensacyjny, jak wydawał się na początku, ponieważ zaczynamy widzieć mechanizmy, z jakich skorzystał jego autor lub autorka.**

Po tej refleksji podziękuj klasie za aktywny udział w lekcji oraz wspólną pracę podczas analizowania materiałów.

FACT-CHECKING W PIĘCIU KROKACH

1 Źródło i autor	2 Tytuł i język	3 Cytaty i eksperci	4 Dane i fakty	5 Intencja i cel
Kto to opublikował?	Spokój czy krzyk i lęk?	Nazwiska, uczelnie, publikacje?	Skąd te dane i liczby?	Po co ktoś to napisał?

PO CZYM POZNAĆ TEORIĘ SPISKOWĄ?

1 Prosto tłumaczy świat	2 Dzieli na dwie grupy	3 Ma ziarno prawdy	4 Rośnie na lękach	5 Nie ma końca
Czarno-biała opowieść zamiast nauki i niuansów.	Potężne elity kontra oszukiwana większość.	Prawdziwy fakt, zmanipulowana interpretacja.	Szczególnie skuteczna tam, gdzie czujemy bezsilność.	Dopisuje nowe wątki, nie da się jej obalić.

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

Co to jest?

Instrukcja: Przeczytajcie poniższy tekst i spróbujcie odpowiedzieć na pytanie – jakie urządzenia, zjawiska lub technologii dotyczą te słowa?

To dzieje się teraz, w naszych domach i na naszych ulicach. Jesteśmy bezustannie, przez całą dobę, bombardowani niewidzialnym dla oka promieniowaniem sztucznego pochodzenia. Ta siła bez problemu penetruje betonowe ściany naszych sypialni, przenika przez ubrania i bezgłośnie przechodzi przez ludzkie ciała, docierając bezpośrednio do tkanek i komórek mózgowych każdego z nas.

Potężne konsorcja montują te emitery masowo, bez pytania kogokolwiek o zgodę, oplatając świat niewidzialną, toksyczną siecią, przed którą nie ma ucieczki. Oficjalne instytucje milczą, udając, że to norma, podczas gdy ten niewidzialny wróg modyfikuje środowisko, w którym żyjemy.

Nasz typ (co to za technologia, zjawisko lub urządzenie?):

Trzy określenia z tekstu, które brzmiały najbardziej niepokojąco:

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Wcielmy się w fact-checkerów!

Instrukcja: Przeczytajcie uważnie poniższy wpis z mediów społecznościowych, a następnie przeanalizujcie jego konstrukcję z perspektywy fact-checkera, odpowiadając na poniższe pytania.

Uwaga! Ważna informacja dla mieszkańców. Na dachu centrum handlowego Galeria Główna uruchomiono maszt sieci 5G, który od wczoraj działa z maksymalną mocą. Europejskie Stowarzyszenie Niezależnych Lekarzy opublikowało raport wykazujący, że fale o tak wysokiej częstotliwości zmieniają parametry ludzkiej krwi i osłabiają układ odpornościowy.

W sąsiednich przychodniach odnotowano już 300% wzrost zgłoszeń pacjentów z nagłymi migrenami i omdleniami. Medycy w mediach milczą ze względu na umowy finansowe z operatorami komórkowymi. Wszystko wskazuje na to, że to celowe, zaplanowane działanie samego prezydenta miasta, którzy testują nowe systemy cyfrowej kontroli i masowej inwigilacji na niczego nieświadomych obywatelach. Chrońcie zdrowie swoich rodzin.

Pod linkiem w profilu znajdziecie specjalne ekrany absorbujące promieniowanie za 249 zł – liczba sztuk w promocji jest ograniczona. Udostępniajcie tę wiadomość dalej!

Źródło i autor

(Kto jest autorem tego wpisu i co możecie powiedzieć o jego wiarygodności?)

Tytuł i język

(Przeanalizujcie styl oraz język, jakim posługuje się autor. Jak Waszym zdaniem wpływa on na odbiór informacji?)

Cytaty i eksperci

(Na jakie autorytety, instytucje lub badania naukowe powołuje się autor? Co o nich wiecie na podstawie tekstu?)

Dane i fakty

(Jakie dane liczbowe lub statystyki pojawiają się we wpisie? W jaki sposób autor uzasadnia ich prawdziwość?)

Intencja i cel

(Jaki jest cel tego wpisu? Dlaczego Waszym zdaniem został on opublikowany w mediów społecznościowych?)

16.

Zabójcze fale i stalowe potwory,

czyli dlaczego w debacie o technologiach tak łatwo ulegamy językowi paniki moralnej?

OBSZAR
dezinformacja technologiczna

GRUPA DOCELOWA
szkoła ponadpodstawowa

CZAS TRWANIA
45 minut

Wstęp

Współczesne media oraz platformy społecznościowe chętnie promują to, co wywołuje w nas natychmiastowe, skrajne reakcje – lęk, oburzenie czy poczucie nagłego zagrożenia rozchodzą się w sieci najszybciej i najsilniej angażują odbiorców.

Kiedy te mechanizmy zderzają się z gwałtownym postępem cywilizacyjnym – na przykład z transformacją energetyczną, budową farm wiatrowych czy powstawaniem nowoczesnych sieci przesyłowych – chłodne, techniczne fakty i zniuansowane raporty środowiskowe łatwo schodzą na dalszy plan, ustępując miejsca uproszczonej, emocjonalnie naładowanej narracji.

Panika moralna

Zjawisko to nie jest nowe. Socjolog Stanley Cohen, opisując je już w latach 70. XX wieku, nazwał je **paniką moralną**. Jest to proces, w którym określone wydarzenie, nowa technologia lub grupa społeczna zostają zdefiniowane przez media i debatę publiczną jako fundamentalne zagrożenie dla wartości, zdrowia czy stabilności całego społeczeństwa.

Co istotne, mechanizm ten rzadko opiera się na wprost sfałszowanych informacjach – jego siłą jest precyzyjny dobór słów i emocjonalny sposób przekazu, a nie kłamstwo samo w sobie.

Stary schemat, nowe technologie

Wbrew pozorom, proces ten wcale nie jest wynalazkiem epoki internetu. Niemal identyczny język paniki moralnej towarzyszył już wcześniejszym przełomom technologicznym.
W kontekście elektryczności czy rozwojowi kolei żelaznej w XIX-wiecznej prasie pojawiały się podobne argumenty, jakie dziś wysuwa się przeciwko sieciom 5G czy farmom wiatrowym.
Ta historyczna powtarzalność sama w sobie jest ważną lekcją – pozwala bowiem zobaczyć, że reakcja na nową technologię rządzi się dość przewidywalnym, stałym schematem, niezależnie od tego, o jakie konkretnie rozwiązanie akurat chodzi.

Dlaczego to ważne?

Dla nastolatków, którzy dopiero budują swoją świadomość społeczną i obywatelską, stała obecność takich alarmujących narracji w sieci może stanowić pewne wyzwanie. Kiedy codzienne zmiany zachodzące w przestrzeni publicznej opisywane są słownictwem budującym atmosferę zagrożenia, młodym ludziom trudniej jest w pełni zrozumieć, co i dlaczego naprawdę się zmienia w ich otoczeniu. Taki sposób ukazywania rzeczywistości niepotrzebnie

spłyca również debatę publiczną, która sama w sobie jest ważna i potrzebna – pytania o to, jak powinna wyglądać transformacja energetyczna czy rozwój infrastruktury telekomunikacyjnej, zasługują przecież na rzetelną, pogłębioną, obywatelską dyskusję.

Zamiast jednak uczyć wyważonego dialogu o przyszłości własnego otoczenia, język paniki moralnej przyzwyczaja do szukania prostych, jednoznacznych odpowiedzi kosztem umiejętności zniuansowanego analizowania skomplikowanych argumentów i faktów.

UWAGA METODYCZNA

Prowadząc tę lekcję, pamiętaj, że jej tematem nie jest sama transformacja energetyczna czy konkretne inwestycje infrastrukturalne. W ramach tych zajęć nie chodzi bowiem o ocenę, czy farmy wiatrowe są dobre czy złe dla danej okolicy – to, oczywiście, uzasadniony temat debaty publicznej, wymagający jednak specjalistycznej wiedzy technicznej i pełnej znajomości lokalnego kontekstu.

Głównym celem warsztatów jest przede wszystkim wykształcenie u uczniów i uczennic umiejętności rozpoznawania konkretnego, powtarzalnego schematu językowego używanego do opisywania nowych technologii (i zresztą nie tylko ich!), niezależnie od tego, jakiej branży dotyczy.

Cele zajęć

Uczniowie i uczennice:

- definiują pojęcie paniki moralnej w kontekście narracji o nowych technologiach i infrastrukturze,
- identyfikują kluczowe mechanizmy języka paniki moralnej – przesadę, zniekształcenie, przewidywanie oraz symbolizację,
- analizują strukturę historycznych i współczesnych przekazów graficznych oraz tekstowych pod kątem zastosowanych w nich metafor i symboli,
- rozróżniają merytoryczną, obywatelską dyskusję o rozwoju technologii od narracji medialnych opartych na uproszczeniach,
- rozumieją, że mechanizm paniki moralnej jest uniwersalnym schematem językowym stosowanym w wielu obszarach życia publicznego.

Przebieg lekcji

I	II	III	IV
Doświadczenie	**Refleksja**	**Teoria**	**Praktyka**
10 min	10 min	10 min	15 min

Szerokość pasków odpowiada czasowi trwania poszczególnych części. Razem 45 minut.

CZĘŚĆ I

Doświadczenie

OK. 10 MINUT

1 **Przywitaj klasę i poinformuj, że dzisiejsze spotkanie rozpoczniecie od nietypowego eksperymentu, w którym cofniecie się w czasie o ponad sto lat.** Wyjaśnij, że zanim przejdziecie do analizy współczesnych debat o technologii, wspólnie sprawdzicie, w jaki sposób ludzie reagowali kiedyś na nagłe, cywilizacyjne zmiany zachodzące w przestrzeni publicznej.

2 **Podziel klasę na 5–6 małych zespołów.** Następnie rozdaj każdej grupie po jednym egzemplarzu przygotowanej wcześniej karty pracy (Załącznik 1). Zwróć uwagę uczniów i uczennic na to, że w górnej części ich arkusza znajdują się przedruki dwóch autentycznych, historycznych ilustracji prasowych, a pod nimi umieszczono pytania pomocnicze oraz miejsce na notatki.

3 Sformułuj jasne polecenie:

POWIEDZ

„Wyobraźcie sobie, że jesteście zespołem badaczy historii mediów. Macie przed sobą dwie autentyczne ilustracje z dziewiętnastego wieku, które w tamtych czasach krążyły w prasie i wywoływały w społeczeństwie burzliwe dyskusje. Zanim poznamy ich dokładny kontekst, spróbujcie spojrzeć na nie świeżym okiem. Przyjrzyjcie się uważnie wszystkim widocznym na nich detalom.

Waszym zadaniem będzie wspólne przeanalizowanie tego, w jaki sposób autorzy tych prac użyli obrazu do komunikowania emocji. Naradźcie się w swoich grupach i odpowiedzcie na pytania znajdujące się w dolnej części Waszej karty pracy. Zastanówcie się, jaki dokładnie komunikat na temat tych wynalazków chcieli przekazać autorzy i za pomocą jakich środków wizualnych zdecydowali się je zaprezentować. Ustalcie wspólne stanowisko i zapiszcie Wasze wnioski”.

4 Daj grupom kilka minut na swobodną dyskusję i zanotowanie odpowiedzi na kartach.

CZĘŚĆ II

Refleksja

OK. 10 MINUT

1 **Poproś przedstawicieli poszczególnych zespołów o odczytanie wniosków, do jakich doszli po przeanalizowaniu grafik.** Zwróć szczególną uwagę na ich odpowiedzi na trzecie pytanie i zapisz na tablicy emocje, które wymienili (np. przerażenie, bezsilność, poczucie zbliżającej się katastrofy, chaos).

2 Gdy wszystkie grupy zabiorą głos, skieruj do całej klasy jedno, otwarte pytanie:

POWIEDZ

„Wyobraźcie sobie teraz, że żyjecie w tamtych czasach i jako zwykli obywatele widzicie takie sugestywne rysunki w gazetach. Jak prawdopodobnie zareagowalibyście, gdyby w Waszej bezpośredniej okolicy robotnicy zaczęli nagle kłaść pierwsze przewody elektryczne lub budować tory kolejowe?”

Pozwól młodzieży na krótką wymianę zdań – uczniowie i uczennice z pewnością wskażą na chęć organizowania protestów, fizyczny opór, panikę czy próby blokowania inwestycji.

3 Po wysłuchaniu tych głosów, przedstaw klasie prawdziwy, historyczny kontekst obu materiałów.

- **„An Unrestrained Demon” (Ilustracja 1):** Wyjaśnij, że to okładka amerykańskiego czasopisma „Judge” z 1889 roku, opublikowana w trakcie tzw. paniki przewodowej w Nowym Jorku. Była ona związana z rozwojem nowej infrastruktury napowietrznych przewodów elektrycznych, a bezpośrednią przyczyną gwałtownej reakcji społecznej stał się tragiczny wypadek – śmierć montera linii telegraficznej w wyniku porażenia prądem. Zamiast jednak skłaniać się do bardziej zniuansowanej dyskusji o konieczności poprawy standardów bezpieczeństwa, autor ilustracji sięgnął po bardziej wyraziste środki wyrazu. Sieć nowych kabli zaprezentowano jako wielkiego pająka lub demona o twarzy kościotrupa, który dusi przechodniów i zabija konie na ulicach.
- **„The Railway Juggernaut of 1845” (Ilustracja 2):** Powiedz, że to autentyczna ilustracja autorstwa Johna Leecha, opublikowana w brytyjskim magazynie „Punch” w 1845 roku, w szczytowym momencie tzw. manii kolejowej (ang. *Railway Mania*) – gorączkowej fali inwestycyjnej, w której tysiące Brytyjczyków, zarówno arystokratów, jak i zwykłych obywateli, masowo lokowało oszczędności w akcje nowo powstających

linii kolejowych, licząc na błyskawiczny zysk. Zamiast przedstawiać samą kolej jako fizyczne zagrożenie, autor ilustracji uchwycił inny, równie groźny wymiar tamtej gorączki – obłęd finansowej spekulacji. Na rycinie ogromny bożek uosabiający „Spekulację" góruje nad tłumem oszalałych z pożądania inwestorów, którzy padają przed nim na twarz, całkowicie zaślepieni wizją szybkiego wzbogacenia się. Szczególnie wymowny jest jeden ze szczegółów kompozycji – kobieta składająca bożkowi w ofierze worki pieniędzy, jakby to właśnie inwestycja w koleje była nowym, powszechnie czczonym bóstwem epoki.

TEN SAM SCHEMAT OD PONAD STU LAT

1845	1889	DZIŚ
Mania kolejowa: bożek „Spekulacji"	**Panika przewodowa: kable jako demon**	**5G, farmy wiatrowe, AI: „stalowe potwory"**
„Punch", Wielka Brytania	„Judge", Nowy Jork	media i platformy internetowe

4 **Zwróć uwagę uczniów i uczennic na to, w jaki sposób te przekazy zostały skonstruowane pod względem symbolicznym.**

MOŻESZ POWIEDZIEĆ KLASIE:

„Sama dyskusja o nowej technologii jest niezwykle ważna – obywatele mają pełne prawo zastanawiać się, jak nowe rozwiązania i wynalazki mają bezpiecznie funkcjonować w ich codziennym życiu oraz jaki będą miały wpływ na gospodarkę. Choć z dzisiejszej perspektywy XIX-wieczne lęki przed elektrycznością czy finansowy obłęd wokół kolei mogą brzmieć nieco zabawnie, to ówczesne niepokoje były przecież w pełni uzasadnione i warte uwagi. Problemem nie jest zatem to, że dyskutujemy o technologii, ale to, jak o niej mówimy. W przypadku analizowanych grafik debata ta została skrajnie uproszczona i nastawiona na wywołanie sensacji – obiekty inżynieryjne i towarzyszące im procesy inwestycyjne otrzymały w prasie twarze demonów i potworów."

5 **Następnie zaproś klasę do szybkiej burzy mózgów.**

ZADAJ PYTANIE

„Przenieśmy się teraz do współczesności. Zastanówcie się i powiedzcie, czy przychodzą Wam do głowy jakieś nowe technologie lub wynalazki, wokół których dziś w debacie publicznej i mediach mówi się w równie uproszczony, przerysowany sposób?”

Zapisuj hasłowo na tablicy propozycje rzucane przez klasę (młodzież najpewniej wskaże tu m.in. farmy wiatrowe, maszty sieci 5G, sztuczną inteligencję, elektrownie jądrowe czy samochody elektryczne).

6 **Na koniec podsumuj tę część zajęć.** Zwróć uwagę klasy na pewien paradoks – choć sam postęp technologiczny gwałtownie przyspieszył, to język, którym media opisują te zmiany, od ponad stu lat pozostaje w dużej mierze niezmienny.

Podkreśl, że zanim w debacie publicznej pojawi się przestrzeń na rzetelną, opartą na faktach analizę nowych rozwiązań, najczęściej dominują w niej uproszczone narracje, które skutecznie utrudniają zadawanie merytorycznych pytań.

CZĘŚĆ III

Teoria

OK. 10 MINUT

1 **Nawiąż krótko do wniosków z zakończonej właśnie dyskusji.** Wyjaśnij klasie, że ten powtarzalny schemat językowy wykorzystywany do opisywania nowych technologii nie jest przypadkowy. Został on dokładnie zbadany i opisany przez brytyjskiego socjologa Stanleya Cohena, który wprowadził do nauki pojęcie **paniki moralnej** (możesz zapisać ten termin na tablicy).

2 Wytłumacz uczniom i uczennicom, że w ujęciu Cohena panika moralna to proces, w którym dane zjawisko, nowa technologia lub grupa społeczna zostają zdefiniowane przez media jako fundamentalne zagrożenie dla wartości, zdrowia czy stabilności całego społeczeństwa. Niezbędnym elementem tego procesu jest wykreowanie tzw. ***folk devils*** („dyżurnych wrogów” / „zagrożeń społecznych” / „kozłów ofiarnych”). W klasycznych panikach rolę tę odgrywały konkretne grupy (np. subkultury czy mniejszości). W kontekście technologicznym rolę „zagrożenia społecznego”, które uosabiać ma całe

to niebezpieczeństwo, przejmują z kolei bezduszne obiekty inżynieryjne – maszty telekomunikacyjne, turbiny wiatrowe czy kable wysokiego napięcia.

3 **Zaznacz, że mechanizm powstawania panik moralnych rzadko opiera się na fałszowaniu faktów czy wymyślaniu wydarzeń, które nigdy nie miały miejsca.** Jego główną siłą jest specyficzny, bardzo precyzyjny dobór słów, symboli, metafor czy sposobów argumentacji, który z góry narzuca odbiorcy konkretną interpretację sytuacji. W procesie tym kluczową rolę odgrywa kilka mechanizmów (ich nazwy również warto zapisać na tablicy):

Przesada i zniekształcenie

– zwielokrotnienie skali oraz nadawanie zwykłym zjawiskom cech katastroficznych. Jeśli na świecie dojdzie do rzadkiej awarii jednej turbiny wiatrowej lub usterki nowej anteny, media opisują ten incydent tak, jakby wysoka awaryjność była powszechną i nieuchronną cechą każdego takiego urządzenia na całej planecie.

W ten sam sposób naturalne procesy fizyczne lub inżynieryjne (np. emisja dźwięków o niskiej częstotliwości czy cień rzucany przez łopaty wiatraka) są opisywane za pomocą nacechowanego emocjonalnie języka jako „ukryte syndromy chorobowe” lub „niewidzialny jad”.

Przewidywanie

– konstruowanie kategorycznych i jednoznacznych prognoz na przyszłość najczęściej niepopartych twardymi dowodami naukowymi. Autorzy stosujący ten mechanizm używają w tekstach sformułowań w stylu: „za pięć lat nasza okolica zamieni się w bezludną pustynię” lub „to nieuchronnie doprowadzi do całkowitej zagłady naszego regionu”.

Symbolizacja

– nadawanie neutralnemu wcześniej obiektowi, słowu lub wizerunkowi silnie nacechowanego znaczenia.

Podobnie jak na XIX-wiecznym rysunku symbolem upadku stał się drewniany słup telegraficzny, tak współcześnie wiatrak na horyzoncie lub nowy maszt telekomunikacyjny bywają opisywane nie jako elementy infrastruktury, ale jako „stalowi najeźdźcy” czy „szpecące blizny na krajobrazie”.

4 **Zachęć klasę do zastanowienia się nad tym, z czego właściwie bierze się tak duża popularność języka paniki moralnej wokół technologii.**

ZAPYTAJ:
„Dlaczego w mediach informacyjnych i dyskusjach internetowych tak często sięgamy po ten mechanizm?”

5 **Wysłuchaj pomysłów podawanych przez młodzież (uczniowie i uczennice mogą wskazywać m.in. na chęć zysku, szukanie sensacji, ale też niewiedzę czy autentyczny strach).** Następnie uporządkuj te głosy i wyjaśnij, że zjawisko to jest bardzo złożone i wynika z kilku nakładających się na siebie powodów. Z jednej strony, jego źródłem bywają autentyczne ludzkie emocje – naturalny lęk przed szybkimi zmianami oraz szczera troska o własne zdrowie, bezpieczeństwo czy krajobraz najbliższej okolicy.

Kiedy skomplikowane procesy inżynieryjne są dla nas niezrozumiałe, odruchowo szukamy prostych i wyrazistych wyjaśnień, co sprawia, że jesteśmy bardziej podatni na alarmujące hasła. Z drugiej strony, współczesne środowisko medialne bardzo skutecznie te nastroje wyłapuje i wzmacnia.

Rzetelna dyskusja o parametrach technicznych, odległościach wiatraków od zabudowań czy planach zagospodarowania przestrzennego wymaga wysiłku oraz analizy, przez co rzadko przyciąga masową uwagę.

Z kolei artykuł o „stalowych potworach wysysających życie z polskich wsi” wywołuje natychmiastową, silną reakcję. Skrajne emocje generują po prostu najwięcej kliknięć, udostępnień i gorących dyskusji w komentarzach.

6 **Podsumuj** tę część zajęć wnioskiem, że język paniki moralnej to najczęściej zderzenie naszych naturalnych, ludzkich, często w pełni uzasadnionych obaw z mechanizmami współczesnych mediów, które chętnie te lęki podchwytują i wyolbrzymiają, zastępując w ten sposób trudną, zniuansowaną i merytoryczną debatę.

CZĘŚĆ IV

Praktyka

OK. 15 MINUT

1 Rozdaj każdemu zespołowi nową kartę pracy (Załącznik 2).

2 Wprowadź klasę w ostatnie zadanie.

POWIEDZ

„Przenieśmy się teraz z dziewiętnastego wieku prosto do współczesnego internetu. Wyobraźcie sobie, że przeglądając wieczorem lokalną grupę w mediach społecznościowych, trafiacie na wpis, który zdobywa właśnie ogromną popularność i wywołuje wokół siebie lawinę pełnych niepokoju komentarzy. Waszym zadaniem jest wspólne rozłożenie tego tekstu na czynniki pierwsze."

3 **Sformułuj jasne polecenie.** Poproś zespoły, aby przeczytały wpis na karcie pracy i odnalazły w nim omówione przed chwilą mechanizmy paniki moralnej – przesadę i zniekształcenie, przewidywanie oraz symbolizację.

Powiedz uczniom i uczennicom, że ich zadanie będzie polegać na wypisaniu z tekstu konkretnych słów i cytatów, które świadczą o zastosowaniu przez autora właśnie tych trzech zabiegów, a także wyciągnięcie na tej podstawie kluczowych wniosków.

4 **Daj grupom kilka minut na swobodną dyskusję, analizę tekstu i uzupełnienie kart pracy.** Przechadzaj się między. Jeśli zauważysz, że któryś zespół ma problem z odróżnieniem zniekształcenia od przesady, naprowadź ich delikatnie na właściwy trop i przypomnij definicję.

5 **Po upływie wyznaczonego czasu poproś osoby z poszczególnych zespołów o podzielenie się swoimi odpowiedziami.** Skonfrontujcie ze sobą powstałe notatki na forum klasy.

6 **Następnie powiedz klasie, że ten specyficzny, pełen skrajnych emocji język nie jest dzisiaj wykorzystywany wyłącznie do opisywania technologii.** Zapytaj uczniów i uczennice, czy przychodzą im do głowy inne obszary i współczesne zjawiska, wobec których w debacie publicznej regularnie używa się dokładnie tych samych mechanizmów (w odpowiedziach mogą pojawić się m.in. uchodźcy i migracje, narracje o młodzieży, szczepionki czy różnego rodzaju nowe trendy kulturowe).

7 **Na koniec podsumuj całe zajęcia.** Zwróć uwagę klasy na to, że wystarczyło uważniej przyjrzeć się warstwie językowej wpisu, by okazało się, że jego groza i dramatyzm wynikają przede wszystkim z zastosowanych w nim mechanizmów, a nie z samych faktów.

Przypomnij uczniom i uczennicom, że wyczulenie na język paniki moralnej nie oznacza, że mamy bezkrytycznie akceptować każdą zmianę w naszym otoczeniu.

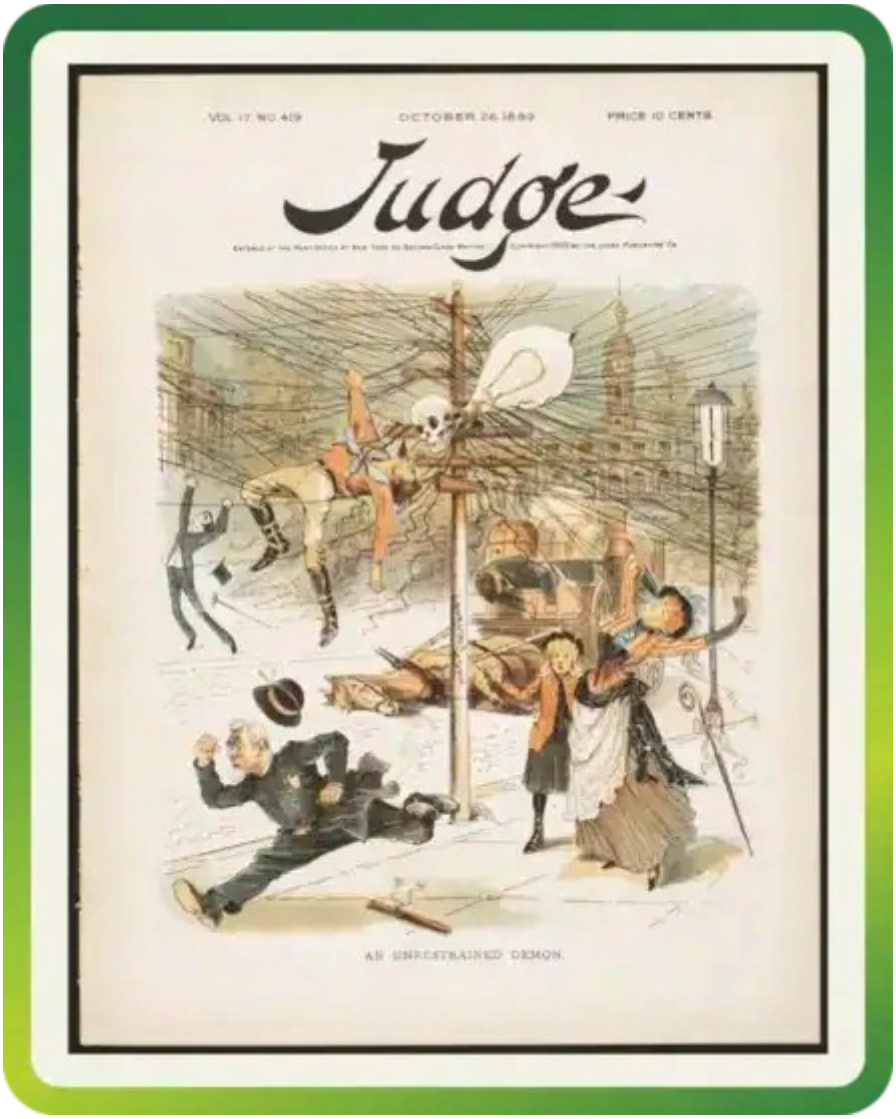
Umiejętność rozpoznania tego zjawiska – niezależnie, czy dotyczy ona technologii, czy innych zjawisk społecznych – pozwala nam po prostu uniknąć manipulacji i tworzy przestrzeń do rzetelnej, merytorycznej dyskusji.

ZAŁĄCZNIK 1 · KARTA PRACY

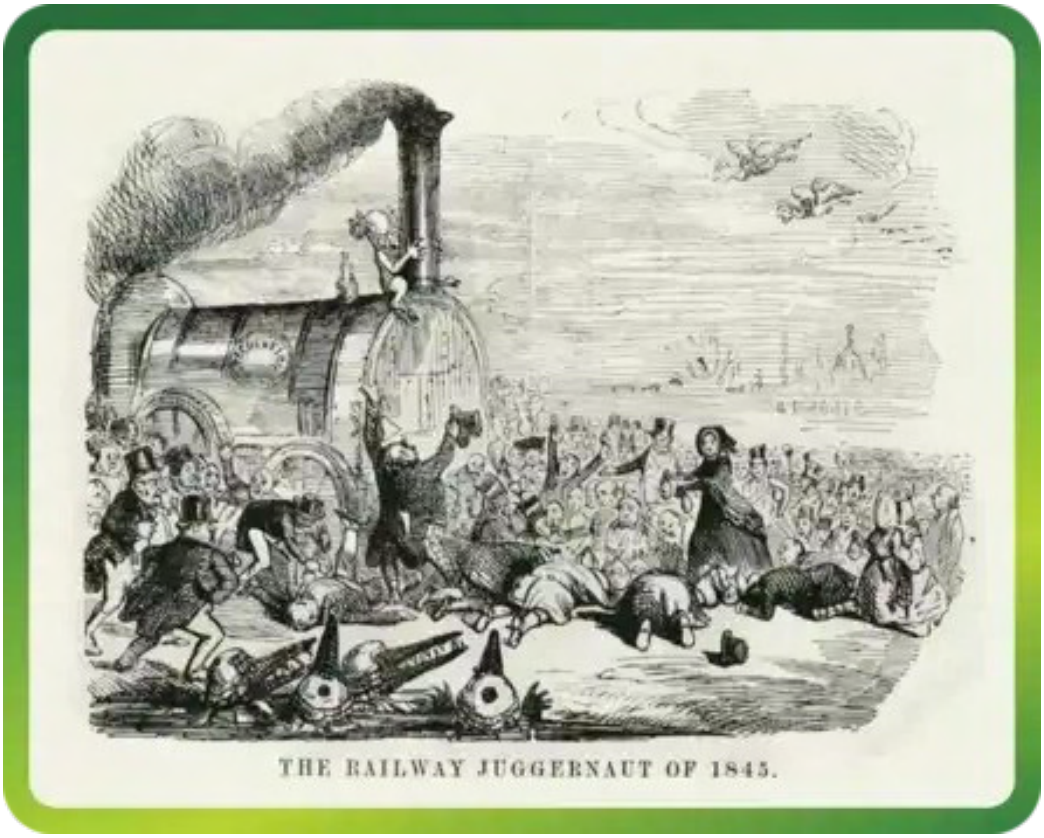
Obraz technologii w dawnej prasie

Instrukcja: Przed Wami dwie autentyczne ryciny prasowe z XIX wieku. Przyjrzyjcie się im uważnie, traktując je jako wizualny materiał badawczy. Zwróćcie szczególną uwagę na detale – sposób zilustrowania głównych obiektów technicznych, zachowanie i mimikę postaci oraz ogólną kompozycję kadrów. Naradźcie się w zespole i wspólnie odpowiedzcie na poniższe pytania, opierając swoje wnioski wyłącznie na elementach, które faktycznie dostrzegacie na rysunkach.

Ilustracja 1.



Ilustracja 2.



Jakie konkretnie sytuacje oraz obiekty techniczne zostały przedstawione na tych ilustracjach? Co dokładnie dzieje się na pierwszym planie, a co w tle obu grafik?

W jaki sposób zaprezentowano wspomniane technologie? Jakich motywów, porównań i wizualnych symboli użyli autorzy, aby pokazać te wynalazki?

Biorąc pod uwagę zastosowane przez twórców detale i sposób zilustrowania tych sytuacji, jakie emocje i odczucia miały Waszym zdaniem towarzyszyć ówczesnemu czytelnikowi, który natrafił na takie ryciny w codziennej prasie?

ZAŁĄCZNIK 2 · KARTA PRACY

Język paniki moralnej

Instrukcja: Przeczytajcie uważnie poniższy wpis z lokalnej grupy w mediach społecznościowych. Następnie zidentyfikujcie w nim omówione mechanizmy paniki moralnej, wypisując w odpowiednich rubrykach konkretne słowa lub cytaty z tekstu. Sformułujcie też kluczowe wnioski na temat tego, jaki efekt w odbiorcy ma wywołać zastosowanie takich, a nie innych zabiegów.

Analizowany wpis

Stoimy w obliczu absolutnej i bezpowrotnej zagłady polskiego krajobrazu oraz całkowitej dewastacji życia na prowincji, a wszystko to pod płaszczykiem tzw. zielonej energii.

Farmy wiatrowe niczym mechaniczna szarańcza zalewają nasze gminy, niszcząc resztki tradycyjnej wsi. Plaga gigantycznych turbin doprowadziła już do paraliżu zdrowotnego tysięcy mieszkańców, którzy przez niewidzialne infradźwięki popadają w chroniczne stany lękowe i bezsenność. Jeśli natychmiast nie zablokujemy budowy tych obiektów, za niespełna dekadę polska wieś zamieni się w bezludne cmentarzysko maszyn, a nasze rolnictwo bezpowrotnie umrze.

Wielka, kręcąca się złowrogo biała łopata wiatraka na horyzoncie stała się dziś oficjalnym symbolem bezwzględnej kapitulacji człowieka przed korporacyjnym dyktatem.

Przesada i zniekształcenie

(Jakie słowa wyolbrzymiają problem? W jaki sposób autor wzmacnia poczucie zagrożenia?)

Przewidywanie

(Jakie prognozy na przyszłość stawia autor tekstu? Jaki scenariusz wydarzeń zakłada?)

Symbolizacja

(Do czego autor porównuje wiatraki? Czego symbolem stają się farmy wiatrowe?)

Wskazówki dla nauczyciela

NIE ROZDAWAJ UCZNIOM

Przesada i zniekształcenie

Autor buduje poczucie skrajnego zagrożenia m.in. poprzez katastroficzne wyolbrzymienia („absolutna i bezpowrotna zagłada", „całkowita dewastacja") oraz pseudomedyczny język („paraliż zdrowotny", „chroniczne stany lękowe").

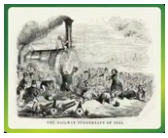
Przewidywanie

W tekście pojawia się m.in. apokaliptyczna, niepoparta faktami wizja przyszłości: „za niespełna dekadę polska wieś zamieni się w bezludne, cmentarzysko maszyn, a nasze rolnictwo bezpowrotnie umrze".

Symbolizacja

Technologia zostaje zrównana z niszczycielskim żywiołem („mechaniczna szarańcza", „plaga turbin"), a sam wiatrak urasta do rangi „oficjalnego symbolu bezwzględnej kapitulacji człowieka przed korporacyjnym dyktatem".

Źródła zdjęć

Str.	Zdjęcie	Opis	Źródło
12		Rycina satyryczna z pisma „Judge”.	https://library.osu.edu/dc/concern/generic_works/g73303697
13		Rycina satyryczna „The Railway Juggernaut of 1845”.	https://www.themorgan.org/node/906821

SZKOŁA KRYTYCZNEGO MYŚLENIA I WALKI Z DEZINFORMACJĄ

Scenariusze lekcji do zajęć w szkołach podstawowych (kl. 7 i 8) i ponadpodstawowych

Dziękujemy za skorzystanie z naszych materiałów!

GRA KARCIANA



W ramach projektu została przygotowana również specjalna edukacyjna gra karciana „Blur. Złap ostrość przekazu". Można ją swobodnie wplatać w przebieg lekcji – wykorzystując w głównej części warsztatowej albo jako angażujące, praktyczne podsumowanie tematu omawianego podczas zajęć. Grę w wersji do samodzielnego druku na zwykłej, biurowej drukarce pobierzesz na podlinkowanej wyżej stronie.

Życzymy udanych zajęć!