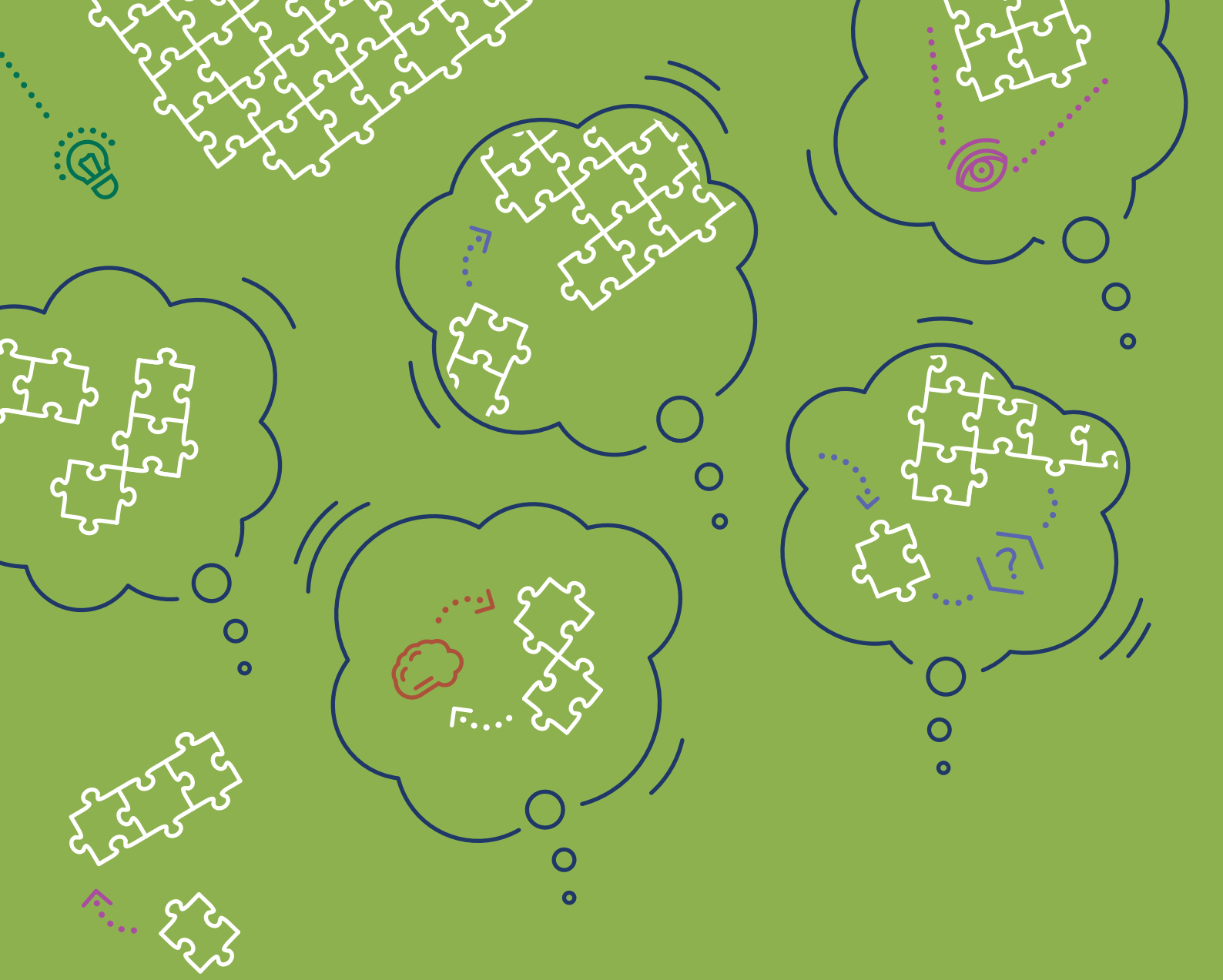


Ćwiczenia z myślenia

Jak krytycznie myśleć nie tylko w szkole

CENTRUM EDUKACJI OBYWATELSKIEJ

Publikacja powstała w ramach projektów „Razem dla klimatu. Krytyczne myślenie dla świadomych klimatycznie społeczności", który jest częścią programu „1Planet4All – Razem dla klimatu" oraz „I am European: Historie i fakty o migracjach na XXI wiek" realizowanych przez Centrum Edukacji Obywatelskiej.

Program „1Planet4ALL – Razem dla klimatu" jest finansowany ze środków Unii Europejskiej i współfinansowany w ramach polskiej współpracy rozwojowej Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP.

Program „I am European: Historie i fakty o migracjach na XXI wiek" jest finansowany ze środków Unii Europejskiej.

Treść publikacji wyraża wyłącznie poglądy autorów, autorek i nie może być utożsamiana z oficjalnym stanowiskiem Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP ani Unii Europejskiej.

„1Planet4All – Razem dla klimatu!" oraz „I am European: Historie i fakty o migracjach na XXI wiek" są częścią programu DEAR (The European Commission's Development Education and Awareness Raising Programme), który wspiera projekty angażujące społeczeństwo Unii Europejskiej w globalne zagadnienia rozwoju społecznego, gospodarczego i środowiskowego. Poprzez finansowanie takich programów DEAR promuje uniwersalne wartości, m.in. wolność, demokrację, praworządność oraz umożliwia obywatelom i obywatelkom Europy włączenie się w globalny rozwój.

Program DEAR finansuje około 30 programów w krajach członkowskich Unii Europejskiej. Projekty te przyczyniają się do zwiększenia zrozumienia i zaangażowania Europejek i Europejczyków w kreowanie pozytywnych zmian społecznych zarówno na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym. Działania DEAR wspierają również pracę Unii Europejskiej na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju.

Strona internetowa: globalna.ceo.org.pl

Wydawca:
Fundacja Centrum Edukacji Obywatelskiej
ul. Noakowskiego 10
00-666 Warszawa
tel. 22 825 05 50
www.ceo.org.pl

Publikacja w wersji elektronicznej jest dostępna na stronie: https://globalna.ceo.org.pl/material/cwiczenia-z-myslenia.

Autorki i autorzy: dr Michał Barcz, Bernadetta Białek, Marta Drabińska, Julia Godorowska, Sonia Gogulla, Jadwiga Jarosz, Marta Kałużyńska, Marta Jackowska-Uwadizu, Olga Khabibulina, dr Anna Kiedrzyńska-Tui, Sylwia Międzybrodzka, Anna Mikulska, dr Robert Pruszczyński, Małgorzata Pysiak, Weronika Rzeżutka-Wróblewska, Grażyna Skirmuntt, Natalia Skoczylas, Michał Szczepanik

Redakcja merytoryczna: Marta Jackowska-Uwadizu, Weronika Rzeżutka-Wróblewska
Redakcja językowa i korekta: Emilia Kędziorek, Bartosz Wróblewski, Justyna Yiğitler
Opracowanie graficzne: Maciej Panas

Publikacja jest dostępna na licencji Creative Commons. Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowe. Pewne prawa zastrzeżone na rzecz Fundacji Centrum Edukacji Obywatelskiej. Utwór powstał w wyniku realizacji projektu polskiej współpracy rozwojowej finansowanego przez MSZ RP w roku 2021. Zezwala się na dowolne wykorzystanie utworu pod warunkiem zachowania ww. informacji, w tym informacji o stosowanej licencji, o posiadaczach praw oraz o programie polskiej współpracy rozwojowej i Unii Europejskiej opatrzonych informacją o prawach autorskich (więcej o wolnych licencjach: http://creativecommons.pl).

SPIS TREŚCI

WSTĘP 6

Jak myśleć krytycznie w szkole? 7

Autorefleksja 9

CZĘŚĆ PIERWSZA. TROCHĘ TEORII

I. SKĄD WIEM, ŻE WIEM?

dr Michał Barcz
Skąd wiem, że wiem? 17

Małgorzata Pysiak
Jak mózg nas oszukuje? 21

Małgorzata Pysiak
Wiedza wiedzy nierówna 26

dr Michał Barcz
Jak wygrywać spory? 32

II. CZY ŚWIAT JEST TAKI, JAK NAM SIĘ WYDAJE?

Marta Kałużyńska
Krytyczne myślenie w rozumieniu i zmianie świata 36

dr Michał Barcz
Marta Jackowska-Uwadizu
Czy Kolumb odkrył Amerykę? O faktach, które nie są faktami 40

Jadwiga Jarosz
Jak język i obraz kształtują nasze postrzeganie świata? 44

III. KRYTYCZNIE W ŚWIECIE MEDIÓW I KULTURY

Weronika Rzeżutka-Wróblewska
Mądrzejsze algorytmy, głupsi ludzie 49

Anna Mikulska
Media tradycyjne wzorem dziennikarstwa? 54

dr Anna Kiedrzyńska-Tui
Cienka granica promocji 61

Natalia Skoczylas
Co media społecznościowe mówią nam o nas i o świecie? 65

dr Robert Pruszczyński
Zupa z królika i bukiety róż, czyli o stereotypach w kulturze 70

CZĘŚĆ DRUGA. ĆWICZENIA EDUKACYJNE

	Tytuł ćwiczenia	Autor/autorka	Tekst	Przedmiot	S.
1	**Wiem i ja!**	Julia Godorowska	Skąd wiem, że wiem?	godzina wychowawcza, filozofia	77
2	**Jak odróżnić tekst naukowy od myśli nieuczesanych?**	Michał Szczepanik	Wiedza wiedzy nierówna	biologia, godzina wychowawcza	79
3	**Przekonanie do prawdy czy pokonanie?**	Julia Godorowska	Jak wygrywać spory?	godzina wychowawcza, filozofia	81
4	**Dlaczego tak sądzisz?**	Grażyna Skirmuntt	Jak mózg nas oszukuje?	godzina wychowawcza, biologia, filozofia	84
5	**Czy robiąc zakupy, kieruję się krytycznym myśleniem?**	Bernadetta Białek	Krytyczne myślenie w rozumieniu i zmianie świata	podstawy przedsiębiorczości	87
6	**Historia nieoczywista**	Sonia Gogulla	Czy Kolumb odkrył Amerykę? O faktach, które nie są faktami	godzina wychowawcza, historia, WOS, język angielski	89
7	**Spójrz inaczej**	Sonia Gogulla	Czy Kolumb odkrył Amerykę? O faktach, które nie są faktami	biologia	92
8	**Uważaj na przekazy medialne**	Anna Mikulska	Media tradycyjne wzorem dziennikarstwa?	godzina wychowawcza	94

	Tytuł ćwiczenia	Autor/autorka	Tekst	Przedmiot	S.
9	**Czy potrafimy odróżnić fakty od opinii w mediach tradycyjnych?**	Anna Mikulska	Media tradycyjne wzorem dziennikarstwa?	język angielski, godzina wychowawcza	95
10	**Siła słów**	Sylwia Międzybrodzka	Jak język i obraz kształtują nasze postrzeganie świata?	język polski	96
11	**Co mi pokazuje moja wyszukiwarka?**	Sylwia Międzybrodzka	Mądrzejsze algorytmy, głupsi ludzie	informatyka, EDB, WOS	98
12	**Jak sobie radzić z porównywaniem się z innymi?**	Marta Drabińska	Co media społecznościowe mówią nam o nas i o świecie?	język polski, WF, WOS	100
13	**Ukryte cele kampanii**	Marta Drabińska	Cienka granica promocji	język polski, godzina wychowawcza, podstawy przedsiębiorczości	102
14	**Wokół stereotypów – jak je przełamywać i w jakim celu?**	Bernadetta Białek	Zupa z królika i bukiety róż, czyli o stereotypach w kulturze	język polski	106

WSTĘP

Drogie Nauczycielki i Drodzy Nauczyciele!

Codziennie w pracy macie do czynienia z wiedzą – pogłębiacie ją, chcecie przekazać, oceniacie jej poziom. Wiedza i jej aspekty są kluczowym zagadnieniem edukacji, bowiem skupiona jest ona na tym, aby wiedzę poszerzać. Nauczyciel lub nauczycielka mają przekazać młodzieży rzetelne informacje, nauczać o faktach, ale też przygotować ją do dorosłego życia. Tymczasem w świecie szybkich zmian – z powodu wielogłosów, dezinformacji – gubimy się w tym, czym jest wiedza, co jest rzetelną informacją, co jest prawdą. Szybkość życia, informacji jest często przytłaczająca. To, co kiedyś było faktem, okazuje się opinią, historia zmienia bohaterów w złoczyńców, autorytety upadają. A przecież kiedyś cukier krzepił, a *W pustyni i w puszczy* było zwykłą opowieścią o przygodach w Afryce.

Potrzeba nam ciągłej czujności, aby nie ulegać pułapkom umysłu, stereotypów i fałszywych informacji. Suche fakty i dane nie wystarczą bowiem do tego, aby wiedzieć, jak poruszać się w świecie. W tym celu należy kształcić krytyczne myślenie, które pozwoli zadawać sobie i Waszym uczniom i uczennicom kluczowe pytania: Skąd wiem? Czy na pewno wiem? Czy jest na pewno tak, jak myślę?

Kompetencja krytycznego myślenia jest niezbędna, aby poruszać się w świecie mediów i źródeł informacji, próbować zrozumieć wydarzenia i globalne procesy oraz ich wpływ na to, co nas otacza, budować własną opinię, którą można wykorzystać podczas dyskusji, rozmów i spotkań tak w ramach lekcji, jak i poza nimi. Pozwala na subiektywne podejście do rozwiązywania problemów, co może oznaczać kwestionowanie uznanych autorytetów i proponowanie innowacyjnych, nieznanych wcześniej metod poszukiwania właściwych odpowiedzi na nurtujące nas pytania. W zakresie nie tylko nauk społeczno-humanistycznych, ale również nauk ścisłych.

Nasza publikacja ma pomóc Wam przyjrzeć się swojemu myśleniu i i wesprzeć w krytycznym myśleniu Was i Waszych uczniów i uczennice. Mamy nadzieję, że będzie także impulsem do refleksji nad własnymi postawami i wartościami, które wynikają z zagadnień krytycznego myślenia lub przecinają się z nimi. Ciągłe podważanie własnej wiedzy i sądów jest niezbędne do samorozwoju i głębszego zrozumienia globalnych procesów, którymi są m.in. migracje, zmiana klimatu, równość płci.

Zapraszamy do ćwiczeń z myślenia!
Zespół Autorek i Autorów

JAK MYŚLEĆ KRYTYCZNIE W SZKOLE?

Koncepcja publikacji jest wynikiem ewaluacji i wdrażania rekomendacji z prowadzonych przez Centrum Edukacji Obywatelskiej programów edukacyjnych oraz rekomendacji Komisji Europejskiej, ORE i MEiN (*Zintegrowana Strategia Umiejętności 2030*) dotyczących kompetencji w edukacji. Rekomendacje te pokazują ważność krytycznego myślenia, które jest uznawane za jedną z kluczowych kompetencji przyszłości.

Krytyczne myślenie wspiera rozwój zarówno dzieci, młodzieży, jak i dorosłych, ponieważ pozwala na lepsze rozumienie siebie, swojego otoczenia i całego świata; wpływa na skuteczniejsze uczenie się, bo skłania do zadawania pytań i poszukiwania odpowiedzi; buduje aktywne społeczeństwo, które dostrzega konsekwencje swoich działań i potrafi podjąć aktywności na rzecz wspólnego dobra. Pozwala na zapoznanie się z problemem, jego analizę i podjęcie działania zmierzającego do jego rozwiązania - co będzie niezbędne dzisiejszym uczniom i uczennicom, gdy jako dorośli będą się mierzyć z licznymi wyzwaniami.

Krytyczne myślenie jest również kluczową kompetencją w edukacji globalnej i ekologicznej, która odpowiada na wyzwania współczesnego świata. Dziś bowiem bardziej niż kiedykolwiek młodym ludziom są potrzebne narzędzia pomocne w analizie i interpretacji złożonej rzeczywistości, która ich otacza. Ta rzeczywistość obejmuje wyzwania takie jak zmiana klimatu, migracje, równość płci, ubóstwo oraz głód. Osoba, która krytycznie myśli, jest świadoma swojego miejsca w świecie, rozumie przyczyny i skutki zdarzeń, staje się aktywnym obywatelem i cennym pracownikiem. Edukacja rozwijająca krytyczne myślenie przynosi więc korzyść wszystkim: młodzieży, nauczycielom i nauczycielkom, dyrekcji, rodzicom i całemu społeczeństwu.

Na krytyczne myślenie jako na kompetencję kluczową składa się:

- wiedza o źródłach pochodzenia i wytwarzania informacji,
- umiejętność zdobywania informacji z rzetelnych źródeł i budowania przekazów w oparciu o szacunek wobec innych osób oraz otaczającego świata,
- postawa reagowania na wszelkie przejawy dezinformacji, manipulacji informacjami w przekazach nowych i tradycyjnych mediów.

Proces ten staraliśmy się odwzorować w kształcie publikacji, dzieląc ją na część merytoryczną i część metodyczną. Najpierw jednak zapraszamy do formularza autorefleksji, dzięki któremu można sprawdzić, w jakim stopniu krytyczne jest nasze myślenie. Warto zaproponować go uczniom i uczennicom podczas lekcji przedmiotowej albo godziny wychowawczej.

Część merytoryczna

Składa się z tekstów tematycznych, które mają uzupełnić wiedzę na temat tego, jak działają mózg i język, którego używamy, czym jest wiedza naukowa, czemu ma służyć dyskusja i jak można ją rozwijać za pomocą logicznego rozumowania. W tej części znajdziecie również informacje o tym, że są różne perspektywy pojmowania świata, i podpowiedzi, jak można budować swoją wiedzę o świecie i zmianach, które w nim zachodzą.

Część metodyczna

Zawiera ćwiczenia praktyczne. Ma pomóc w pracy nad tematami z tekstów merytorycznych oraz pozwolić uczniom i uczennicom doświadczyć świadomej pracy z różnego rodzaju informacjami, które docierają do nich ze świata. Proponowane przez nas narzędzia edukacyjne mają przede wszystkim wesprzeć was w praktycznej stronie budowania kompetencji krytycznego myślenia u waszych uczniów i uczennic. Spodziewamy się, że te ćwiczenia uaktywnią procesy budowania takich umiejętności, jak praca w zespole, analiza przekazów informacyjnych i źródeł ich pochodzenia, dociekliwość w zdobywaniu informacji z różnych źródeł oraz aktywne przeciwstawianie się dezinformacji, także w przestrzeni internetowej. Za pomocą nietuzinkowych ćwiczeń uda się wam rozwinąć u młodzieży umiejętności argumentowania i kontrargumentowania oraz analizy sytuacji problemowej z różnych perspektyw. Nasze ćwiczenia również pokazują i uświadamiają, w jaki sposób działają algorytmy w wyszukiwarkach internetowych. Jako uniwersalne narzędzie przedstawiamy wam zbiór pytań sokratycznych będących jednym z pierwszych i nadal aktualnym narzędziem krytycznego myślenia.

Na końcu znajdziecie listę polecanych scenariuszy i materiałów, które pozwolą wam pogłębić pracę z krytycznym myśleniem.

W procesie tworzenia publikacji mieliśmy świadomość, że każda osoba uczy się w inny sposób i w innym tempie. Możecie zapoznać się i pracować z publikacją tak, jak jest wam najwygodniej. Możecie wykorzystać same teksty jako materiał do analizy na zajęciach lub skorzystać z ćwiczeń – w tabeli znajdziecie podpowiedzi, na zajęciach z jakiego przedmiotu można ich użyć.

AUTOREFLEKSJA. WYZWANIA KRYTYCZNEGO MYŚLENIA

Zapraszamy do refleksji nad własnymi postawami, zachowaniami i wartościami w kontekście zagadnień krytycznego myślenia. Ciągłe podważanie własnej wiedzy i przekonań jest niezbędne do poruszania się w dzisiejszym skomplikowanym świecie, rozumienia wyzwań globalnych i poszukiwania dla nich innowacyjnych rozwiązań. Autorefleksję nad umiejętnością krytycznego myślenia można przeprowadzić z pomocą poniższego formularza. Podzieliliśmy go na pięć sekcji, które odzwierciedlają różne obszary krytycznego myślenia. Do każdego stwierdzenia zostały przyporządkowane odnośniki do tekstów merytorycznych, które w razie potrzeby pozwolą na lepsze zapoznanie się z zagadnieniem opisywanym w stwierdzeniu. Pracę z formularzem w części lub całości można również zaproponować uczniom i uczennicom w pewnym momencie podczas lekcji przedmiotowej albo godziny wychowawczej.

Przeczytaj poniższe stwierdzenia i zaznacz, jak często prezentujesz wymienione postawy i zachowania. W zaproponowanej skali 1 oznacza: nie, rzadko lub nigdy, 2 – czasami, do pewnego stopnia, a 3 – tak, często lub zawsze.

I. PERCEPCJA ŚWIATA I DOSTRZEGANIE JEGO ZŁOŻONOŚCI

1.	Zdaję sobie sprawę, jak praca mózgu wpływa na moje postrzeganie świata (złudzenie ponadprzeciętności, dysonans poznawczy, homogeniczność grupy obcej, heurystyki).	1	2	3
2.	Jestem świadomy/świadoma ograniczeń nauki, w tym możliwości osiągnięcia jedynie pewnego poziomu prawdopodobieństwa prezentowanych tez czy wyników.	1	2	3
3.	Jestem świadomy/świadoma dyskusji toczącej się przy tworzeniu nowej wiedzy.	1	2	3
4.	Potrafię postrzegać świat i występujące w nim zjawiska i współzależności jako wzajemnie powiązane i tworzące jedną nierozerwalną całość.	1	2	3

5. Zdaję sobie sprawę, że wyzwania współczesnego świata to skomplikowane i złożone zjawiska, mające wiele powiązanych przyczyn i jeszcze więcej skutków. 1 2 3

Więcej informacji w:

Ad 1. *„Jak mózg nas oszukuje?" autorstwa Małgorzaty Pysiak.*

Ad 2. *„Wiedza wiedzy nierówna" autorstwa Małgorzaty Pysiak.*

Ad 3. *„Skąd wiem, że wiem?" autorstwa Michała Barcza.*

Ad 4. *„Krytyczne myślenie w rozumieniu i zmianie świata" autorstwa Marty Kałużyńskiej.*

Ad 5. *„Krytyczne myślenie w rozumieniu i zmianie świata" autorstwa Marty Kałużyńskiej.*

II. KRYTYCZNA ANALIZA MEDIÓW

6. Jestem świadomy/świadoma tego, że dziennikarstwo nie jest obiektywne, na co wpływa wiele czynników, począwszy od wyboru tematu przez osobę piszącą po kwestie finansowania i nacisku politycznego. 1 2 3

7. Rozpoznaję w przekazach medialnych różne formy manipulacji, w tym fake newsy, oraz zjawisko polaryzacji. 1 2 3

8. Wiem, w jaki sposób sprawdzić informację pojawiającą się w mediach, która wydaje mi się kontrowersyjna, wątpliwa czy mało prawdopodobna. 1 2 3

9. Zwracam uwagę na prawdziwość przekazów naukowych, wybierając te z rzetelnych źródeł. 1 2 3

10. Jestem wyczulony/wyczulona na treści medialne podważające zasadność odkryć naukowych oraz fałszywie upraszczających profesjonalną wiedzę. 1 2 3

11. Podchodzę krytycznie do wiadomości i obrazów dotyczących mieszkańców i mieszkanek tzw. globalnego Południa (krajów Afryki, Azji czy Ameryki Południowej). 1 2 3

12. Rozumiem rosnącą rolę poszczególnych użytkowników i użytkowniczek Internetu w kształtowaniu rzeczywistości poprzez sposób prezentowania komunikatów i opowiadania. 1 2 3

13. Zdaję sobie sprawę, że zamieszczane przez różne osoby w mediach społecznościowych wiadomości i zdjęcia to mniej lub bardziej zaplanowane kreacje, a nie prawdziwe życie. 1 2 3

14. Jestem świadomy/świadoma, jak bardzo upiększane są ludzkie, głównie kobiece, ciała pokazywane w mediach i jaki negatywny wpływ może to mieć na samopoczucie i pewność siebie niektórych ludzi. 1 2 3

15. Dostrzegam przejawy dyskryminacji ze względu na płeć lub upokarzania innych z powodu ich wyglądu w mediach społecznościowych. 1 2 3

Więcej informacji w:

Ad 6. *„Media tradycyjne wzorem dziennikarstwa?" autorstwa Anny Mikulskiej.*

Ad 7. *„Jak wygrywać spory?" autorstwa dr. Michała Barcza.*

Ad 8. *„Mądrzejsze algorytmy, głupsi ludzie" autorstwa Weroniki Rzeżutki-Wróblewskiej.*

Ad 9. *„Wiedza wiedzy nierówna" autorstwa Małgorzaty Pysiak.*

Ad 10. *„Wiedza wiedzy nierówna" autorstwa Małgorzaty Pysiak oraz „Mądrzejsze algorytmy, głupsi ludzie" autorstwa Weroniki Rzeżutki-Wróblewskiej.*

Ad 11. *„Krytyczne myślenie w rozumieniu i zmianie świata" autorstwa Marty Kałużyńskiej.*

Ad 12. *„Jak język i obraz kształtują nasze postrzeganie świata?" autorstwa Jadwigi Jarosz.*

Ad 13–15. *„Co media społecznościowe mówią nam o nas i o świecie?" autorstwa Natalii Skoczylas.*

III. PRZECIWSTAWIANIE SIĘ INNYM RODZAJOM MANIPULACJI

16. Zdaję sobie sprawę z tego, że we współczesnym świecie informacje i przekazy docierają do nas przeróżnymi, czasami mniej oczywistymi kanałami niż tradycyjne i nowe media, np. poprzez reklamy w komunikacji publicznej, nadruki na koszulkach itp. 1 2 3

17. Odróżniam opinie od faktów. 1 2 3

18. Jestem wyczulony/wyczulona na fakty pozorne, czyli takie fakty, które zostały ukształtowane poprzez patrzenie na daną osobę, wydarzenie, świat tylko z jednej perspektywy. 1 2 3

19. Analizuję teksty kultury z uważnością na występujące w nich uproszczenia i krzywdzące stereotypy dotyczące różnych grup. 1 2 3

20. Jestem wyczulony/wyczulona na specyficzne i osobiste narracje autorów i autorek, zarówno w przekazach tekstowych, jak i wizualnych oraz audiowizualnych. 1 2 3

21. Jestem świadomy/świadoma, że jako konsument czy konsumentka mam wpływ na firmy wytwarzające dobra i staram się dokonywać wyborów zakupowych, zwracając uwagę na pochodzenie, sposób wykonania i certyfikaty kupowanego produktu. 1 2 3

22. Podchodzę krytycznie do polecanych przez influencerów i influencerki produktów, które niekoniecznie spełniają normy etyczne w zakresie społecznym czy środowiskowym. 1 2 3

Więcej informacji w:

Ad 16. *„Mądrzejsze algorytmy, głupsi ludzie" autorstwa Weroniki Rzeżutki-Wróblewskiej.*

Ad 17–18. *„Czy Kolumb odkrył Amerykę? O faktach, które nie są faktami" autorstwa Marty Jackowskiej-Uwadizu i dr. Michała Barcza.*

Ad 19. *„Zupa z królika i bukiety róż, czyli o stereotypach w kulturze" autorstwa dr. Roberta Pruszczyńskiego.*

Ad 20. *„Media tradycyjne wzorem dziennikarstwa?" autorstwa Anny Mikulskiej.*

Ad 21–22. *„Cienka granica promocji" autorstwa dr. Anny Kiredrzyńskiej-Tui.*

IV. SZACUNEK I OTWARTOŚĆ NA INNE PERSPEKTYWY

23. Jestem świadomy/świadoma języka, jakim się posługuję. 1 2 3

24. Używam języka, który wyraża szacunek dla innych osób, także poprzez rezygnację ze słów, którymi dane osoby nie chcą być określane. 1 2 3

25. Umiem wychwycić przykłady języka dyskryminującego, np. „trzeci świat", „zachowuj się jak cywilizowany człowiek", „płacze jak baba", „fala uchodźców". 1 2 3

26. Przedstawiam informacje z kilku punktów widzenia, które nadają wielostronną perspektywę danemu przekazowi. 1 2 3

27. Staram się patrzeć na świat również z perspektyw nieeuropocentrycznych i nieantropocentrycznych. 1 2 3

28. Rozumiem wartość wynikającą z większej dostępności i demokratyczności mediów społecznościowych, dzięki którym grupy mniejszościowe mogą odnaleźć miejsce do kreatywnego wyrażania siebie lub walki o swoje prawa. 1 2 3

Więcej informacji w:

Ad 23. *„Jak język i obraz kształtują nasze postrzeganie świata?" autorstwa Jadwigi Jarosz.*

Ad 24. *„Zupa z królika i bukiety róż, czyli o stereotypach w kulturze" autorstwa dr. Roberta Pruszczyńskiego.*

Ad 25. *„Jak język i obraz kształtują nasze postrzeganie świata?" autorstwa Jadwigi Jarosz.*

Ad 26. *„Krytyczne myślenie w rozumieniu i zmianie świata" autorstwa Marty Kałużyńskiej.*

Ad 27. *„Krytyczne myślenie w rozumieniu i zmianie świata" autorstwa Marty Kałużyńskiej oraz „Media tradycyjne wzorem dziennikarstwa?" autorstwa Anny Mikulskiej.*

Ad 28. *„Co media społecznościowe mówią nam o nas i o świecie?" autorstwa Natalii Skoczylas.*

V. REFLEKSYJNOŚĆ I ZGODA NA BŁĘDY

29. Pozwalam sobie na kwestionowanie swoich poglądów i przekonań. 1 2 3

30. Zdaję sobie sprawę z tego, że mogę nie znać odpowiedzi na wszystkie pytania i problematyczne zagadnienia oraz że cały czas się uczę. 1 2 3

31. Jestem świadomy/świadoma złożoności współczesnej rzeczywistości, w której może funkcjonować wiele rozwiązań danego wyzwania czy problemu. 1 2 3

32. Jestem świadomy/świadoma własnych błędów i potrafię się na nich uczyć oraz wyciągać wnioski na przyszłość. 1 2 3

33. Zadaję pytania odnośnie do otaczającej mnie rzeczywistości i zachęcam innych do ich zadawania. Cały czas poszukuję wiedzy i się rozwijam. 1 2 3

Więcej informacji w:

Ad 29. *„Wiedza wiedzy nierówna" autorstwa Małgorzaty Pysiak.*

Ad 30–33. *„Krytyczne myślenie w rozumieniu i zmianie świata" autorstwa Marty Kałużyńskiej.*

Moje wnioski

Przyjrzyj się teraz swoim odpowiedziom i zapisz wnioski, jakie z nich wyciągasz. Po pewnym czasie możesz wrócić do formularza autorefleksji i sprawdzić, co się zmieniło.

Możesz też wracać do niego co roku, aby monitorować zmiany w twoich postawach i zachowaniach w obszarze krytycznego myślenia.

CZĘŚĆ PIERWSZA

TROCHĘ TEORII

SKĄD WIEM, ŻE WIEM?

I.

SKĄD WIEM, ŻE WIEM?

dr Michał Barcz

Czym jest wiedza? Co to znaczy, że ktoś coś wie? Skąd wiemy, że wiemy? Te pytania pomogą każdemu w krytycznym przeglądzie tego, co mówimy, uważamy i twierdzimy o świecie. W odpowiedzi na nie pomoże nam ustalenie jednej wyjściowej kwestii: pod jaką postacią wiedza istnieje?

Nieraz mówimy, że wiedza jest w książkach lub w Internecie. I choć jest to ważne użycie tego terminu (wrócimy do niego dalej w kontekście uzasadnienia wiedzy), to zawsze **ktoś** coś wie. W pewnym sensie wiedza jest w Internecie lub książce, ale w dosłownym znaczeniu to ty czy ja coś wiemy, nie zaś Internet lub książka.

PRZEKONANIA O ŚWIECIE

O wiedzy będziemy mówić w odniesieniu do pewnych naszych myśli i wypowiedzi. Filozofowie nazywają je **przekonaniami**. Nie chodzi jedynie o przekonania polityczne lub religijne. Chodzi o takie nasze myśli czy słowa, które mówią coś o świecie. Mówią, jaki jest świat. W zakresie tego, co nazywamy tutaj światem, mieszczą się również nasze myśli i emocje, a mówiąc szerzej – stany umysłu. Pierwszoosobowa wiedza o nich (np. twoja wiedza o twoich aktualnych emocjach) to introspekcja.

Nie wszystkie przekonania zaliczają się do wiedzy. Jest tak jedynie w przypadku przekonań o pewnym wyróżnionym statusie. Klasyczne filozoficzne rozumienie zakłada, że wiedza to przekonania **prawdziwe** i jednocześnie **uzasadnione**. Jesteś przekonany, przekonana, że Warszawa jest stolicą Polski, a także że Ziemia jest kulista. Wydaje się, że to wiesz. Ktoś inny mógłby jednak twierdzić, że stolicą Polski jest Kraków. Słyszymy też o ludziach, którzy są przekonani, że Ziemia jest płaska. Te ostatnie przekonania nie zaliczają się do wiedzy. Wiedza musi być prawdziwa, czyli żeby przekonanie było wiedzą, musi odpowiadać rzeczywistości (stanowi świata), być zgodne z rzeczywistością.

NIE KAŻDA PRAWDA TO WIEDZA

Nie jest jednak tak, że każde prawdziwe przekonanie jest wiedzą. Mogę być przekonany, że określone sześć liczb wygra w najbliższym losowaniu lotka, i trafiam. Czy możemy powiedzieć, że wiedziałem, które liczby wygrają? Jeżeli losowanie nie było ustawione i nie byłem w to w jakiś sposób zamieszany, to rachunek prawdopodobieństwa podpowiada nam, że nie. Moje przekonanie (choć być może byłem całkiem pewien tego, że wygram) było prawdziwe tylko przypadkiem (mogę być przecież pewien wielu rzeczy, które nie są nawet prawdziwe). Zgadłem, lecz tego nie wiedziałem. Żeby prawdziwe przekonanie było wiedzą, musi być **uzasadnione**, czyli musi być czymś poparte. Ale czym?

Dopiero kiedy mamy uzasadnienie dla naszego prawdziwego przekonania – czyli kiedy mamy dobrą odpowiedź na pytanie: „skąd wiesz?" – możemy powiedzieć, że coś wiemy. Najbardziej pożądaną formą uzasadnienia jest przytoczenie **argumentu** za tym, co mówimy. Funkcję argumentu może pełnić odpowiednie doświadczenie, świadectwo („widziałem na własne oczy"), dowód lub rozumowanie. Często wystarcza nam w tym względzie samo wskazanie na to, kto nam to powiedział lub gdzie o tym przeczytaliśmy; w takich wypadkach powołujemy się na **autorytet** eksperta lub publikacji (artykułu, książki lub hasła w Wikipedii).

ŹRÓDŁA WIEDZY

Wiemy już, jakie postacie może mieć uzasadnienie. Na czym jednak polega to, że dane rozumowanie lub dana wypowiedź eksperta jest uzasadnieniem dla jakiegoś twojego przekonania?

Możesz zrobić tzw. *research* w Internecie i znaleźć mnóstwo zapewnień, że Ziemia jest płaska, a szczepionki bardziej szkodzą, niż pomagają. Fałszywe przekonania też mogą mieć uzasadnienie, czyli być poparte przez jakieś argumenty i ekspertów, a wykonany *research* nie gwarantuje wiedzy, choć wiele osób tak twierdzi. Z kolei o czymś prawdziwym, np. o tym, że Warszawa jest stolicą Polski, mogłeś pierwszy raz przeczytać pod kapslem tymbarka. Czy takie uzasadnienie wystarcza, żeby powiedzieć, że to wiesz? Nie, ponieważ uzasadnienie musi płynąć z **wiarygodnego źródła**. Tego, czym jest wiarygodne źródło uzasadnienia, nie sposób z góry ustalić dla każdego naszego

przekonania; to zależy od dziedziny wiedzy. Niekiedy takim źródłem może być **własne doświadczenie** czy nawet introspekcyjny wgląd w siebie (prawdopodobnie tylko ty wiesz, co teraz myślisz). Olbrzymia większość z nas nie mogła natomiast na własne oczy zobaczyć, że Ziemia jest kulista – nie mieliśmy odpowiedniego doświadczenia zmysłowego. Bardzo często polegamy na argumentach i autorytecie ekspertów w jakiejś dziedzinie, a nieraz również na świadectwach naocznych świadków (o tym wszystkim najpewniej myślimy, kiedy mówimy, że wiedza jest w książkach i Internecie). Uzasadnienie tego, co wiemy, dostajemy wtedy **z drugiej ręki**, czyli – jak mówiliśmy wcześniej – odwołujemy się do jakiegoś autorytetu. Możemy sobie uświadomić, jak często ufamy w tym względzie autorytetom, jeżeli przeanalizujemy pod kątem uzasadnienia (tego, skąd wiemy) przekonania, które składają się na naszą podstawową wiedzę o świecie, jak to, że oddychamy powietrzem, Ziemia jest okrągła, a Warszawa jest stolicą Polski.

NAUKA NAUCE NIERÓWNA

Żyjemy w świecie, w którym wiarygodnego uzasadnienia dostarcza przede wszystkim nauka, ale nie jest wcale oczywiste, co to znaczy. Czy słyszałaś, słyszałeś o petycji oregońskiej? Została ona podpisana przez tysiące naukowców, którzy uważają, że globalne ocieplenie **nie jest** efektem działań człowieka. Wbrew zwolennikom tej tezy petycja oregońska nie stanowi jednak jej silnego poparcia. Tylko nieznaczna część sygnatariuszy petycji zajmuje się naukami o klimacie, a nawet naukami przyrodniczymi. W istocie w nauce panuje niemal powszechna zgoda z twierdzeniem o antropogenicznym (pochodzącym od człowieka) charakterze zmian klimatycznych. Gdy zatem mówimy, że nauka jest wiarygodnym źródłem wiedzy, mamy na myśli wspólne stanowisko naukowców z poszczególnych dziedzin. Tego rodzaju wspólne stanowiska są zawarte w podręcznikach. W pewnych kwestiach – choć na przykład nie w tej, że Ziemia jest okrągła, bo tu zgoda panuje od dawna – może trwać **dyskusja**, a wiedza ekspertów może wciąż się tworzyć. O nikim nie możemy na przykład powiedzieć, że wie, że na planetach innych niż Ziemia jest życie (ani też że go tam nie ma). Taki jest aktualny stan wiedzy naukowców, choć przekonania światopoglądowe mogą skłaniać nas do zajęcia jakiegoś stanowiska w tej kwestii. Z kolei zgoda co do tego, że człowiek jest odpowiedzialny za zmiany klimatyczne (a zatem nasza wiedza w tej kwestii) panuje od niedawna. Dyskusja może służyć budowaniu wiedzy o jakimś zagadnieniu, a zatem – jego **wyjaśnieniu**.

SIŁA ARGUMENTU

Narzędziem w dyskusji jest **argument**. Argument można zrewidować, czyli sam może być poddany dyskusji. Zwyczajna jest sytuacja, w której argument spotyka się z kontrargumentem, czyli z wycelowanym weń argumentem. Konkluzja dyskusji, jeżeli jest na danym etapie możliwa do wypracowania, bierze się z ważenia argumentów. Jest to ideał powstawania wiedzy realizowany na gruncie nauk. Na-

tomiast w rzeczywistości medialnej, w rozmowie ze znajomymi lub w komentarzach pod postem siła argumentów musi niekiedy być wzbogacona o wymiar retoryczny, biorący się ze sprawnego i atrakcyjnego ich formułowania. Tej ostatniej kwestii poświęciliśmy odrębny rozdział publikacji.

Ćwiczenie do tekstu *Wiem i ja!*, s. 85

JAK MÓZG NAS OSZUKUJE?

Małgorzata Pysiak

Narażony na ogrom informacji, bodźców i opinii mózg, aby nie zwariować, wybiera czasem drogi na skróty. Dlatego w procesie poznawania świata i uczenia się każdemu zdarza się zbyt pochopnie wyrobić sobie opinię na temat danej grupy, nieadekwatnie ocenić własne umiejętności czy mieć trudność w przyznaniu się do błędu mimo podstawionych pod nos dowodów. Czasem jednak warto zmusić umysł, aby wybrał trudniejszą, ale uczciwszą drogę – drogę krytycznego myślenia.

DLACZEGO KAŻDY JEST WSPANIAŁY?

Czy uważasz, że jesteś trochę inteligentniejszy lub inteligentniejsza niż większość ludzi? Podejmujesz roztropniejsze decyzje? Jesteś uczciwszy albo uczciwsza? Prawdopodobnie na wszystkie te pytania odpowiesz twierdząco, jak zresztą i inni czytelnicy i czytelniczki. To wynik tak zwanego złudzenia ponadprzeciętności, czyli skłonności wszystkich ludzi do oceniania niemal każdej swojej umiejętności czy cechy jako lepszej niż przeciętnie. Efekt ten został udowodniony w wielu badaniach, gdzie każda z osób grupy badanej była proszona o określenie swojej pozycji w stosunku do pewnej grupy lub ogółu społeczeństwa. Skąd wiadomo, że nie wszystkie osoby, które deklarowały swoją ponadprzeciętność na danej skali, mówiły prawdę? Otóż okazywało się, że ponad połowa badanych umieszczała się w górnych, na przykład dziesięciu, procentach. Z kolei bardzo mały (czasem nawet tylko jeden) procent badanych wskazywał, że mogą znajdować się poniżej średniej. Było tak zarówno w przypadku kierowców oceniających swoje zdolności jazdy[1], kadry dydaktycznej mówiącej o skuteczności swojego nauczania[2], jak i studentów określających swoją popularność[3]. Nie były to celowe kłamstwa – zadziałało po prostu złudzenie ponadprzeciętności, które pełni ważną funkcję w utrzymywaniu pozytywnej samooceny.

Zachowywanie dobrego mniemania o sobie jest bardzo istotną sprawą dla psychiki każdego człowieka i czynnikiem silnie wpływającym na nasze zachowanie. Wysoka samoocena jest źródłem dobrostanu psychicznego, do którego nasz umysł dąży, stosując sztuczki takie jak powyższa, zaliczające się do

[1] O. Svenson, *Are we all less risky and more skillful than our fellow drivers?*, „Acta Psychologica" 1981, Vol. 47, Is. 2, s. 143–148, https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0001691881900056.

[2] K. P. Cross, *Not can, but will college teaching be improved?*, „New Directions for Higher Education" 1977, Is. 17, s. 1–15, https://doi.org/10.1002/he.36919771703.

[3] E. W. Zuckerman, J. T. Jost, *What Makes You Think You're So Popular? Self-Evaluation Maintenance and the Subjective Side of the „Friendship Paradox"*, „Social Psychology Quarterly" 2001, Vol. 64, Is. 3, s. 207–223, https://doi.org/10.2307/3090112.

tzw. zniekształceń poznawczych, czyli pewnych nielogicznych wzorców myślenia. Nasze przekonanie o własnej ponadprzeciętności nie ma szczególnych negatywnych skutków, niektóre z pozostałych zniekształceń niosą jednak za sobą mniejsze lub większe konsekwencje.

NIEPRZYJEMNY DYSONANS

Każdy i każda z nas ma swoje poglądy. Jedne z nich są dla nas ważniejsze, do drugich nie przywiązujemy aż tak dużej wagi. Na podstawie przekonań tworzymy swoje bańki informacyjne, w których czujemy się komfortowo, o czym możesz przeczytać w artykule *Mądrzejsze algorytmy, głupsi ludzie* w tej publikacji. Czasem jednak czy to w naszej bańce, czy poza nią stykamy się z informacją, która zaprzecza temu, co uznajemy za prawdę. Możemy odczuć wtedy dysonans poznawczy, czyli psychiczny dyskomfort i stres pojawiający się w reakcji na uświadomienie sobie wzajemnie niespójnych elementów poznawczych (myśli, uczuć, przekonań). Jego siła będzie zależała od tego, jak ważne jest dla nas dane przekonanie. Możemy poradzić sobie z tym uczuciem na dwa sposoby. Omówmy to na przykładzie denializmu klimatycznego, czyli poglądu negującego wiedzę naukową o zmianie klimatu i jej antropogenicznym charakterze.

Wydaje się, że najprostszym sposobem poradzenia sobie z dysonansem poznawczym byłaby zmiana poglądów. W naszym przypadku osoba, która zetknęłaby się przykładowo z informacją, że według wszystkich liczących się na świecie organizacji naukowych zajmujących się klimatem to ludzie powodują globalne ocieplenie, a w konsekwencji zmianę klimatu, powinna odrzucić swój denializm klimatyczny. Jak pewnie się domyślacie, nie jest to najczęstszy sposób redukowania dysonansu poznawczego – prowadziłby on w konsekwencji do przyznania, że nasze wcześniejsze przekonania były nieracjonalne. Człowiek dąży jednak do postrzegania siebie jako osoby rozsądnej, próbując wciąż utrzymywać wysoką samoocenę. Dlatego o wiele częściej będziemy dążyć do uzasadnienia naszego zachowania poprzez poznawczą gimnastykę, dodając nowe informacje zgodne z naszym poglądem lub deprecjonując informację uzyskaną. W naszym przypadku osoba może próbować przekonać siebie, że w świecie nauki nie ma konsensusu w kwestii antropogenicznej genezy zmiany klimatu i dokonać *cherry picking*'u[4] w postaci przywołania stanowiska Komitetu Nauk Geologicznych PAN[5], które podaje międzynarodowe ustalenia w wątpliwość. To wystarczy dla potwierdzenia jej racji, zmniejszenia nieprzyjemnego napięcia i trwania dalej w swoich przekonaniach. Może swój wybór uzasadniać również, skupiając się jedynie na fakcie, że klimat już wcześniej się zmieniał, wykluczając w ten sposób potencjalną winę człowieka. Potwierdzeniem może być nawet przekonanie, że jeśli zmiana

[4] *Cherry picking* – proces dobierania tylko tych dowodów i informacji, które popierają naszą tezę.

[5] *Doskonale Szare. Komentarz do „Stanowiska Komitetu Nauk Geologicznych PAN w debacie klimatycznej" z 2019 r.* (1/2), red. M. Popkiewicz, konsultacja merytoryczna prof. S. P. Malinowski, 5.03.2020, https://naukaoklimacie.pl/aktualnosci/komentarz-do-stanowiska-komitetu-nauk-geologicznych-polskiej-akademii-nauk-405.

klimatu naprawdę zagrażałaby naszemu życiu, to więcej osób traktowałoby ten problem poważnie. Osobom, które mają świadomość wagi tego wyzwania dla całej ludzkości, takie uzasadnienia mogą się wydawać nielogiczne, ale redukcja dysonansu nie kieruje się zasadami logiki. Jest to walka o podtrzymywanie naszej pozytywnej samooceny, na drodze której przegranymi często są fakty.

CZŁOWIEK – ISTOTA SPOŁECZNA

Dobieranie się ludzi w grupy społeczne nie zaspokaja jedynie naszych potrzeb społecznych, tj. potrzeby bezpieczeństwa, osiągnięć czy aprobaty. Jest również sposobem na wysoką samoocenę. Staramy się przystąpić do takich grup, w których uczestnictwo przyniesie nam najwięcej zysków, a będzie wymagać najmniej kosztów. Drugim najważniejszym czynnikiem motywacyjnym jest chęć dołączenia do grupy, z którą się utożsamiamy. Powoduje to szereg różnych konsekwencji w kontekście przetwarzania informacji o „naszej" grupie (my) i o grupach „innych" (oni). Zachowania pożądane społecznie członków własnej grupy są wyjaśniane przyczynami bardziej wewnętrznymi niż to samo zachowanie członków grupy obcej. Przykładowo jesteśmy bardziej skłonni stwierdzić, że członek naszej grupy pomógł innej osobie, bo jest dobrym człowiekiem, niż w przypadku członka grupy obcej. Odwrotnie jest z zachowaniami niepożądanymi społecznie – w naszej grupie wyjaśniamy je chwilową słabością, sytuacją, a o grupie obcej mówimy: „oni już tacy są". Często jedna sytuacja może być dowodem na negatywną cechę przypisywaną całej grupie. Widać to wyraźnie w komentarzach na temat incydentów z udziałem imigrantów w krajach europejskich. Nie zwracamy uwagi na przestępstwa popełniane przez naszych rodaków, myślimy o nich jako o jednostkowych przypadkach, nie wpływają one na nasz wizerunek całego narodu. Jedna kradzież czy bójka z udziałem imigranta sprawia jednak, że przez wiele osób wyciągane są wnioski nie tylko na temat danej narodowości, ale nawet na temat grupy tak zróżnicowanej, jak wszyscy imigranci w „naszym" kraju. Ta – wspólna dla nas wszystkich – tendencja w myśleniu o grupie swojej jako różnorodnej i obcej jako jednolitej została nazwana efektem homogeniczności grupy obcej[6].

Przytoczone wyżej zniekształcenia poznawcze, zwane atrybucjami grupowymi, podtrzymują lub wzbudzają konflikty grupowe. W łatwy do przewidzenia sposób opisane mechanizmy prowadzą do tworzenia stereotypów, czyli cech postrzeganych jako prawdziwe dla wszystkich członków danej grupy. Podczas gdy stereotypy możemy podzielić na pozytywne i negatywne, uprzedzenia są jednoznacznie negatywnym zjawiskiem. Definiuje się je jako wrogą postawę wobec określonej grupy i każdej osoby, która do niej należy. Mogą, choć nie muszą wynikać ze stereotypów. W ich tworzeniu występują te same mechanizmy. Nabyte raz stereotypy i uprzedzenia bardzo trudno zmodyfikować, ponieważ powodują one dalsze tendencyjne zapamiętywanie i interpretowanie informacji na temat danej grupy, uruchamiając mechanizm samospełniającego się proroctwa (zjawisko polegają-

[6] Zob. *Psychologia. Podręcznik akademicki*, s. 427, red. J. Strelau, D. Doliński, Gdańsk 2017.

ce na tym, że nasze oczekiwania w stosunku do pewnych zdarzeń wpływają na nasze zachowania, co w konsekwencji powoduje spełnienie oczekiwań – w tym przypadku negatywny stosunek do danej grupy społecznej powoduje dalsze skrzywione przetwarzanie informacji o niej, co popiera naszą pierwotną o niej opinię). W konsekwencji może to doprowadzić do stosowania mowy nienawiści, dyskryminacji, a nawet przemocy.

JAK NIE DAĆ SIĘ OSZUKAĆ?

Pesymistycznie rzecz ujmując, można by było stwierdzić, że skoro opisane wyżej zniekształcenia poznawcze są powszechnym sposobem działania naszych umysłów, to nie istnieje metoda, która pozwala je zmienić. Niemożność naszej ingerencji nie jest jednak paradoksalnie rzeczą złą – mechanizmy te powstały na drodze ewolucji i są ważnym elementem utrzymywania zdrowia psychicznego. Jako nauczyciel, nauczycielka masz wpływ na kształtowanie młodych ludzi i swoimi działaniami możesz rozwijać w nich krytyczne myślenie, które minimalizuje negatywne skutki opisanych wyżej mechanizmów. Nie pozbędziemy się pewnych automatyzmów i tendencji, które nasz mózg przejawia w przetwarzaniu informacji, możemy jednak stworzyć w sobie umiejętność świadomego zatrzymania się i spojrzenia krytycznie na pojawiające się myśli.

WARTO ZASTOSOWAĆ W KLASIE:

- Zachęcaj uczniów i uczennice do kwestionowania swoich poglądów i przekonań.
- Próbuj wcielać się w rolę adwokata diabła[7], gdy klasa jest jednomyślna.
- Przedstawiaj informacje z kilku punktów widzenia.
- Nie ujawniaj swoich poglądów w trakcie dyskusji – może to skłonić grupę do bezkrytycznego przyjęcia twojego punktu widzenia.
- Wzmacniaj, np. pochwałą, zachowania uczniów i uczennic związane ze zgłaszaniem wątpliwości.
- Zwracaj uwagę na język, którym posługujecie się ty i twoja klasa: unikaj generalizacji i stosuj w zdaniach tzw. komunikat Ja (przedstawiając swoje przekonania, podkreślaj, że to twoja perspektywa) i wymagaj od młodzieży tego samego.
- Zapraszaj na lekcje gości i gościnie z innych grup społecznych – udowodniono, że sam kontakt międzygrupowy jest warunkiem wystarczającym do wyraźnego zmniejszenia wzajemnych uprzedzeń.

[7] „Ktoś, kto broniąc sprawy niesłusznej lub atakując słuszną, przyczynia się do lepszej orientacji w dyskutowanych kwestiach". J. Bralczyk, *Adwokat diabła*, Słownik języka polskiego PWN, https://sjp.pwn.pl/ciekawostki/haslo/Adwokat-diabla;5391617.html.

- Zadawaj uczniom i uczennicom pytania: Dlaczego tak myślisz? Co wpłynęło na to, że taka jest twoja opinia? Czy twoja myśl jest obiektywna? Jak do tego doszedłeś?
- Analizuj z uczniami i uczennicami obecne i historyczne wydarzenia oraz procesy społeczne. Możesz wykorzystać do tego *Karty do analizy wydarzeń i procesów społecznych* z programu „Re:Memory".

Ćwiczenie do tekstu *Dlaczego tak sądzisz?*, s. 93

WIEDZA WIEDZY NIERÓWNA

Małgorzata Pysiak

Kiedy mówimy o fake newsach, pierwszym skojarzeniem są nieprawdziwe informacje o bieżących wydarzeniach na świecie. Upowszechnianie ich jest zazwyczaj korzystne dla jednej ze stron sporu światopoglądowego i bywa wykorzystywane przez polityków, o czym można przeczytać w innych rozdziałach tej publikacji. Osobnym tematem są fake newsy dotyczące nauki. Skąd biorą się nieprawdziwe informacje naukowe? Czy ktoś korzysta na ich upowszechnianiu? Kto ponosi winę za te przekłamania: dziennikarze i dziennikarki czy naukowcy i naukowczynie? A może ktoś zupełnie inny?

10 PROCENT MÓZGU I INNE PRZEKŁAMANIA

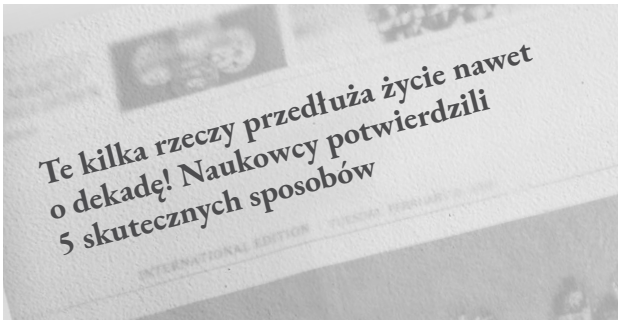
Zapewne większość z was słyszała pogłoskę mówiącą, że wykorzystujemy tylko 10 procent swojego mózgu. Powszechność tego mitu jest absurdalna, jeśli wziąć pod uwagę istniejące dzisiaj techniki obrazowania mózgu (EEG, fMRI, PET i inne), które pokazują aktywność mózgu w czasie (prawie) rzeczywistym. Udowadniają one, że mózg działa niemal w stu procentach cały czas, również podczas snu. Nie wiadomo, jakie jest źródło tego mitu. Podejrzewa się, że wynika z niezrozumienia oraz złej interpretacji pierwszych badań neurologicznych wykonywanych na przełomie XIX i XX wieku. Dawno, prawda? Niestety ten ponadstuletni mit nie jest jedynym, na który łatwo natrafić. Dbają o to mówcy motywacyjni, specjaliści od „odblokowywania swojego potencjału". Wiele takich przekłamań pojawia się również — a może przede wszystkim — dzisiaj.

AMERYKAŃSCY NAUKOWCY ODKRYLI

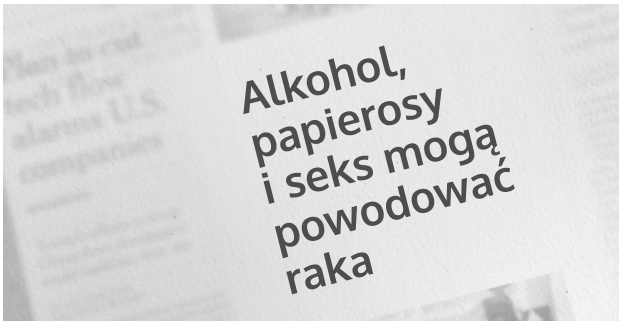
Każdy z nas przeczytał choć parę artykułów o sensacyjnych odkryciach. Ich tytuły zazwyczaj odwołują się do spraw życia codziennego i brzmią mniej więcej tak:

Pierwszą rzeczą, która powinna nas zaalarmować, jest pewność, z jaką wygłoszone zostały te sensacyjne tezy. W nauce rzadko coś jest pewne. Każde badanie ma swoje ograniczenia, które są opisywane przez autorów i autorki w artykułach naukowych. Mogą one dotyczyć próby badawczej, metody, a nawet wyników sprzecznych z dotychczasową literaturą, dla których nie znaleziono wytłumaczenia. Sama metoda naukowa polega na wyciąganiu wniosków na pewnym poziomie prawdopodobieństwa,

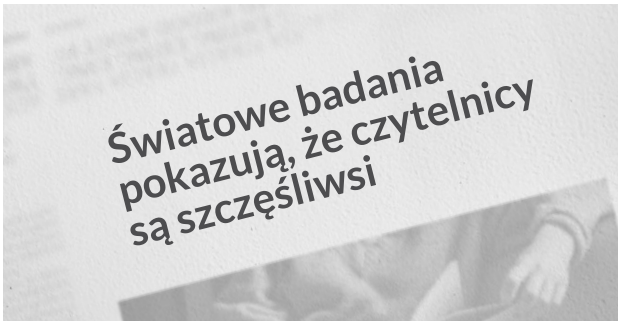
Źródło: N. Światalska, *Wysocy chorują częściej!*, 3.07.2015, WP abcZdrowie, https://portal.abczdrowie.pl/wysocy-chorują-czesciej.



Źródło: *Te kilka rzeczy przedłuża życie nawet o dekadę! Naukowcy potwierdzili 5 skutecznych sposobów*, „Glamour", 9.12.2020, https://www.glamour.pl/artykul/te-zwyczaje-sprawia-ze-bedziecie-zyc-o-dekade-dluzej-180508095713.



Źródło: A. Woźniak, *Alkohol, papierosy i seks mogą powodować raka* [wywiad z prof. dr hab. J. Markowskim], „Rzeczpospolita", 27.01.2020, https://www.rp.pl/diagnostyka-i-terapie/art915711-alkohol-papierosy-i-seks-moga-powodowac-raka.



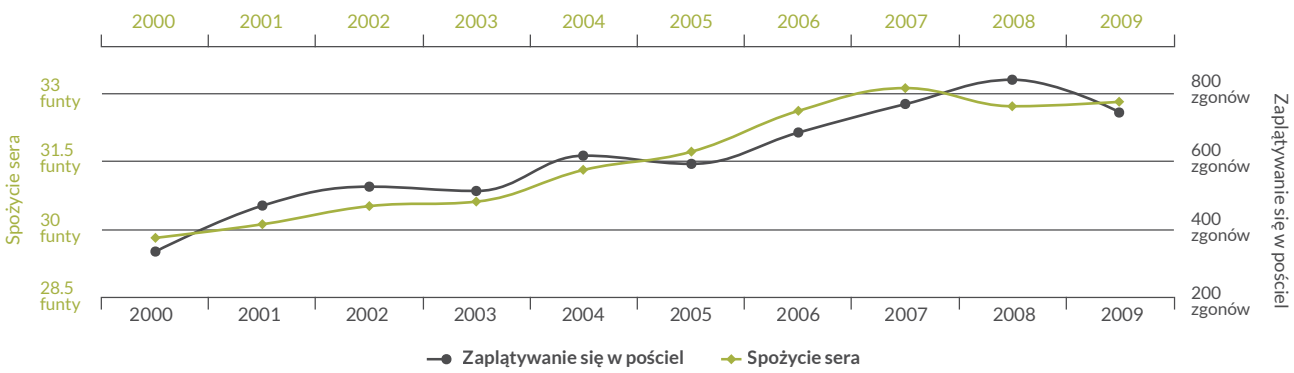
Źródło: *Światowe badania pokazują, że czytelnicy są szczęśliwsi*, Amazon, 20.07.2020, https://blog.aboutamazon.pl/technologia/swiatowe-badania-pokazuja-ze-osoby-ktore-czytaja-sa-szczesliwsze.

który określany jest na przykład przez istotność statystyczną. Fakty naukowe, które uznajemy za potwierdzone, zrodziły się na drodze wielu **replikacji**, czyli wiernego powtarzania badania, by zweryfikować jego wyniki. W ten sposób, jeśli wystarczająco dużo razy w wystarczająco różnych kontekstach (np. różnych krajach) otrzymamy te same wyniki, możemy mieć dużą dozę pewności, że są one prawdziwe. Jeśli nie, szukamy błędów, które mogły wystąpić w metodologii źródłowego badania. O przykładach takich błędów za chwilę.

Drugą rzeczą jest opisywany w tych nagłówkach związek np. między czytelnictwem a poziomem szczęścia, który zazwyczaj odwołuje się do badań korelacyjnych. Badania te polegają na analizie współzależności typu „im więcej X, tym więcej Y" (korelacja pozytywna) lub „im więcej X, tym mniej Y" (korelacja negatywna). Bardzo częstym błędem jest wyciąganie wniosków przyczynowo-skutkowych z takich właśnie zależności. Czemu nie powinniśmy tego robić, świetnie pokazują **korelacje pozorne** zebrane na stronie *Spurious correlations*[1]. Poniżej możemy zobaczyć prawie perfekcyjną korelację między konsumpcją sera na osobę a liczbą osób, które umarły w wyniku zaplątania się w swoją pościel.

[1] Spurious Correlations, http://www.tylervigen.com/spurious-correlations.

Wykres 1. Korelacja między spożyciem sera na osobę a liczbą osób, które umarły w wyniku zaplątania się w swoją pościel



Źródło: Spurious Correlations, http://www.tylervigen.com/spurious-correlations.

Nikt przy zdrowych zmysłach nie będzie próbować łączyć tych dwóch rzeczy i zaakceptuje fakt zupełnie przypadkowego istnienia tej nieprawdopodobnie wysokiej korelacji. W dużej liczbie korelacji po dalszej analizie okazuje się, że rzeczywiście zmienna A wpływa na zmienną B, zmienna B na zmienną A lub obie na siebie nawzajem. Jednak zdarzają się korelacje zupełnie przypadkowe i pozorne, jak ta pokazana na grafice. Wobec tego nigdy nie należy wyciągać wniosków przyczynowo-skutkowych z korelacji bez dalszych badań nad tematem. Często w korelacjach pozornych zdarza się, że występuje inna zmienna, która może ją lepiej wytłumaczyć. W naszym przykładzie o szczęściu i czytelnictwie trzecią zmienną wyjaśniającą ten związek mógłby być np. status materialny. W korelacji między liczbą bocianich gniazd w najbliższym sąsiedztwie a liczbą dzieci w gospodarstwie domowym zmienną wyjaśniającą jest występowanie na wsi dużej liczby gniazd bocianich i wielodziectwa. W innych, nie tak jasnych sytuacjach łatwo przychodzi nam formułowanie wniosków o charakterze przyczynowo-skutkowym, co może nieść za sobą poważne konsekwencje, np. dyskryminację określonych grup.

KOLOROWE WIĘZIENIA

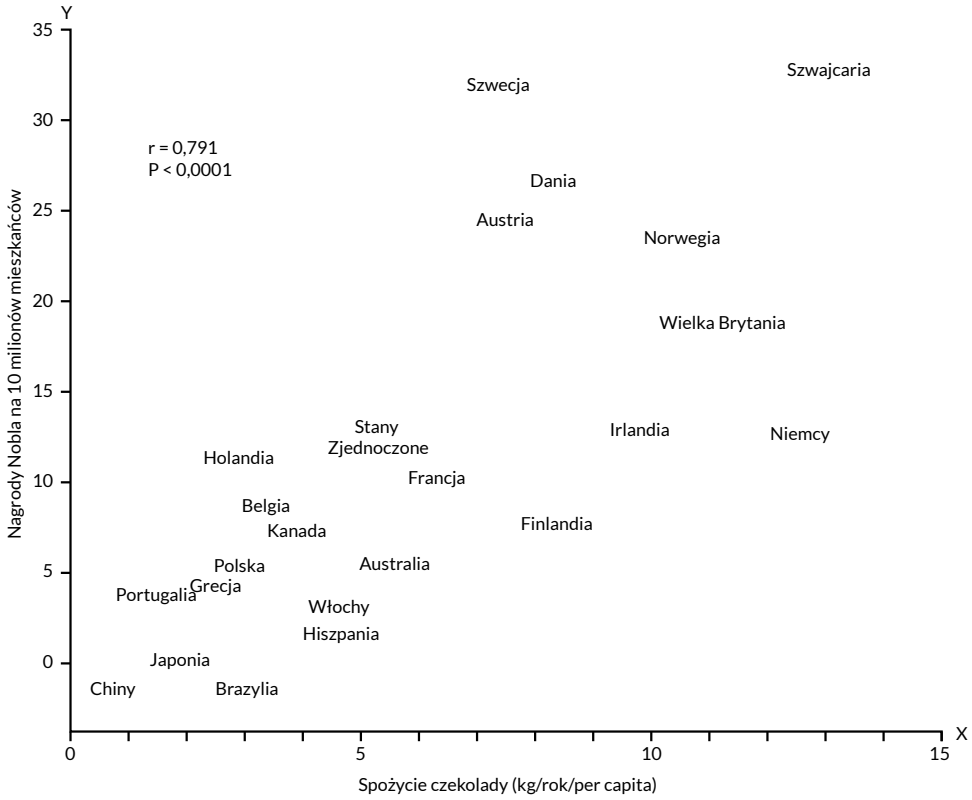
Według policyjnych danych w Stanach Zjednoczonych czy Wielkiej Brytanii kolor skóry inny niż biały koreluje pozytywnie z liczbą popełnianych przestępstw. Na tzw. chłopski rozum wniosek jest prosty: tzw. osoby kolorowe popełniają większą liczbę przestępstw niż osoby białe. Tymczasem warto zatrzymać się już na etapie formułowania tego wniosku. **Korelacja to nie przyczynowość**, nie musi ona świadczyć o związku przyczynowo-skutkowym. Tak jak we wcześniejszym przykładzie w tym wypadku również występuje inna zmienna, która lepiej tłumaczy zależność. Jest nią rasizm strukturalny, który powoduje, że osoby o innym kolorze skóry niż biały częściej są zatrzymywane, przeszukiwane, aresztowane i skazywane na karę pozbawienia wolności, o czym pisze Reni Eddo-Lodge, brytyjska

dziennikarka i blogerka, w książce *Dlaczego nie rozmawiam już z białymi o kolorze skóry*. Po drugie przenoszenie korelacji dotyczących grup na pojedyncze osoby należące do tej grupy jest błędem, który został nazwany **błędem ekologicznym rozumowania**. Jego przykładem byłoby powiedzenie, że skoro mieszkanie w mieście koreluje z posiadaniem samochodu, to każda osoba mieszkająca w mieście posiada samochód. Jest on popełniany szczególnie przy formułowaniu wniosków z badań dotyczących zdrowia i dobrostanu, również przez naukowców i naukowczynie, co udowadnia nam przytoczona poniżej historia Franza Messerliego.

JAK ZDOBYĆ NOBLA?

Profesor Franz Messerli, lekarz zainspirowany wynikami badań wskazujących na polepszenie zdolności poznawczych po spożyciu czekolady, postanowił sprawdzić, czy spożycie czekolady wiąże się z… szansą na otrzymanie Nagrody Nobla. Porównał na poziomie międzynarodowym spożycie czekolady i liczbę laureatów Nagrody Nobla w danych krajach. Poniżej prezentuję otrzymane przez niego wyniki.

Wykres 2. Korelacja między rocznym krajowym spożyciem czekolady per capita i liczbą Nagród Nobla na 10 milionów mieszkańców



Źródło: H. Franz, M. D. Messerli, *Chocolate Consumption, Cognitive Function, and Nobel Laureates*, „The New England Journal of Medicine" 2012, Vol. 367, No. 16, https://www.biostat.jhsph.edu/courses/bio621/misc/Chocolate%20consumption%20cognitive%20function%20and%20nobel%20laurates%20(NEJM).pdf.

Na osi poziomej znalazło się roczne spożycie czekolady w kilogramach na osobę, a na osi pionowej liczba laureatów Nagrody Nobla na 10 milionów mieszkańców danego kraju. Wyniki ułożyły się w silną korelację pozytywną, więc Messerli sformułował wniosek: „Biorąc pod uwagę udokumentowane przypadki pozytywnego wpływu konsumpcji czekolady na funkcjonowanie poznawcze, wydaje się w pełni zasadne twierdzić, że przy odpowiedniej dawce spożycie czekolady zapewnia płodny grunt konieczny dla wykształcenia przyszłego noblisty”[2]. Czyli: jeśli zwiększymy spożycie czekolady na osobę np. w Polsce, będziemy mieć więcej laureatów Nagrody Nobla. Brzmi kusząco, ale to nieprawda. To, że w krajach, w których jest wysokie spożycie czekolady, jest też dużo laureatów Nagrody Nobla, jeszcze samo w sobie nie świadczy o żadnych właściwościach czekolady. Jest to nieuprawniony wniosek przyczynowo-skutkowy, w dodatku będący również błędem ekologicznym rozumowania. Wysoką korelację tłumaczy inny czynnik: zamożność danego kraju, która ma znaczenie dla finansowania nauki, jak i zamożności społeczeństwa, które może sobie pozwolić (lub nie) na zakup czekolady. Korelacja zbadana przez Messerliego jest korelacją pozorną, na podstawie której wyciągnął wnioski oparte o błąd ekologiczny rozumowania.

Nie były to jedyne błędy popełnione przez naukowca. Okazało się, że spożycie czekolady dla danego kraju zostało określone głównie na podstawie konsumpcji gorzkiej czekolady Lindt. Możemy się domyślać, że rzeczywiste dane na temat spożycia czekolady mogą się różnić od tych zebranych przez profesora. Wierzę, że wszystkie pomyłki we wnioskowaniu profesora Franza Messerliego były niezamierzonym błędem, a nie pewnym intratnym układem między nim a czekoladowym lobby. Niestety pomysł takiego oszustwa nie jest fikcją, a rzeczywistością, z której konsekwencjami świat nauki mierzy się do dzisiaj.

CZARNA OWCA NAUKI

W 1998 roku Andrew Wakefield, były lekarz brytyjski, opublikował artykuł, który sugerował związek między szczepionką przeciwko odrze, śwince i różyczce (MMR) a autyzmem i zapaleniem jelit. Odkrycie to poruszyło świat nauki. Dane z badania chciał sprawdzić Royal Free Hospital, gdzie Wakefield był wykładowcą. Ten jednak odmówił współpracy, odszedł z placówki i przeniósł się do Teksasu, gdzie podjął nową pracę. Sprawie postanowił się przyjrzeć Brian Deer, brytyjski dziennikarz. Dzięki publikacji wyników śledztwa dziennikarskiego na łamach „The Sunday Times” świat mógł poznać prawdę – badanie o szczepionce powodującej autyzm było fałszerstwem.

Badanie przeprowadzono jedynie na dwanaściorgu dzieci, które zostały dobrane w sposób celowy – Wakefield zakwalifikował tylko te, które potwierdzały postawioną przez niego tezę. Metoda badawcza opierała się na zebraniu opinii rodziców: czy myślą, że przyczyną złego stanu zdrowia ich dziecka

[2] W oryginale: *However, since chocolate consumption has been documented to improve cognitive function, it seems most likely that in a dose-dependent way, chocolate intake provides the abundant fertile ground needed for the sprouting of Nobel laureates.*

jest szczepionka MMR. Okazało się również, że tylko jedno dziecko cierpiało na zaburzenia ze spektrum autyzmu, a nie dziewięcioro, jak deklarował naukowiec. Wakefield napisał również, że wszystkie dzieci przed podaniem szczepionki były zdrowe. Wyszło jednak na jaw, że pięcioro wcześniej cierpiało na zaburzenia rozwojowe. Ponadto nie otrzymał zgody komisji etyki na wykonanie inwazyjnych badań na dzieciach biorących w nich udział.

Andrew Wakefield był świadomy, że tym badaniem i opublikowanym później artykułem łamie zasady etyki lekarskiej i naukowej. Okazało się, że badanie zostało sfinansowane przez prawników reprezentujących rodziców, którzy domagali się odszkodowań za rzekome szkody wywołane przez szczepionki. Wakefield za jego publikację otrzymał 435 000 funtów. Ponadto chciał opatentować alternatywną szczepionkę przeciwko odrze, co przyniosłoby mu jeszcze większe pieniądze. Dzięki śledztwu odebrano mu prawa do wykonywania zawodu lekarza w Wielkiej Brytanii. Wciąż pozostaje jednak guru ruchu antyszczepionkowego. Kontynuuje krucjatę przeciw szczepionkom, wyreżyserował m.in. film *Vaxxed*, który mimo protestów środowiska medycznego został wyemitowany w 2017 roku na antenie TVN7.

DO YOUR OWN RESEARCH

Artykuł dziennikarski o pojedynczym badaniu naukowym nie może być dowodem na jakąkolwiek hipotezę. Bez sprawdzenia źródła nie będziemy wiedzieć, jak bardzo wnioski z badania zostały przeinaczone w celu osiągnięcia większej liczby „kliknięć". Jednak nawet przeczytanie oryginalnego badania nie wystarcza. Musimy wziąć pod uwagę prawdopodobieństwo uzyskania fałszywych wyników w pojedynczym badaniu, również tym metodologicznie poprawnym. Jest ono tym mniejsze, im więcej badań wskazuje na te same wnioski. Oczywiście niewielu z nas ma możliwość poświęcenia wielu godzin na porównywanie wyników badań z interesującej nas dziedziny wiedzy. Dlatego warto zaufać tym, którzy taką pracę wykonują na co dzień – ekspertom i ekspertkom z danej dziedziny.

Hasło *do your own research* popularne wśród wszelkich zwolenników teorii spiskowych sugeruje, że mamy wystarczające kompetencje do ocenienia rzetelności badań naukowych, na których mamy oprzeć swoje opinie, oraz że tylko przeczytanie kilku z nich gwarantuje nam uzyskanie kompletnej wiedzy na dany temat. Jest to nieprawda. Nie dajmy się zwieść samozwańczym ekspertom i ekspertkom. Mądrze wybierajmy kanały, którymi docierają do nas informacje, i bądźmy czujni i czujne na fałszywe upraszczanie profesjonalnej wiedzy.

Ćwiczenie do tekstu *Jak odróżnić tekst naukowy od myśli nieuczesanych?*, s. 87

JAK WYGRYWAĆ SPORY?

dr Michał Barcz

Czym jest dyskusja? Wcale nie musi być sposobem dochodzenia do prawdy, a jej wygrany niekoniecznie będzie miał rację. Po co więc dyskutujemy, spieramy się, wysuwamy argumenty i – co równie ważne – po co takich dyskusji słuchamy w telewizji, radiu, Internecie? Kilka słów o tym, czym jest wygrywanie sporów i co to, jak się spieramy, mówi o tym, kim jesteśmy.

Wyobraź sobie telewizyjną dyskusję ekspertów lub ekspertek po wieczornym wydaniu programu informacyjnego. Klimatolog pytany o przyczyny kolejnego z rzędu bardzo gorącego i burzowego lata lub ciepłej zimy wyjaśnia to zjawisko w kategoriach zmiany klimatu spowodowanej wysokim stężeniem dwutlenku węgla w atmosferze. To ostatnie, jak mówi, jest zaś skutkiem trwającego dekady intensywnego spalania paliw kopalnych w przemyśle i transporcie. Jego stanowisko, jak to nierzadko bywa, spotyka się jednak z następującą odpowiedzią tzw. drugiej strony, czyli sceptyka w kwestii globalnego ocieplenia: „Przecież rośliny pochłaniają dwutlenek węgla, czyli jego zwiększające się w atmosferze stężenie sprzyja roślinom, więc jest dobre. Dzięki dwutlenkowi węgla świat będzie bardziej zielony". Argument ten dociera do widzów; czują pewną satysfakcję, bo okazuje się, że jeżdżenie samochodem nie jest niczym złym. Argument zgadza się z posiadaną przez każdego wiedzą z zakresu biologii i ma nawet pewien pozór prawdy. Klimatolog chce się do tego odnieść. Istotnie, lokalnie i krótkoterminowo może być tak, jak głosi sceptyk, jednak mówienie o klimacie zakłada szerszy kontekst globalnych zależności. Żeby to powiedzieć, klimatolog musi jednak zacząć od przedstawienia podstaw swojej dziedziny, a może również innych nauk. Z perspektywy wielu telewidzów i telewidzek są to subtelności. Poza tym prowadzący zmierza już do zakończenia programu. Klimatolog jest zaskoczony. Przecież racja jest po jego stronie, a przegrywa dyskusję z człowiekiem, który – czego jeszcze nie powiedziałem – nawet nie jest naukowcem. Do niedawna w Stanach Zjednoczonych telewizyjne debaty dotyczące globalnego ocieplenia regularnie powtarzały podobny schemat, zaś rolę sceptyka w kwestii zmian klimatycznych odgrywali wynajęci przez koncerny paliwowe specjaliści od wizerunku medialnego (o sianej w ten sposób dezinformacji opowiada film dokumentalny *Kampania przeciw klimatowi*).

W tym miejscu nie będą nas interesować jawne i ukryte motywacje stron sporu, może za wyjątkiem jednej – motywacji jego wygrania. Przyjrzymy się przebiegowi i wynikowi tej dyskusji. Będziemy jednak abstrahować zarówno od prawdy w kwestii zmiany klimatu, jak i w ogóle od rozumienia dyskusji jako sposobu komunikowania lub dochodzenia do prawdy.

CZY MUSZĘ MIEĆ RACJĘ, ŻEBY WYGRAĆ SPÓR?

Zacznijmy od tego, że choć racja może być po twojej stronie, to – podobnie jak w przypadku naszego klimatologa – nie zagwarantuje ci to zwycięstwa w sporze. Sztuka wygrywania dyskusji, czyli erystyka, nie wymaga, żeby racja była po stronie zwycięzcy, ale żeby jego stanowisko miało więcej siły perswazji niż stanowisko przeciwnika. Istotne jest w tym względzie odpowiednie reagowanie na posunięcia przeciwnika, jak również przewidywanie jego argumentów. Znajomość prawdy o temacie sporu może być tu potrzebna. W dyskusji o zmianach klimatycznych sceptyk najpewniej wiedział, że ocieplenie klimatu jest zjawiskiem, za którym stoi skomplikowany zespół przyczyn i które ma wiele konsekwencji. Sformułował więc prosty argument, który odnosi się do jednej z nich, ale wyrazistej i na pierwszy rzut oka pozytywnej (wpływ emisji CO_2 na rośliny). Tym samym zmusił klimatologa do rozbudowanej i pełnej niuansów odpowiedzi, na którą – poza wszystkim – nie starczyło czasu. Przeciwstawienie wyraźnego i zwartego stanowiska zniuansowanej i rozbudowanej opinii to skuteczna taktyka.

Sceptyk mógłby jeszcze pogłębić ten efekt i w większym stopniu utrudnić klimatologowi sformułowanie przekonującej odpowiedzi, gdyby przywołał nie jeden, ale całą serię argumentów. Jakość tych argumentów tym bardziej nie będzie mieć znaczenia, skoro klimatolog stanie przed koniecznością przedstawienia jeszcze bardziej rozbudowanych wyjaśnień w ograniczonym czasie debaty. To posunięcie, polegające na zarzuceniu oponenta argumentami, nazywane jest galopem Gisha.

KTO DECYDUJE O WYGRANEJ?

W tym kontekście warto też zwrócić uwagę na to, kto ostatecznie rozstrzyga o wygranej. Nie muszą to być uczestnicy bezpośrednio zaangażowani w spór, ale ich audytorium; w telewizyjnej dyskusji o klimacie są to telewidzowie i być może redaktor prowadzący program. Argument o dobru roślin płynącym z emisji CO_2 będzie skuteczny, ponieważ na gruncie wiedzy telewidzów (choć ta się oczywiście zmienia) będzie on się wydawał prawdziwy. Sceptyk zastosował chwyt polegający na – tutaj zakamuflowanym – zwróceniu się do osądu audytorium zamiast wprost do przeciwnika. Zrobieniu wrażenia na audytorium (choć również na samym adwersarzu) sprzyjać przy tym będzie zamanifestowanie pewności siebie. Wypowiadane słowa są dzięki temu bardziej przekonujące.

CZYM SĄ CHWYTY ERYSTYCZNE?

Umiejętność wygrywania sporów kojarzy nam się przede wszystkim ze zręcznym formułowaniem argumentów, czyli ze stosowaniem tak zwanych chwytów erystycznych, które wydają się (i nieraz istotnie są) rodzajem trików. W dyskusji o klimacie możemy zaobserwować przykład efektownego chwytu erystycznego, który polega na wytrąceniu przeciwnikowi argumentu z ręki poprzez jego odwrócenie. Kiedy klimatolog mówił o negatywnych skutkach spalania dwutlenku węgla, sceptyk wskazał pozy-

tywne efekty tego samego procesu (lepsze warunki dla rozwoju roślin). Tym samym waga argumentu klimatologa została zmniejszona, a ze względu na pozorną oczywistość myśli sceptyka argument mówiący o negatywnych skutkach został być może w oczach audytorium całkiem uchylony.

Innym skutecznym chwytem, z którym mamy do czynienia w wypowiedzi sceptyka, jest uogólnienie stawianej przez niego tezy. Przy bliższym badaniu okazuje się ono całkiem nieuzasadnione, a czysto retoryczne. Sceptyk twierdzi, że ponieważ dwutlenek węgla jest pochłaniany przez rośliny, to jego spalanie jest dobre. Mowa jest tu o dobru spalania, lecz bez dodatkowych kwalifikacji. Nasuwa się pytanie: Dla kogo lub czego jest ono dobre? Wypowiedź sceptyka mamy odebrać jako mówiącą o dobru w sensie bezwzględnym, dobru dla wszystkich (taka teza jest jednak nieuzasadniona). Zwróćmy przy tym uwagę na wysoką wartość perswazyjną takich generalnych i nieprecyzyjnych określeń odnoszących się do wartości jak „dobre", „złe", „sprawiedliwe".

CZY LOGIKA POMAGA WYGRYWAĆ DYSKUSJE?

Czy chwyty erystyczne opierają się na logicznym myśleniu, czy też są trikami w tym znaczeniu, że stanowią przypadki oszustwa? Odpowiedź będzie zależeć od rozważanego chwytu, a niekiedy jego poszczególnych przypadków. Logika mówi, jaką postać mają poprawne wnioskowania. Znajomość logiki na pewno pomoże nam obronić się przed chwytami, które opierają się na błędzie logicznym (jak w przypadku nieuzasadnionego uogólnienia sformułowanego przez sceptyka) czy nieostrości pojęć (w przypadku nieprecyzyjnych kategorii w rodzaju „dobry" i „zły" możemy dopytać: „Dobre/złe dla kogo?"). Pozwoli również wychwycić argumenty, które są oparte na wnioskowaniach nie tyle błędnych (takich, które prowadzą tylko do błędnych wniosków), co zawodnych (takich, które nie zawsze prowadzą od prawdziwych przesłanek do prawdziwych wniosków). Przykładem takiego zawodnego rozumowania jest popularne w publicznych debatach wnioskowanie przez analogię, gdy mówi się, że coś jest „jakby", „podobne do", „takie jak" coś innego. Zawsze możemy (i powinniśmy) sprawdzić, pod jakim względem zachodzi to podobieństwo (szczególnie czy zachodzi pod każdym względem istotnym dla dyskusji) i jakie są tego podobieństwa granice. Ktoś np. mówi, że konstytucja jest jak powietrze. Czy jednak chodzi o to, że jest w jakimś sensie niezbędna do życia (lecz w jakim?), czy że wydaje się, że nie istnieje (powietrza nie widzimy), czy że nas otacza (w tym sensie, że tworzy ramy prawne, w których funkcjonuje społeczeństwo)? Czy wszystkie z tych konsekwencji porównania konstytucji z powietrzem są pożądane przez oponenta? Jeśli nie, to okoliczność ta, swoją drogą, będzie świetnym celem naszego ataku.

CZY CELEM ATAKU MOŻE BYĆ SAM OPONENT?

Logiczne rozumowanie jest w dyskusji nieodzowne do niektórych posunięć. Jeżeli na przykład twój adwersarz przeczy swoim wcześniejszym słowom lub zachodzi niezgodność tego, co mówi, z dekla-

rowanymi przez niego wartościami, to wykazanie takiego napięcia w jego postawie będzie argumentem trudnym do odparcia (na przykład ktoś deklaruje się jako zwolennik jakiejś partii politycznej, a my wykażemy, że nie zgadza się z jej kluczowymi postulatami). Z drugiej strony tego rodzaju niekonsekwencje bywają sztucznie wyolbrzymiane lub wręcz wmawiane. Wyobraź sobie, że na koniec swojej tyrady o tym, że świat będzie bardziej zielony dzięki emisji CO_2, sceptyk wykrzykuje pod adresem klimatologa: „I nie dostrzega tego człowiek, który uważa się za obrońcę środowiska!?". Ten przykład może jednocześnie stanowić przypadek tzw. argumentu *ad personam*, którego celem jest obrażenie przeciwnika i tym samym wyprowadzenie go z równowagi. Trudno pochwalać taki sposób prowadzenia dyskusji, który za cel ataku bierze samego adwersarza, ale bywa on bardzo skuteczny.

CO SPORY MÓWIĄ O TYM, KIM JESTEŚMY?

Klasycznego i – mimo że minęło już dwieście lat – wciąż aktualnego opracowania chwytów erystycznych dostarcza książka Artura Schopenhauera *Erystyka. Sztuka prowadzenia sporów*. W miarę jak są w niej przedstawiane kolejne metody skutecznego argumentowania, coraz wyraźniej rysuje się tam pewna wizja ludzkiej natury. Ton tej narracji jest pesymistyczny – taka w ogóle jest filozofia Schopenhauera – bo spór jako taki zdaje się wiele mówić o człowieku. Czy gdy dyskutujemy, to naszym celem jest prawda lub wiedza? Autor przekonuje, że nie. Celem jest wygrana, a dalej uznanie w oczach innych lub inaczej rozumiany interes własny. Metody, które omówiliśmy, nie wymagają przyjmowania uzasadnionych przekonań czy posiadania prawdziwych racji; możemy nawet wiedzieć, że prawda jest po przeciwnej stronie. Zauważyliśmy, że klimatolog ma rację, lecz to sceptyk jest zwycięzcą debaty. Sztuka prowadzenia sporów polega na zdominowaniu przeciwnika bez względu na to, jaka jest prawda.

W naszym poglądzie na naturę człowieka nie musimy być zgodni z ponurym Schopenhauerem, ale z tych jego rozważań powinniśmy wynieść przynajmniej tyle, że przekonujące i efektowne stanowisko lub argument nie muszą być prawdziwe. Warto na tę kwestię zwrócić uwagę młodzieży szkolnej. Przestrzeń publiczną wypełnia nieprzebrana mnogość wypowiedzi, których wartość merytoryczną przewyższa niejednokrotnie siła perswazji (choć ta ostatnia może też cechować uzasadnione argumenty i służyć promowaniu szlachetnych postaw). Świetnym ćwiczeniem w rozpoznaniu różnych form perswazji może być prześledzenie wypowiedzi postaci medialnej lub wyrazistego polityka, który dokonuje – jak to się potocznie mówi – zaorania oponenta. Jaką część jego wypowiedzi stanowi rzetelna argumentacja? Jaka to tylko zręczne chwyty erystyczne albo próby wyprowadzenia przeciwnika z równowagi?

Ćwiczenie do tekstu *Przekonanie do prawdy czy pokonanie?*, s. 90

CZY ŚWIAT JEST TAKI, JAK NAM SIĘ WYDAJE? II.

KRYTYCZNE MYŚLENIE W ROZUMIENIU I ZMIANIE ŚWIATA

Marta Kałużyńska

Dzisiejszy świat jest niezwykle skomplikowany, a przez natłok – często sprzecznych – informacji, które docierają niemal bez przerwy do każdego i każdej z nas, wydaje się jeszcze bardziej złożony. Aby odnaleźć w nim swoje miejsce i rolę, warto go jak najlepiej poznać i zrozumieć. W takiej edukacyjnej podróży obok ciekawości poznawczej przyda się również krytyczne myślenie. Jak można je ćwiczyć i jednocześnie podejmować próby lepszego zrozumienia otaczającej nas rzeczywistości? Wyjaśnianie funkcjonowania współczesnego świata młodym ludziom to jeden z elementów misji mądrej i otwartej szkoły.

EFEKT MOTYLA

Jak wykorzystać krytyczne myślenie do lepszego poznania świata? Po pierwsze warto podejmować próby dostrzegania współzależności globalnych: powiązań gospodarczych, społecznych, środowiskowych i innych, które oplatają naszą planetę. Przyglądanie się powiązaniom (np. między zmianą klimatu a żywnością na naszym stole, konsumpcjonizmem a środowiskiem) to świetny sposób na

wzmacnianie umiejętności syntezy i analizy informacji. Przy badaniu współzależności nie powinniśmy zapominać o tym, że świat to jedność i że występuje w nim efekt motyla – nawet maleńka zmiana w jednym miejscu może mieć wpływ na inny, odległy zakątek globu.

Tropienie współzależności globalnych w szkole może odbywać się na każdym przedmiocie lub w realizowanych przez społeczność szkolną działaniach projektowych poprzez nadanie perspektywy globalnej podejmowanym tematom.

PYTANIA BUDUJĄ ZROZUMIENIE ŚWIATA

W książce *Piękniejsze pytanie* Warren Berger, pisarz i innowator, zachęca wszystkich do zadawania pogłębionych, kreatywniejszych, piękniejszych pytań, pisząc: „W poszukiwaniu cech wspólnych pomiędzy wybitnymi zmieniaczami świata, okazywało się, że wielu z nich było świetnych w zadawaniu pytań".

Krytyczne myślenie polega na kwestionowaniu tego, co nam się wydaje, że wiemy, zadawaniu pytań i poszukiwaniu odpowiedzi. A te procesy są niezbędne do lepszego poznania świata. Zachęcanie dorosłych i młodzieży do wątpienia, wnikliwego przyglądania się zagadnieniom i kierowania się ku tym, które najbardziej nas interesują, wzmacnia zaangażowanie w proces nauki przez jego indywidualizację. W kontekście szkolnym sprawia, że uczniowie i uczennice zaczynają uczyć się w większym stopniu dla samych siebie. Rolą nauczyciela lub nauczycielki może być zatem nie tylko dostarczanie wiedzy, ale też rozwijanie w młodych osobach umiejętności stawiania pytań i samodzielnego lub wspólnego poszukiwania odpowiedzi. Dlaczego większość nazw ulic czy szkół ma męskich patronów? Skąd się bierze migracja zarobkowa? Dlaczego szczepionki przeciwko koranawirusowi w pierwszej kolejności trafiają do krajów globalnej Północy? Jak możemy zmniejszyć nasz wpływ na środowisko w obliczu wzrostu liczby ludności? Czy kupujemy więcej, niż potrzebujemy?

Duża wartość poruszania tematów dotyczących wyzwań współczesnego świata kryje się w tym, że czasem brakuje na nie prostych odpowiedzi bądź można znaleźć czy zaproponować więcej niż jedno rozwiązanie. Osoba nauczająca może pokazać, że liczy się nie tylko końcowa wiedza, ale też sposób dochodzenia do niej. I że możemy popełnić błąd, przyjmując pewien tok rozumowania, a dopiero później go zweryfikować. Na poziomie praktycznym u uczących się oznacza to lepsze rozumienie tego, jak złożona jest rzeczywistość i jak wiele może istnieć możliwości rozwiązania danego problemu.

DRUGI KROK KU ZMIANIE ŚWIATA

Zadawanie pytań, podawanie w wątpliwość zastanej rzeczywistości czy podważanie własnego stylu życia stanowią pierwszy krok do zmiany świata. Drugi to aktywne poszukiwanie rozwiązań aktualnych wyzwań globalnych. Pochylanie się nad możliwymi rozwiązaniami wzmacnia takie umiejętności jak analizowanie dostępnych opcji, branie pod uwagę rozmaitych czynników, uwzględnianie

doświadczeń z przeszłości, myślenie kreatywne. Z kolei połączenie krytycznego myślenia ze spojrzeniem w głąb siebie pozwala na dostrzeżenie własnych powiązań ze światem oraz rzeczywistych potrzeb i pragnień, a następnie wyciągnięcie wniosków i wprowadzenie zmian w życiu tak, aby było bardziej zrównoważone.

DOSTRZEGANIE WIELOŚCI PERSPEKTYW

Nasz obraz świata w znacznej mierze powstaje na podstawie niezliczonych komunikatów, które docierają do nas za pośrednictwem mediów tradycyjnych i społecznościowych. Warto więc nie tylko próbować je zrozumieć, ale też poddawać krytycznej analizie. W sposób szczególny odnosi się to do wiadomości i obrazów dotyczących mieszkańców i mieszkanek tzw. globalnego Południa (kraje Afryki, Azji i Ameryki Południowej), którzy często prezentowani są bardzo stereotypowo. Tę prawidłowość można zaobserwować, gdy wpisze się słowo „Afryka" do wyszukiwarki Google i przejrzy obrazy, które się wyświetlą. Większość z nich będzie pokazywać mieszkańców i mieszkanki Afryki ubranych w tradycyjne stroje (np. masajskie) albo krajobrazy sawanny ze zwierzętami w tle. Tymczasem współczesna Afryka to pięćdziesiąt cztery bardzo zróżnicowane pod względem kulturowym i gospodarczym państwa, także z nowoczesną infrastrukturą i społeczeństwem.

Starajmy się mądrze wybierać oraz wykorzystywać wiadomości i obrazy – z poszanowaniem godności drugiego człowieka, w duchu równości i solidarności. Uczmy się również wyczucia i empatii przy tworzeniu własnych przekazów – krytycznego spojrzenia i wrażliwości wobec własnego sposobu wypowiadania się. Mogą nam w tym pomóc m.in. publikacje *Jak mówić o większości świata* i *Jak mówić i pisać o Afryce*[1].

Pokazywanie stanowisk i historii osób z różnych zakątków świata, często tych pomijanych w narracjach globalnej Północy, podkreśla ważność rzetelnych relacji z pierwszej ręki, bezpośrednio od bohaterów i bohaterek wydarzeń. Z drugiej strony prezentuje niezwykłą różnorodność równolegle funkcjonujących perspektyw, pozwalając zmierzyć się z nimi, a docelowo zaakceptować je jako współistniejące z własnymi opiniami i przekonaniami.

Uwrażliwianie na inne perspektywy w edukacji szkolnej wzmacnia krytyczne myślenie, ale przede wszystkim wspiera kształtowanie w uczniach i uczennicach postaw otwartości i empatii. Można to zadanie realizować poprzez czytanie utworów literackich z innych niż własne kręgów kulturowych, oglądanie filmów dokumentalnych, w których bezpośrednio wypowiadają się bohaterowie i bohaterki wydarzeń czy poprzez organizację spotkań z ciekawymi ludźmi, którzy zechcą podzielić

[1] *Jak mówić o większości świata. Rzetelna edukacja o krajach globalnego Południa*, PAH, Warszawa 2012, https://www.pah.org.pl/app/uploads/2017/06/2017_dlaszkol_jak_mowic_o_wiekszosci_swiata.pdf; *Jak mówić i pisać o Afryce*, Fundacja „Afryka Inaczej", Warszawa 2011, https://afryka.org/batory/poradnik.pdf.

się swoją historią. Jedną z metod do wykorzystania w kontekście szkolnym może być również *storytelling*, czyli praca z opowieścią. Świetnie sprawdza się ona w kontekście lokalnym – młodzież może odszukać w swoim najbliższym sąsiedztwie osoby z doświadczeniem migracyjnym i poprosić, aby podzieliły się z uczniami swoją historią.

ROLA EDUKACJI GLOBALNEJ

Lepsze rozumienie świata oraz rządzących nim zjawisk i współzależności ułatwia funkcjonowanie w nim, zmniejsza niepokój wywołany poczuciem niewiedzy czy niestabilności oraz pozwala na odnalezienie swojego miejsca i roli w skomplikowanej rzeczywistości. Wzmocnienie tej kompetencji w szkole może wspierać edukacja globalna, holistyczna koncepcja kształcenia dążąca do pokazywania rzeczywistego obrazu świata poprzez zwrócenie uwagi na współzależności łączące ludzi, miejsca i wydarzenia na całym świecie. Kształtuje ona postawy szacunku, odpowiedzialności i solidarności oraz przygotowuje do aktywnego stawiania czoła wyzwaniom dotyczącym całej ludzkości.

„Edukacja globalna w szkole jest ważna, ponieważ wpisuje się w nauczanie, w ramach którego odchodzi się od wiedzy pamięciowej, a koncentruje na poszukiwaniu zależności zachodzących na świecie pomiędzy różnymi zjawiskami i procesami. Kładzie także duży nacisk na krytyczne myślenie i zachęca do zadawania często niewygodnych pytań – zarówno sobie, jak i innym" – napisała jedna z uczestniczek programu edukacji globalnej Centrum Edukacji Obywatelskiej, Anna Mitura, nauczycielka geografii z Warszawy.

Zachęcamy do krytycznego przyglądania się światu poprzez analizowanie współzależności globalnych, zadawanie pytań oraz poszukiwanie odpowiedzi i rozwiązań, tropienie stereotypów i tworzenie własnych narracji opartych na równości. Warto także zatrzymać się i bardziej wnikliwie przyjrzeć samemu sobie, zadać sobie ważne pytania i podjąć próbę odpowiedzi na nie. Wszystkie te aktywności można włączać do budowania mądrej i otwartej szkoły, która zaprasza uczniów i uczennice do edukacyjnej podróży w stronę krytycznego poznania i zrozumienia otaczającej ich rzeczywistości.

Ćwiczenie do tekstu *Czy robiąc zakupy, kieruję się krytycznym myśleniem?*, s. 97

CZY KOLUMB ODKRYŁ AMERYKĘ? O FAKTACH, KTÓRE NIE SĄ FAKTAMI

dr Michał Barcz, Marta Jackowska-Uwadizu

Zapełniliśmy na mapie białe plamy, polecieliśmy w kosmos, zbadaliśmy jądro atomu. Czy jesteśmy jednak tak mądrzy, jak nam się wydaje? Warto czasem bliżej przyjrzeć się temu, co niby oczywiste, bo może się okazać, że historia jest niejednoznaczna, świat stoi do góry nogami, a nawet koń niekoniecznie jest taki, jak każdy widzi.

„Koń, jaki jest, każdy widzi". Ksiądz Benedykt Chmielowski w ten właśnie prosty i krótki, a jednocześnie nieniosący żadnej informacji sposób zredagował hasło „koń" w dziele swojego życia – *Nowych Atenach*[1]. Zgodnie z intencją autora książka ta miała stanowić kompendium wiedzy współczesnego mu wykształconego człowieka. Znalazły się tam hasła dotyczące zwierząt, roślin, zjawisk i ludzi, które pokazują, jak w XVIII wieku był postrzegany świat, lecz nie wzbogaca naszej wiedzy. Treści tej jednej z pierwszych encyklopedii mogą jawić się jako śmieszne lub naiwne, ponieważ wiedza i doświadczenie, jakie nabyliśmy z czasem, poszerzyły naszą perspektywę. Zapełniliśmy na mapie białe plamy, polecieliśmy w kosmos, zbadaliśmy jądro atomu. Czy jednak mamy pewność, że to, co wiemy, to fakty, a nasze wyobrażenia o świecie są prawdziwe?

„NIEBEZPIECZEŃSTWO JEDNEJ HISTORII"

W 1492 roku Santa Maria wpłynęła na Morze Karaibskie i dokonało się jedno z najważniejszych wydarzeń w historii, dzielące czas na epoki i świat na części – Kolumb odkrył Amerykę. U schyłku XV wieku Ameryka oraz jej mieszkańcy i mieszkanki nie byli znani Europejczykom i Europejkom. Kolumb dostarczył im pewnej wiedzy, a tym samym otworzył możliwości kontaktu z nieznanymi ludami i eksploracji nieodkrytych wcześniej ziem. Czy jednak sformułowanie „Kolumb odkrył Amerykę" jest prawdziwe? Bliższe prawdzie wydaje się inne: „Kolumb odkrył Amerykę dla Europejczyków". Przyjęło się jednak myśleć, że Kolumb dosłownie i po prostu odkrył Amerykę. Jest tak, ponieważ dopiero wtedy Ameryka pojawiła się na europejskich mapach świata i wtedy – z europejskiej perspektywy

[1] B. Chmielowski, *Nowe Ateny*, wybór i opracowanie tekstu M. i J. Lipscy, Kraków 1968, https://literat.ug.edu.pl/ateny/index.htm.

– ruszył zegar historii tego kontynentu. Czy chcielibyśmy jednak twierdzić, że Aztekowie, Inkowie, Inuici i inne grupy zamieszkujące obie Ameryki nie miały własnego zegara historii i potrzebowały zostać odkryte, aby istnieć? To przykład niebezpieczeństwa jednej historii, o którym mówi w swoim wystąpieniu TED Chimamanda Ngozi Adichie[2]. W sytuacji, w której w naszym spojrzeniu na osobę, wydarzenie, świat dopuszczamy istnienie tylko jednej – w tym przypadku europocentrycznej – perspektywy, możemy brać za fakty coś, co nimi nie jest, albo mylić fakty z opiniami. Czy powiedzielibyśmy bowiem, że Kolumb odkrył Europejczyków dla Ameryki (i rdzennych Amerykanów)?

INNE PERSPEKTYWY

Adichie chce nam powiedzieć, że potrzebujemy myśleć o innych perspektywach i nie zawsze nasza jest jedyną możliwą. Czasem może być błędna, ale najważniejsze, że po prostu może być jedną z wielu (nie mówimy jednak o równoważności faktów i opinii). Wyobraźcie sobie, że macie za zadanie narysować mapę świata. Co narysujecie? Na dole kartki Antarktyda, na górze Arktyka. Po lewej Ameryki, po prawej Australia, w środku Europa, poniżej zaś Afryka. Dlaczego? Bo takie mapy oglądamy od małego. W szkole, atlasach, w urzędach. W centrum znajduje się świat nam znany: nasz kraj, kontynent. Popełniamy wtedy błąd logiczny, który zakłada myślenie, że skoro wszyscy coś mówią (wiedzą, pokazują), to jest to prawdą[3]. Tym samym argumentem kierują się Chińczycy, którzy na swojej mapie w centralnym punkcie zamieszczają Chiny, i Amerykanie, umieszczając w nim Amerykę. Mapy pokazują nasz poziom wiedzy o świecie i stosunek do innych. Na dawnych mapach świata białe plamy pokazywały nieznane terytoria, kontynenty wyglądały inaczej niż dziś. I choć obecnie uznajemy, że mamy świat pod kontrolą, zapominamy często, że już sam obraz kuli ziemskiej rzucony na płaską powierzchnię jest mylący. Mimo to nadal stosujemy odwzorowanie Gerarda Merkatora, które to od ponad 500 lat każe nam mylnie postrzegać świat[4].

NIEJEDNOZNACZNA HISTORIA

Przykłady Kolumba i map pokazują, że w nabywaniu wiedzy powinniśmy zawsze być czujni. Czy pamiętacie ostatnie odkrycie archeologiczne, które zmieniło naszą wiedzę o przebiegu historii? Ciągle odkrywamy nowe fakty historyczne. Historia jest więc zbiorem znanych nam opowieści, a nie tych, które są głęboko zakopane. I choć jasne wydaje nam się, że trudno wiedzieć dokładnie o tym, co działo się 10 tysięcy lat temu, bliższa nam historia też nie jest jednoznaczna. W 1989 roku

[2] Chi. N. Adichie, *Niebezpieczeństwo jednej historii*, https://globalna.ceo.org.pl/material/chimamanda-adichie-niebezpieczenstwo-jednej-historii.

[3] Więcej o chwytach erystycznych znajdziecie w materiale *Jak wygrywać spory?* Michała Barcza.

[4] Warto zajrzeć na strony pokazujące prawdziwe rozmiary krajów, aby zobaczyć czasem nieznaną nam perspektywę, np. https://thetruesize.com.

z Nowej Huty zniknął pomnik Lenina. Upadek komunizmu doprowadził nie tylko do obalenia muru berlińskiego, ale też zmiany podręczników historii. W całej Polsce zmieniały się nazwy ulic, upadały pomniki, usuwano święta państwowe. Historię opowiadano na nowo, propagowano nowych bohaterów. Los Lenina podzielili ostatnio Krzysztof Kolumb, Leopold II, konfederaccy bohaterowie Stanów Zjednoczonych, odkrywcy zamieszani w handel niewolnikami. Stajemy się gotowi, by wysłuchać tych historii na nowo. Wiele jednak zostaje wciąż nieopowiedzianych. Akademicka nauka historii ceni bowiem tylko źródła pisane, tymczasem w różnych rejonach świata ważniejsze są przekazy ustne, przedmioty, ludzie. Jak widać, historia to nie zawsze tylko fakty. Wpływa na nią nasza wiedza, świadomość (lub jej brak), a w dużej mierze również polityka, podziały administracyjne, granice. Istotne jest to, kto opowiada tę historię[5].

NIE-LUDZKIE OPOWIEŚCI

Pozorne fakty nie muszą brać się jedynie z (uświadomionego lub nie) przekonania o wyróżnionym statusie pewnej kultury, cywilizacji lub płci. Czasem te przekonania dotyczą na przykład rodzaju lub gatunku. Przyjrzyjmy się twierdzeniom: „szczury to szkodniki" i „chabry to chwasty". Człowiek stworzył artylerię środków do walki z tymi niepotrzebnymi mu istnieniami. Kategorie szkodników i chwastów oddają antropocentryczny punkt widzenia, czyli perspektywę stawiającą w centrum człowieka. W tych wypadkach mowa jest w istocie o ludzkim standardzie higieny i o tym, co jest niepożądane ze względu na wydajność upraw. Wyróżnienie szkodników i chwastów zakłada więc typowo ludzkie wartości i punkt odniesienia. To jednak może nam umknąć, ponieważ kategorii tych używamy do opisu obiektywnie istniejącego świata przyrody.

Zwykliśmy traktować istoty nie-ludzkie w kategorii użyteczności: rośliny mogą przyczyniać się do naszej rekreacji, zwierzęta być jedzone, przerabiane na skóry, wykorzystywane do pracy. Najczęściej nawet nie zauważamy roślin w całości. Zapominamy na przykład, że mają korzenie, które często stanowią ich większą część[6].

Z kolei część tego, co nazywamy światem i zaliczamy do natury, można postrzegać jako wytwór społeczno-naturalny. Weźmy za przykład parki narodowe lub dziurę ozonową. Powstały i istnieją przy współudziale ludzi oraz nieludzi. Czy można odwrócić perspektywę i spojrzeć na świat oczami roślin i zwierząt? Możemy przeprowadzić eksperyment myślowy i zastanowić się, co się dzieje, kiedy człowiek zakłada miasto. Czy o jego założeniu w danym miejscu rzeczywiście decyduje on? Czy może przyroda poprzez układ gór, rzek, bagien, lasów[7]? Ciekawe, co powiedziałby las, który mógłby zrozumiałym dla

[5] Publikacja pokazująca globalną historię świata: *Podręcznik do globalnej historii świata*, https://www.getupandgoals.eu/geo-history-textbook-pl.

[6] Rysunki korzeni można obejrzeć w projekcie uniwersytetu z Wageningen: Wageningen University & Research Image Collections, Root System Drawings, https://images.wur.nl/digital/collection/coll13/search.

[7] To pytanie zadaje Filip Springer w wykładzie *Miasto nie-ludzkie*, https://www.youtube.com/watch?v=XwNMdYrQAbE (2021).

nas językiem opowiedzieć nam o swojej historii[8]. Na razie możemy jedynie dawać mu głos przy użyciu dostępnych nam, a więc ludzkich, narzędzi[9], doszukiwać się jego głosu w ludzkim postrzeganiu i języku.

KOŃ, JAKI JEST, NIE KAŻDY WIDZI

Nasz umysł łatwo wpada w koleiny jednej perspektywy. Musi minąć wiele czasu, abyśmy potrafili otworzyć się na inną perspektywę i odwrócić własną. Przykładem naszej zwodniczej wiary jest historia konia w malarstwie. Zwierzę to towarzyszy człowiekowi od około trzech i pół tysiąca lat. Człowiek polował na konie, hodował je, jeździł na nich, ścigał się, kochał je, podziwiał. Swoje emocje wobec tych zwierząt utrwalał w malarstwie: od naskalnego do olejnego. Przez lata istnienia sztuki malarskiej wizerunki konia w galopie przedstawiały zwierzę z uniesionymi do góry czterema nogami. Dopiero w XIX wieku, kiedy Edward Muybridge wykonał serię zdjęć konia w galopie[10], okazało się, w żadnym momencie zwierzę nie odrywa czterech nóg od ziemi w taki sposób, w jaki ludzie to sobie wyobrażali. Potrzebowaliśmy wieków, żeby dostrzec coś, z czym stykaliśmy się na co dzień. Potrzeba krytycznej refleksji wobec tego, co wydaje się oczywiste. Wymaga to jednak otwartości na to, że możemy nie mieć racji. Potrzeba też ciekawości. Jeśli zakładamy, że wiemy, poddajemy to, co widzimy, ocenie i nie szukamy już innych możliwości.

Jak na kompendium wiedzy XXI wieku spojrzy ktoś za 300 lat, czyli tyle, ile obecnie mija od napisania *Nowych Aten*? Czy będzie się śmiać? Czy pobłażliwie wybaczy nam niedoskonałości naszego umysłu i utwierdzi się w swojej wyższości? A może będzie już wiedzieć, że dobrze jest pozwolić sobie na eksperymenty myślowe i dystans, aby odwrócić perspektywę i dostrzec inne możliwości.

Ćwiczenia do tekstu: *Historia nieoczywista*, s. 99 , *Spójrz inaczej*, s. 103

[8] Nad tym zastanawiał się Eduardo Kohn w książce *How Forests Think: Toward an Anthropology Beyond the Human (2013)*.

[9] Pytanie „Co powiedziałby las?" jest wyrazem postawy alternatywnej dla antropocentryzmu. Polega ona na próbie dowartościowania tego, co nie jest ludzkie, udzieleniu głosu lasowi, zwierzętom itd. Por. z ideą parlamentu rzeczy B. Latoura, filozofią Timothy'ego Mortona, podejściem ekokrytycznym, animal studies i ekopoetyką.

[10] E. Muybridge, *Race horse*, https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Muybridge_race_horse_animated.gif.

JAK JĘZYK I OBRAZ KSZTAŁTUJĄ NASZE POSTRZEGANIE ŚWIATA?

Jadwiga Jarosz

Język jest bronią obosieczną: może służyć do okazywania szacunku i wsparcia, ale też – nieumiejętnie stosowany – może utrwalać istniejące stereotypy i uprzedzenia. Jak używać języka mądrze i świadomie? Uczymy się tego przez całe życie. Ważne, żeby tę wrażliwość na język, uważność w formułowaniu przekazów budować już od najmłodszych lat. I wciąż zwracać uwagę na to, jak sami mówimy.

Czy język kreuje rzeczywistość? A może język stanowi odzwierciedlenie istniejących już zjawisk? To jak pytanie, co było pierwsze: jajko czy kura? Faktem jest, że jedno ma wpływ na drugie. To, jakim językiem opisujemy świat, kształtuje nasze wyobrażenie o nim. Jest to też świadectwo naszej wrażliwości lub jej braku. Na ile stosowane w przestrzeni publicznej wyrażenia i obrazy kształtują wyobrażenie o pewnych osobach, grupach, zjawiskach? Język równościowy (czyli taki, który np. uwzględnia formy męskie i żeńskie) odzwierciedla różnorodność świata. Jest ilustracją relacji międzyludzkich – wynika z nich i jednocześnie je kształtuje. Podobnie jest z obrazami, którymi się posługujemy, aby zilustrować swoje przekonania i emocje. Dlatego zadbanie o używany przez siebie język i refleksja nad tym, w jaki sposób się komunikujemy, to pierwszy krok do bezpieczniejszej, bardziej otwartej społeczności. Powielanie stereotypów utrwala niepełny, a czasem wręcz nieprawdziwy obraz człowieka. Dużo cenniejsze jest wrażliwe przedstawianie człowieka jako konkretnej jednostki, z całą jego złożonością.

JĘZYK RÓWNOŚCIOWY A POPRAWNOŚĆ POLITYCZNA

Używanie języka wrażliwego na nazywanie osób należących do niedominujących grup (np. mniejszości narodowych, religijnych, osób z niepełnosprawnościami, kobiet, dzieci, osób starszych) bywa traktowane jako poprawność polityczna. Ta z kolei jest różnie rozumiana. Językoznawca prof. Marek Łaziński twierdzi, że „choć poprawność polityczna doczekała się własnej negatywnej stereotypizacji i bywa niesłusznie utożsamiana z totalitarną nowomową, to odgrywa współcześnie niewątpliwie rolę pozytywną, tworząc bezpieczne ramy komunikacji, które można porównać

z zasadami grzeczności (etykiety) językowej”[1]. Jej celem bowiem jest wyrażenie szacunku oraz tolerancji wobec członków i członkiń grup niefaworyzowanych i dostrzeganie ich potrzeb. Z kolei Mamadou Diouf z Fundacji „Afryka Inaczej” we wstępie do poradnika *Jak mówić i pisać o Afryce?* kategorycznie stwierdza: „Nie uznaję tak zwanej politycznej poprawności. Myślę, że czegoś takiego nie ma. Albo człowiek jest dobrze wychowany i odnosi się z szacunkiem do drugiego, albo jest nieokrzesany”[2].

To ciekawy temat do dyskusji. Jeśli poprawność polityczną będziemy rozumieć jako poddanie się językowym tendencjom bez wrażliwości na uczucia drugiego człowieka, to faktycznie jej wartość spada. Choć zgodnie z myślą, że język kształtuje wyobrażenie o świecie, należałoby oczekiwać, że nawet pozbawiona empatii poprawność polityczna wpłynie uwrażliwiająco na użytkowników i użytkowniczki języka.

ŻEŃSKA SZKOŁA

Statystycznie kobiety w Polsce stanowią większość społeczeństwa, język jednak nie odzwierciedla tej rzeczywistości. I choć gramatyka języka polskiego pozwala na tworzenie form żeńskich, nazwy wielu stanowisk czy zawodów najczęściej występują w formie męskiej[3]. Zwróćmy uwagę na środowisko szkolne. Większość osób uczących w szkole to kobiety, a jednak mówimy o „strajku nauczycieli”. Nawet o klasach, w których większość stanowią dziewczyny, przyjęło się mówić w formie męskiej: uczniowie. Zawody niższej rangi – jak sprzątaczka, opiekunka – mają formę żeńską, a naukowiec czy chirurg – już raczej męską. Konsekwencją mówienia wyłącznie o „dyrektorach” i „profesorach” jest pomijanie sukcesu wielu kobiet. Formy „dyrektorka”, „profesorka” są uznawane za mniej prestiżowe. „Im silniejsze jest poczucie ważności danej funkcji sprawowanej przez panie, tym silniejsza skłonność do posługiwania się brzmieniem męskim” – pisze językoznawca prof. Jan Miodek[4]. Bywa, że to same kobiety wybierają formę męską, aby w oczach innych ludzi dorównać mężczyznom na polu zawodowym. Tymczasem to właśnie stosowanie feminatywów (żeńskich odpowiedników nazw męskich) wydaje się najwłaściwszą metodą dowartościowania pracy wykonywanej przez kobiety.

---

[1] M. Łaziński, *Jeszcze o słowie* Murzyn *i o stereotypach. Po lekturze artykułu Margaret Ohii. Mechanizmy dyskryminacji rasowej w systemie języka polskiego*, „Przegląd Humanistyczny” 2014, nr 5, s. 130, https://www.wuw.pl/data/include/cms/Przeglad_Humanistyczny_5446_2014.pdf.

[2] M. Diouf, *Wprowadzenie*, w: *Jak mówić i pisać o Afryce?*, Fundacja „Afryka Inaczej”, Warszawa 2011, s. 5, https://afryka.org/batory/poradnik.pdf.

[3] Język polski sprawia czasami trudność w tworzeniu męskich form zawodów, np. pan przedszkolanka czy przedszkolanek, pan sekretarka czy sekretarz?

[4] J. Miodek, *Socjolożka czy (pani) socjolog?*, „Gazeta Wrocławska”, 24.09.2010, https://gazetawroclawska.pl/jan-miodek-socjolozka-czy-pani-socjolog/ar/311691.

SŁOWO NA M.

Czy słowa „Murzyn", „Murzynka" obrażają? Trudno obronić tezę o neutralności wyrażeń takich tak: „sto lat za Murzynami", „robić za Murzyna", „Murzyn zrobił swoje – Murzyn może odejść". Istnienie takich zwrotów w zasobie słownikowym części społeczeństwa dowodzi istnienia skojarzenia osoby czarnoskórej z niewolnikiem lub niewolnicą. Językoznawczyni prof. Katarzyna Kłosińska mówi, że nieużywanie słowa „Murzyn" nie powinno być efektem cenzury, ale zwyczajnej ludzkiej empatii[5].

W *Wielkim słowniku języka polskiego PAN* znajdziemy kilka znaczeń słowa „murzyn/Murzyn"[6]. Zdaniem prof. Marka Łazińskiego słowo „Murzyn" kiedyś było neutralne[7]. Stąd prawdopodobnie oburzenie osób ze starszego pokolenia na informację, że to słowo może być postrzegane jako obraźliwe. Ale przecież naturalne jest zjawisko zmiany skojarzeń, które wywołują słowa, na skutek zmian społecznej świadomości. Na stronie Rady Języka Polskiego możemy przeczytać: „dziś słowo *Murzyn* jest nie tylko obarczone złymi skojarzeniami, jest już archaiczne"[8].

Bywają też takie sytuacje, w których zastosowanie słowa „Murzyn" sprawia, że kolor skóry staje się najważniejszą informacją o człowieku. Spójrzcie wspólnie z uczniami i uczennicami na fotografię Mae Jemison[9] – lekarki, inżynierki, astronautki. Zastanówcie się, na ile w charakterystyce tej osoby istotny jest kolor skóry. Jak podanie tej informacji wpływa na postrzeganie człowieka? Może się okazać, że zwrócenie w opisie osoby uwagi na kolor skóry przysłoni wszystko inne, stanie się informacją ważniejszą od tego, że ktoś jest świetną aktorką, kiepskim lekarzem, znakomitym śpiewakiem operowym czy sympatycznym przechodniem.

Warto też zwrócić uwagę na to, że osoby czarnoskóre mogą zwyczajnie nie chcieć być określane jako „Murzyn", „Murzynka". Dobrym punktem wyjścia do rozmowy na ten temat może być przykład Bianki Nwolisy, która miała odwagę wyjść na ulicę z transparentem „STOP CALLING ME MURZYN". Wsłuchujmy się w to, jak dana grupa chce lub nie chce być nazywana. Słowo „Murzyn" nie określa pochodzenia danej osoby. Jeśli taka jest nasza intencja, właściwiej jest powiedzieć np.: „Afrykanin", „Afrykanka", „Senegalczyk", „Senegalka", „Francuz", „Francuzka".

---

[5] M. Fijołek, *Czy słowo „Murzyn" jest obraźliwe? „Tu nie chodzi o cenzurę języka, lecz o empatię" – mówi prof. Kłosińska*, Rozrywka.blog, 12.06.2021, https://www.spidersweb.pl/rozrywka/2020/06/12/czy-slowo-murzyn-jest-obrazliwe-rasizm.

[6] *Murzyn, murzyn*, Wielki słownik języka polskiego PAN, https://wsjp.pl.

[7] Rada Języka Polskiego, *„Murzyn" i „Murzynka"*, sierpień 2020, https://rjp.pan.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=1892%3Amurzyn-i-murzynka.

[8] Tamże.

[9] *Mae Carol Jemison*, Wikipedia, https://pl.wikipedia.org/wiki/Mae_Jemison#/media/Plik:Mae_Carol_Jemison.jpg.

MEMY OBJAŚNIAJĄ ŚWIAT?

Olga Tokarczuk w swoim noblowskim odczycie zawarła następujące słowa: „To, jak myślimy o świecie i – co chyba ważniejsze – jak o nim opowiadamy, ma więc olbrzymie znaczenie. Coś, co się wydarza, a nie zostaje opowiedziane, przestaje istnieć i umiera. Wiedzą o tym bardzo dobrze nie tylko historycy, ale także (a może przede wszystkim) wszelkiej maści politycy i tyrani. Ten, kto ma i snuje opowieść – rządzi”[10].

Noblistka zwróciła uwagę na to, jak znaczący wpływ na społeczną świadomość ma sposób snucia opowieści. Ludzie posiadający władzę (nie tylko w wymiarze politycznym) potrafią wpływać na to, jak „opowiadany” jest świat. Niektóre często powtarzanie wyrażenia, np. „fala uchodźców”, wpływają na naszą wyobraźnię, a tym samym na naszą opinię na temat różnych zjawisk. Współcześnie każdy internauta i każda internautka mają możliwość wpływania na rozpowszechnianie wybranych treści poprzez tworzenie postów, memów, udostępnianie, lajkowanie, oznaczanie, komentowanie. Oznacza to, że za pośrednictwem użytkowników i użytkowniczek Internetu jest przekazywany i może być utrwalany konkretny sposób myślenia o ważnych i złożonych zjawiskach.

Proponuję przeanalizowanie wizerunku uchodźców i uchodźczyń, który jest kreowany w mediach – również społecznościowych. Współczesne media chętnie opowiadają obrazami. Przyjrzyjmy się zatem memom, reklamom, okładkom[11].

Memy jako komunikaty są trudne do zweryfikowania. Tymczasem są niezwykle popularne i, choć trudno w to uwierzyć, dla niektórych osób mogą stanowić podstawowe źródło wiedzy o tym, co się dzieje w świecie. Spójrzmy na mem: *chcesz ich przyjąć?? unia znowu chce nam ich sprezentować*, https://demotywatory.pl/4917613/chcesz-ich-przyjac-unia-znowu-chce-nam-ich-sprezentowac .

Przedstawia stłoczonych czarnoskórych mężczyzn na tle morza. Kilku z nich wyciąga dłoń w geście prośby o pomoc. Pod fotografią widnieje podpis (zapis oryginalny): „chcesz ich przyjąć?? Unia znowu chce nam ich sprezentować. 15 maja rusza proces przeciw Polsce że nie przyjęła nielegalnych imigrantów, kochana unio mówimy nie!!!!” (mem opublikowano 27.05.2019 roku). Analiza tego przekazu z młodzieżą stworzy okazję do rozmowy na temat niewrażliwych zwrotów oraz komunikatu fałszującego rzeczywistość. W tym przekazie powinno razić uprzedmiotowienie ludzi reprezentujących uchodźców, choć nie wiemy, czy nimi są. Nie wiadomo, kiedy i gdzie zostało wykonane to zdjęcie. Osoby zostały porównane do niechcianego prezentu, a Unia Europejska przedstawiona jako organizacja, która istotnie ogranicza suwerenność krajów członkowskich. W powyższym memie zostało użyte wyrażenie „nielegalni imigranci”. To jest zwrot niepoprawny i stygmatyzujący, sugerujący, że ktoś popełnia przestępstwo (bycie uchodźcą nie jest przestępstwem). Żaden człowiek nie jest nielegalny. Mem ten

[10] O. Tokarczuk, *Czuły narrator*, 2019, https://www.nobelprize.org/uploads/2019/12/tokarczuk-lecture-polish.pdf.

[11] R. Cekiera, *Terroryści, tchórze i lenie – konstruowanie wizerunków uchodźców za pomocą memów internetowych*, „Kultura - Media - Teologia” 2017, nr 2, s. 74, https://kmt.uksw.edu.pl/media/pdf/kmt_2017_29_cekiera.pdf.

sugeruje, że wśród osób szukających azylu w Europie znajdują się wyłącznie mężczyźni. Tymczasem według UNICEF-u w lutym 2016 roku kobiety i dzieci stanowiły ponad 60 procent uchodźców czy uchodźczyń[12]. Łatwo wykazać zależność między wizerunkiem uchodźców i uchodźczyń w mediach a przekonaniami Polaków i Polek na temat migracji.

ROLA SZKOŁY W KSZTAŁTOWANIU JĘZYKA

Zachęcam do krytycznego przyglądania się przyzwyczajeniom językowym i wykorzystywanym na co dzień obrazom. Można zamiast tradycyjnej lekcji zaproponować uczniom i uczennicom wspólne przyglądanie się przekazom medialnym i wyrażanie związanych z tym emocji. Ciekawe efekty przynosi analiza wybranych wyrażeń, które stanowią przykłady języka dyskryminującego („trzeci świat", „zachowuj się jak cywilizowany człowiek", „płacze jak baba", „fala uchodźców"). To wspaniała okazja, by na chwilę odejść od roli nauczyciela czy nauczycielki, a przyjąć postawę towarzysza i towarzyszki w uwrażliwiającym przyglądaniu się światu. Szkoła jest przestrzenią, w której mogą się toczyć rozmowy pozwalające dostrzegać oraz rozumieć procesy językowe i dotyczące wykorzystania obrazów. Niech poprawność językowa na lekcjach języka polskiego nie będzie tylko nudnym zagadnieniem dotyczącym poprawności składniowej zdania. Rozmowy o języku równościowym mogą być angażujące, a spory na ten temat wśród uczennic i uczniów traktujmy jako krok w stronę dostrzegania grup niefaworyzowanych.

Ćwiczenie do tekstu *Siła słów*, s. 109

[12] *UNICEF, UNHCR i UNICEF tworzą 20 ośrodków pomocy dla dzieci uchodźców i migrantów w Europie*, 26.02.2016, https://unicef.pl/co-robimy/aktualnosci/dla-mediow/unhcr-i-unicef-tworza-20-osrodkow-pomocy-dla-dzieci-uchodzcow-i-migrantow-w-europie.

KRYTYCZNIE W ŚWIECIE MEDIÓW I KULTURY

III.

MĄDRZEJSZE ALGORYTMY, GŁUPSI LUDZIE

Weronika Rzeżutka-Wróblewska

Fake newsy, deepfake'i, algorytmy i teorie spiskowe – nawet najbardziej uważnym zdarza się wpaść w pułapki mediów online. Szczególnie narażeni na dezinformację w sieci są młodzi ludzie, dla których Internet stanowi główne źródło informacji. Wyłączenie radia, telewizji i smartfonu nie jest jednak rozwiązaniem. Lepiej pokazać młodym, jak umiejętnie korzystać z mediów, aby czerpać z nich korzyści i unikać wspomnianych pułapek.

KAŻDY W SWOJEJ BAŃCE

W 2017 roku dziennikarze „The New York Timesa" odkryli, że u niektórych użytkowników Internetu po wpisaniu w wyszukiwarkę Google słów „climate change" (ang. zmiana klimatu) pojawiały się reklamy, które globalne ocieplenie nazywały mistyfikacją. „Oszustwo dotyczące zmiany klimatu – dlaczego

nauka nie jest pewna?" – pytały nagłówki i wprowadzały odbiorców i odbiorczynie w błąd, mimo że szkodliwe skutki emisji dwutlenku węgla związane z działalnością człowieka zostały potwierdzone przez wszystkie wiarygodne organizacje naukowe na świecie[1].

Czy każdemu po wyszukaniu frazy „zmiana klimatu" ukażą się fake newsy, czyli fałszywe informacje? Prawdopodobnie nie. Algorytm sprawdzi najpierw, czy potencjalny odbiorca i odbiorczyni mogą być nimi zainteresowani. W ten sposób każdy z nas ogląda w Internecie trochę inny świat.

Guillaume Chaslot, były inżynier w serwisie YouTube, tłumaczy w filmie dokumentalnym *Dylemat społeczny*, że nie ma treści za darmo. Jeżeli nie płacimy za informacje i treści, to znaczy jedno: to my jesteśmy sprzedawani, a dokładniej nasza uwaga. O nią walczą reklamodawcy. A treści, które przyciągają widza na dłużej, to te, które najbardziej polaryzują społeczeństwo. Algorytm próbuje znaleźć interesujące królicze nory, które pasują do naszych zainteresowań.

Brak krytycznego odbioru takich informacji doprowadził do kompromitacji Kyrie'ego Irvinga, koszykarza NBA, który uwierzył, że Ziemia jest płaska. Po pewnym czasie przeprosił, że dał się zmanipulować, i zrzucił winę na króliczą norę YouTube'a[2]. Teoria o płaskiej Ziemi była polecana przez algorytm setki milionów razy. I wcale nie trzeba być głupim czy naiwnym, żeby wpaść w jedną z licznych pułapek algorytmów. Czasem wpuszczanie odbiorców w maliny jest celowe. Nazywa się to zjawiskiem *science by press release* (ang. nauka przez komunikaty prasowe). To zabieg, który polega na publikowaniu w mediach wątpliwych odkryć naukowych. Publikacja taka podważa zasady odkryć naukowych, które wymagają niezależnych opinii, aby zostać opublikowane. Ta metoda może być wykorzystana przez indywidualnego badacza poszukującego sławy, korporację, która pragnie wpłynąć na opinię publiczną lub na postrzeganie jej przez inwestorów, czy też ruch polityczny lub ideologiczny[3].

DOSTĘP DO INFORMACJI TO NIE WSZYSTKO

„Fakty bowiem to mają do siebie, że racja jest zawsze po ich stronie" – napisał Stanisław Lem w *Bajkach robotów*. Znaczyłoby to, że dostęp do wiedzy i informacji, jaki daje nam dzisiaj Internet, powinien raz na zawsze rozstrzygnąć spory i wątpliwości. W takim razie dlaczego wciąż spieramy się, kto ma słuszność?

Internet bez wątpienia ułatwił i zdemokratyzował dostęp do informacji. Umożliwił jednak nie tylko łatwe wyszukiwanie danych, informacji i opinii, lecz także zamieszczanie ich w sieci przez każdego, co było niemożliwe w dobie mediów tradycyjnych. Sytuacja ta sprzyja szerzeniu dezinformacji, fałszywych wiadomości, niepotwierdzonych teorii i propagandy.

---

[1] H. Tabuchi, *How Climate Change Deniers Rise to the Top in Google Searches*, „The New York Times", 29.12.2017, https://www.nytimes.com/2017/12/29/climate/google-search-climate-change.html.

[2] *Kyrie Irving on flat-Earth comments: 'I'm sorry'*, NBA, 2.10.2018, https://www.nba.com/news/kyrie-irving-regrets-flat-earth-comments.

[3] *Science by press conference*, Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Science_by_press_conference.

Jak duży wpływ na ludzi ma dezinformacja w mediach społecznościowych i jak poważne może nieść konsekwencje, pokazują m.in. wydarzenia z Trynidadu i Tobago. W wyborach w tym karaibskim kraju stanęły przeciwko sobie dwie partie: aktualnie rządzący Ludowy Ruch Narodowy (PNM) oraz Zjednoczony Kongres Narodowy (UNC), który popiera druga duża grupa etniczna, Indusi. Druga partia do pomocy w kampanii wyborczej zatrudniła firmę Cambridge Analytica, znaną z wykorzystywania danych milionów ludzi do celów marketingowych w kampaniach politycznych, np. w wyborach w USA w 2016 r.[4]

W filmie *Hakowanie świata* rzecznik Cambridge Analytica opowiada, jak miała działać kampania: „Chcieliśmy wpłynąć na młodych, czarnoskórych wyborców i zwiększyć ich apatię". Specjaliści od mediów społecznościowych zainicjowali pozornie oddolny ruch „Zrób to" (ang. *Do so*), którego znakiem rozpoznawczym były skrzyżowane w górze ręce. Początkowo wydawało się, że kampania została zainicjowana przez emeryta Percy'ego Villafany'ego, który skrzyżował ramiona, odmawiając dostępu do swojej posesji, gdy ówczesny premier i lider PNM odwiedzał przed głosowaniem wyborców w jego sąsiedztwie. Młodzi dali się nabrać. Robili zdjęcia, nagrywali wideo, rysowali graffiti ze znakiem protestu. Po czym przedstawiciel Cambridge Analytica dodał: „To znak oporu nie przeciw rządowi, ale przeciw politykom i wyborom. Wiedzieliśmy, że gdy dojdzie do głosowania, afrokaraibska młodzież nie weźmie w nim udziału. Z kolei wszystkie indyjskie nastolatki, choć chętnie stawały się częścią ruchu, są tak wychowane, że zrobią to, co każą im rodzice. Zagłosują. Około 40 procent więcej osób w grupie 18–35 lat zagłosowało na UNC, które wygrało wybory sześcioma procentami".

W szumie napływających z wielu stron – z mediów społecznościowych, telewizji, ze szkoły, od rodziców czy rówieśników – informacji młodym ludziom niełatwo się odnaleźć i zdecydować, w co wierzyć. Tym bardziej że postęp technologiczny zastawia na nas wciąż nowe pułapki – jak choćby tzw. deepfake, czyli tworzenie za pomocą sztucznej inteligencji treści wideo, w których można włożyć cokolwiek w usta prawdziwych osób. Możliwości tej technologii można poznać dzięki filmom z Barackiem Obamą[5] oraz tańcząca na biurku królową Elżbietą II[6].

WIĘCEJ ZYSKÓW, MINIMUM STRAT

Nauka krytycznego myślenia oraz podnoszenie wiedzy, jak korzystać z mediów (ang. *media literacy*): jak analizować, oceniać i przekazywać informacje w różnych formach, są dzisiaj kluczowymi umiejętnościami. Oto kilka powodów, dla których dorośli – rodzice, wychowawcy, wychowawczynie, pedago-

[4] A. Javed, *Buying data in Trinidad: How Cambridge Analytica did it*, „Daily Express", 24.03.2018, https://trinidadexpress.com/news/local/buying-data-in-trinidad-how-cambridge-analytica-did-it/article_804dcf8a-2fcd-11e8-86b4-67c1fd82070e.html.

[5] *You Won't Believe What Obama Says In This Video!*, BuzzFeedVideo, https://www.youtube.com/watch?v=cQ54GDm1eL0.

[6] *Fałszywe życzenia królowej Elżbiety II – Channel 4 zwraca uwagę na deepfake*, „Marketing przy Kawie", 30.12.2020, https://marketingprzykawie.pl/espresso/falszywe-zyczenia-krolowej-elzbiety-ii-channel-4-zwraca-uwage-deepfake.

dzy i pedagożki – powinni zadbać nie tylko o to, ile czasu młodzież spędza przed ekranem, lecz także o to, jakie treści konsumuje i czy potrafi je zrozumieć, sprawdzić, wyselekcjonować:

1. Żyjemy w świecie nasyconym mediami – według badania „Młodzi cyfrowi" średnia wieku, w którym dziecko w Polsce otrzymuje swój pierwszy smartfon, to dziesięć lat. Jedna trzecia nastolatków określa siebie jako osobę uzależnioną od mediów społecznościowych, a 25 procent czuje się przeciążone ilością informacji, które docierają do nich przez Internet[7].
2. Wyłączenie komputera lub telewizora nie rozwiązuje problemu – reklamy i wiadomości wyświetlają się w komunikacji miejskiej, są na billboardach i na koszulce nastolatka. Umiejętność korzystania z mediów zwiększa świadomość ich wpływu na życie każdego z nas.
3. Dzieci potrzebują umiejętnie korzystać z mediów, aby odnieść sukces w nauce i w życiu zawodowym – niezależnie od wybranej ścieżki kariery, wymaga ona pewnych umiejętności technicznych oraz wiedzy, jak wyszukiwać informacje. Nie wspominając o tym, że to niezbędne umiejętności do bycia świadomymi, odpowiedzialnymi obywatelami, obywatelkami, konsumentami i konsumentkami.
4. Korzystanie z mediów to coś więcej niż czytanie ze zrozumieniem – wymaga nie tylko przyswajania treści, ale też ich analizy, tworzenia treści, łączenia faktów, wątpienia i sprawdzania.
5. Maksymalizacja korzyści i minimalizacja potencjalnych szkód – media nie tylko niosą ze sobą zagrożenie, lecz także mogą być efektywnymi narzędziami do nauczania i uczenia się. Dzieci wykazują większe zdolności poznawcze i społeczne, gdy nauczyciel potrafi korzystać z mediów w procesie nauczania.

[7] J. Ladner, *Why media literacy is so important for children today*, Screen Savvy Kids, 13.01.2016, https://screensavvykids.com/2018/12/30/why-media-literacy-is-so-important-for-children-today.

CO MY, NAUCZYCIELE I NAUCZYCIELKI, MOŻEMY ZROBIĆ?

Umiejętność korzystania z mediów to m.in. zdolność znalezienia tego, czego potrzebujemy. Dlatego polecamy wam treści dostępne online i narzędzia internetowe, które pomogą wam poszerzyć wiedzę oraz przekazać ją młodym:

– Sprawdźcie narzędzie o nazwie „Media Literacy Smartphone", które pomaga w analizie medialnych przekazów poprzez zadawanie pięciu prostych pytań, oraz inne przydatne materiały, webinary dotyczące edukcji medialnej w ramach obszaru Centrum Edukacji Obywatelskiej „Otwieraj na kulturę": https://kultura.ceo.org.pl/tematy/edukacja-medialna/#.

– Zdarza się, że zdjęcia z miejsc wydarzeń są podpisywane nieprawidłowo, aby wprowadzić odbiorców i odbiorczynie w błąd. Zabawcie się więc w detektywa i sprawdźcie, czy potraficie znaleźć lokalizację przedstawionego na fotografii miejsca: https://www.geoguessr.com.

– W tej grze zostajecie na chwilę moderatorami Facebooka, aby sprawdzić, jakie treści są usuwane, a jakie dozwolone: https://www.pbs.org/independentlens/blog/delete-or-ignore-pretend-youre-a-facebook-content-moderator.

Ćwiczenie do tekstu *Co mi pokazuje moja wyszukiwarka?*, s. 112

MEDIA TRADYCYJNE WZOREM DZIENNIKARSTWA?

Anna Mikulska

W dobie Internetu pojawia się mnóstwo opinii, że nie można ufać nowym mediom, w których każdy użytkownik czy użytkowniczka może pisać, co zechce. Mimo że media społecznościowe niosą ze sobą wiele zagrożeń, o czym piszemy w pozostałych rozdziałach poradnika, to takie myślenie może doprowadzić do gloryfikacji mediów tradycyjnych, czyli radia, telewizji i prasy. Musimy pamiętać, że nawet te kanały informacyjne, które są tworzone przez profesjonalnych dziennikarzy i dziennikarki z zapleczem redakcyjnym i które charakteryzują się większym udziałem wydawców i redaktorów w decydowaniu o tym, jakie treści będą umieszczane, nie są wolne od stronniczości i manipulacji czy utrwalania stereotypów. W niniejszym rozdziale przyjrzymy się bliżej, w jaki sposób wyczulić się na takie przekazy, omawiając kilka antyprzykładów.

NOWA ERA MEDIÓW

Internet zrewolucjonizował świat mediów. Przekazy jednostronne, tj. z jasnym podziałem na nadawców i nadawczynie oraz odbiorców i odbiorczynie, przestały być jedyną formą komunikacji medialnej. Dziś role twórców i twórczyń treści i tych, do których one docierają, uległy przemieszaniu. Dzięki Internetowi każdy z nas może publikować treści, a dziennikarze i dziennikarki wchodzą w interakcje z odbiorcami i odbiorczyniami (np. na Twitterze, jednym z mediów społecznościowych) i liczą się z tzw. feedbackiem, czyli informacją zwrotną od nich, a czasem nawet nim kierują. Tym właśnie między innymi charakteryzują się nowe media. Wydawać by się mogło, że demokratyzacja mediów internetowych, w których każdy może zabrać głos, niesie ze sobą same plusy. Niestety praktyka pokazuje, że Internet stwarza też wiele zagrożeń dla rzetelności informacji i przekazów medialnych.

Definicja nowych mediów zmienia się wraz z czasem i postępem technologicznym, możemy jednak w dużym skrócie powiedzieć, że: „Do nowych mediów zalicza się m.in. strony internetowe, pocztę elektroniczną, społeczności internetowe, reklamę internetową, kioski elektroniczne, aparaty i kamery cyfrowe, integrację cyfrowych danych z telefonu, środowiska wirtualnej rzeczywistości (w tym gry wideo). Termin odnosi się do «starych» [tradycyjnych] form medialnych, takich jak drukowanie gazet

i czasopism, będących statyczną reprezentacją tekstu i grafiki"[1]. Dziś jednak, o czym należy pamiętać, tzw. media tradycyjne są również obecne w nowych mediach: gazety mają swoje strony internetowe, możemy wybrane programy telewizyjne i audycje radiowe oglądać i odsłuchiwać online. Czy taka zmiana wyszła mediom na dobre? Czy przemieszanie ról odbiorców i nadawców sprawia, że media są dziś mniej rzetelne i obiektywne? Niezależnie od tego, czy media są nowe czy stare, dziennikarzy, dziennikarki, wydawców, redaktorów i redaktorki wciąż obowiązuje Karta Etyczna Mediów, która zobowiązuje ich do stawiania interesu odbiorcy i odbiorczyni na pierwszym miejscu, do stosowania zasady prawdy, obiektywizmu, uczciwości, oddzielenia informacji od komentarza. Czy jednak w świecie walki o pieniądz i pogoni za sensacją może się to udać?

TRUDNY OBIEKTYWIZM

Obiektywizm jest uznawany za jedną z najważniejszych cech rzetelnego przekazu dziennikarskiego. To traktowanie informacji jako prawa i dobra wszystkich obywateli, opisywanie rzeczywistości przez autora przekazu niezależnie od jego poglądów. Jest to oczywiście ideał, do którego dziennikarze i dziennikarki powinni dążyć, niemniej rzeczywistość pokazuje, że polityka i pieniądze na wskroś przesiąknęły wszelkie media, tradycyjne i nowe, i dziś ani Internet, ani media tradycyjne nie są od nich wolne. Oznacza to, że telewizja, radio, prasa są mocno spolaryzowane, tzn. są bardziej przychylne jednej bądź drugiej stronie politycznej, a także służą swoim partykularnym interesom czy interesom reklamodawców. Od wpływu z reklam zależy bowiem finansowe być albo nie być wielu redakcji. Co więcej, są one również często zależne od poglądów lub od wiedzy, wrażliwości lub czasu tworzących je ludzi.

JAK NAPRAWDĘ WYGLĄDA ŚWIAT?

Manipulacje i przekłamania widać jak na dłoni, gdy przyjrzymy się na przykład przekazom na temat Bliskiego Wschodu lub krajów globalnego Południa. Komu jednak opłaca się tworzenie szkodliwych, uproszczonych obrazów na temat mieszkańców i mieszkanek innych regionów? Spytałam o to moją wykładowczynię jeszcze na studiach dziennikarskich. Stwierdziła, że tym, co decyduje o uproszczeniach, jest po prostu brak czasu. Informacje muszą być podane jak najszybciej, żeby zdążyć przed konkurencją, co nie pozostawia wiele miejsca na pogłębione analizy i zarysowanie kontekstu.

Jest w tym sporo prawdy, jednak coraz częściej tworzenie negatywnych obrazów danych grup (migrantów i migrantek, muzułmanów i muzułmanek itp.) służy partykularnym interesom, a granie na

[1] *Nowe media*, Encyklopedia zarządzania, https://mfiles.pl/pl/index.php/Nowe_media.

negatywnych emocjach „podbija" liczbę odbiorców i odbiorczyń. Przyczyną tej sytuacji jest między innymi to, że ludzie chętniej czytają, oglądają bądź słuchają takich przekazów medialnych, które są bliższe ich własnym poglądom. Komunikaty sprzeczne z tym, co sami sądzimy, doprowadzają do dysonansu poznawczego, który stawia nas w niekomfortowej sytuacji, skłania do negowania nowych informacji i zwracania się ku tym, które są nam bliższe. Dlatego powinniśmy być świadomi, że tkwimy w naszych bańkach informacyjnych, że częściej będziemy sięgać po media i przekazy, które będą potwierdzały nasze przekonania, a nie z nimi polemizowały. I to od nas zależy, czy zdecydujemy się wyjść z naszej informacyjnej strefy komfortu.

Każdy ma „swoją prawdę", ale im więcej tych prawd poznamy, tym bardziej obiektywny będzie nasz ogląd rzeczywistości. Dlatego warto śledzić media, których stanowisko polityczne jest nam bliskie, jak i te, z których przekazem rzadko się zgadzamy. Na przekazy zmanipulowane i nastawione na granie na emocjach musimy być szczególnie wyczuleni i umieć je rozpoznać. Zapoznajmy się teraz z kilkoma antyprzykładami.

EGZOTYKA W PROGRAMACH ROZRYWKOWYCH

Żyjąc w zglobalizowanym świecie, świadomi odbiorcy i odbiorczynie powinni zwracać uwagę na to, jak media tradycyjne opowiadają o odległych krajach. Bardzo często programy rozrywkowe, których akcja dzieje się w „egzotycznych" miejscach na świecie, są przepełnione stereotypami, podszyte postkolonialnym przekazem i podtrzymują złudny obraz „cywilizowanej Europy" oraz „biednych krajów reszty świata". Budują obraz tzw. globalnego Południa, które tylko czeka na naszą pomoc lub którego mieszkańcy i mieszkanki są „zacofani", a przez to ich zwyczaje mogą być dla nas szokujące lub zabawne. Programy tworzone w taki sposób przez uwypuklanie różnic i pokazywanie wyimków rzeczywistości, które nie odzwierciedlają całości, powodują, że zamiast dowiadywać się więcej o różnych częściach świata, jedynie pogłębiamy nasze mylne wyobrażenia na ich temat. Ich celem nie jest informowanie i poszerzanie wiedzy, ale szokowanie, które ma przyciągać publiczność, a tym samym generować zysk.

Jednymi z takich programów są emitowane w telewizji reality show *Azja Express* oraz *Ameryka Express*, które zdobyły ogromną popularność. W programach celebryci i celebrytki ścigają się przez kolejne kraje, a do dyspozycji mają jedynie niewielką sumę pieniędzy. Wykonują różne zadania, jak np. jedzenie lokalnych przysmaków, które dla osób z innej części świata mogą wydawać się obrzydliwe, co podtrzymuje sztucznie wyolbrzymione różnice między „nami", Europejczykami, a „nimi" — „dziwnymi" tubylcami. Lokalni mieszkańcy i mieszkanki, z którymi uczestnicy i uczestniczki programu stykają się podczas wyścigów, są często traktowani przez nich bez szacunku, a lokalne zwyczaje czy kuchnia mają być dla widza szokujące. Szerokim echem odbiło się jedno z zadań uczestników Ameryka Express, które polegało na pocałowaniu trzech nieznajomych osób. Spróbujmy sobie wyobrazić, że taka sytuacja dzieje się w Polsce: nieznajomy obcokrajowiec podbiega do kobiety na ulicy, łapie ją i próbuje pocałować. Z racji że działo się to „w jakimś odległym

kraju", dla wielu okazało się mniej kontrowersyjne. Po wyemitowaniu odcinka na uczestników, uczestniczki i twórców programu posypała się jednak fala krytyki: stwierdzono, że zadanie nosiło znamiona molestowania seksualnego. Ostatecznie odcinek usunięto z portalu Player.pl[2].

JEDNO WYDARZENIE – WIELE WERSJI

Bardzo istotne jest zwracanie uwagi na to, jakim językiem posługują się dziennikarze i dziennikarki przy relacjonowaniu wydarzeń. Jak pisze Umberto Eco, manipulować odbiorcą i odbiorczynią można nie tylko przez pokazywanie fałszywych treści: „informacja rzeczywiście spreparowana nie potrzebuje jawnego komentarza, wystarczy właściwy dobór przymiotników i zręczna gra przeciwstawień"[3].

Nierzadko opisy jednego wydarzenia prezentowane przez różne media mają zupełnie inny wydźwięk, niemal jakby dotyczyły dwóch różnych zdarzeń. Dlatego powinniśmy być szczególnie wyczuleni na narracje, które budują media, i nauczyć się rozróżniać opinię, manipulację i merytorycznie prezentowane fakty. Rzecz pozornie łatwa okazuje się dziś dużym wyzwaniem. Według sondaży Pracowni Badań Społecznych NAS ponad połowa respondentów i respondentek doświadczyła dezinformacji w sieci, a duża ich część nie potrafi odróżnić faktów od opinii. Aż 37 procent badanych nie weryfikuje w żaden sposób informacji, które znajduje[4].

Omówimy ten problem na przykładzie dyskursu medialnego w Polsce wokół migracji i uchodźstwa oraz przedstawienia wydarzeń na Lampedusie w sierpniu 2020 roku. W tamtym okresie na włoską wyspę na Morzu Śródziemnym przypłynęła wzmożona liczba migrantów i migrantek z krajów Afryki Subsaharyjskiej i Tunezji. Na miejscu trafili do tzw. hotspotu, czyli ośrodka pierwszego kontaktu dla nieuregulowanych (tzn. pozbawionych wiz i/lub nieposiadających dokumentów tożsamości) migrantów i migrantek. Przyjrzyjmy się dwóm relacjom tych wydarzeń, które pojawiły się w TVP Info i TVN24. W informacji TVP Info[5] na pasku informacyjnym pojawia się zdanie: „Kolejna fala kryzysu migracyjnego" oraz „Na Lampedusę znów masowo napływają nielegalni imigranci". Takie określenia już na wstępie sygnalizują negatywne nastawienie stacji wobec migracji. Określenia „fala" oraz „napływ" dehumanizują migrantów i migrantki oraz działają na wyobraźnię, przedstawiając ich jako zagrożenie, które „zalewa" Europę. Takie określenia nie powinny się pojawić w dyskursie medialnym. Ponadto wyrażenie „nielegalni imigranci" nie jest poprawne. Należy mieć

[2] *Chajzer, Woźniak-Starak i ekipa „Ameryki Express" przepraszają za całowanie nieznajomych, odcinek usunięto z Player.pl*, Wirtualne Media, 13.11.2018, https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/filip-chajzer-ameryka-express-za-calowanie-nieznajomych-kobiet-przeprosiny-urazonych-odcinek-usunieto-z-player-pl.

[3] U. Eco, *Semiologia życia codziennego*, tłum. P. Salwa, J. Ugniewska, Warszawa 1996, s. 237–245, cyt. za: http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16103/wronska.pdf.

[4] Zob. S. Górski, *Większość polskich internautów nie odróżnia opinii od faktu. Druzgocące wyniki badania NASK*, Telepolis.pl, 08.05.2019, https://www.telepolis.pl/wiadomosci/prawo-finanse-statystyki/dezinformacja-manipulacja-fake-news-polski-internet-nask.

[5] *Kryzys migracyjny na Lampedusie. Burmistrz ogłosił stan wyjątkowy*, TVP Info, 27.07.2020, https://www.youtube.com/watch?v=mPPiDrJMs7I.

świadomość, że żadna osoba nie jest nielegalna: oznacza to, że każdy ma prawo do poszukiwania lepszego życia i bezpieczeństwa, co wynika z przepisów prawa międzynarodowego. Wśród migrantów i migrantek bardzo często są osoby, które w wyniku prześladowań i zagrożenia mają prawo do azylu. Zamiast słowa „nielegalni" w tym kontekście powinno się używać określenia „nieuregulowani", które jest i neutralne, i zgodne z prawdą: oznacza, że ich status prawny będzie dopiero ustalany przez odpowiednie organy.

Dziennikarka TVP Info, opisując wydarzenie, użyła m.in. słów: „zorganizowana grupa przestępcza", która „dostarcza" migrantów i migrantki na Morze Śródziemne. Reporter z kolei mówi o „szturmowaniu" wyspy. Używanie takich określeń oraz prezentowanie jednostronnego obrazu rzeczywistości (brakuje choćby komentarzy mieszkańców i mieszkanek wyspy oraz migrantów i migrantek) sprawia, że przekaz wzbudza negatywne emocje u odbiorców i odbiorczyń zamiast przekazywać rzetelne informacje. Wzmacniają go nagrania, które są montowane w taki sposób, że całość materiału wygląda jak relacja z „wojny cywilizacji". Zdaje się, że eksperci wypowiadający się w nagraniu są dobierani w taki sposób, by potwierdzić tezę zbudowaną w materiale (jeden z nich mówi o „kolonizacji" Europy przez migrantów i migrantki). Tego typu przekazy manipulują opinią publiczną i pokazują jedynie fragment rzeczywistości zgodny z dotyczącą migracji tezą, która jest rozpowszechniana przez stację.

Drugi materiał odnoszący się do tego samego zdarzenia opracowała stacja TVN24[6]. Na jej stronie internetowej ukazał się artykuł pt. *Kolejni migranci na włoskiej wyspie. Przypłynęło 12 łodzi*. Tytuł jest neutralny i w żaden sposób nie oddziałuje na emocje. W pierwszej części artykułu czytamy: „Większość z nich [migrantów] stanowią Tunezyjczycy, którzy we Włoszech uważani są za nielegalnych imigrantów bez prawa ubiegania się o azyl". Tutaj użycie określenia „nielegalni" jest uzasadnione, ponieważ opisuje stanowisko Włoch, a nie pochodzi od samych dziennikarzy i dziennikarek. Opis zdarzenia w materiale jest rzetelny, ponieważ zamiast stawiać tezy prezentuje opinie lokalnych polityków i polityczek, jest pozbawiony odautorskich dopowiedzeń, zdań lub słów mających oddziaływać na emocje odbiorców i odbiorczyń. Dzięki temu otrzymujemy relację, która merytorycznie informuje nas o zaistniałej sytuacji i pozostawia przestrzeń do wyrobienia sobie własnej opinii.

PRZEKAZ W OBRAZIE

Zdarza się, że jedna fotografia potrafi wyrazić coś, czego nie jesteśmy w stanie oddać żadnymi słowami. Co do zasady w mediach nie powinno się manipulować obrazem, podobnie jak słowem. Twórcy mediów jednak dawno już zauważyli, że obraz – zwłaszcza kontrowersyjny i mocny – potrafi przyciągnąć uwagę. Wartość obrazów opisujących lub przedstawiających przemoc, krew,

[6] *Kolejni migranci na włoskiej wyspie. Przypłynęło 12 łodzi*, TVN24, 17.08.2020, https://tvn24.pl/swiat/wlochy-wyspa-lampedusa-migranci-doplyneli-lodziami-do-wloskiej-wyspy-4666897.

skandal, nagość doceniono już w XVIII wieku! Wtedy powstała tzw. prasa groszowa (ang. *penny press*), która była pozbawiona ideologicznego wartościowania, a nastawiona na zaspokajanie prostych, prymitywnych podniet i zdobywanie tym publiczności[7].

Niestety, jak widzimy na poniższych przykładach (jednych z wielu), wiodące w Polsce tygodniki opinii, ale również wszelkie inne media tę zasadę często mają sobie za nic i przedkładają szokowanie nad dziennikarską etykę.

Zrzut ekranu: M. Majewski, *Macierewicz w turbanie na okładce „Newsweeka"*;. *PiS protestuje, internet kpi*, „Polska Times", 23.04.2012, https://polskatimes.pl/macierewicz-w-turbanie-na-okladce-newsweeka-pis-protestuje-internet-kpi/ar/559995; *„Kaczyzm obśmiany", „gwałt na Europie" i Kaczyński jako Superman [W TYGODNIKACH]*, Gazeta.pl, 14.02.2016, https://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,19625608,kaczyzm-obsmiany-gwalt-na-europie-i-kaczynski-jako-superman.html.

Po lewej widzimy okładkę tygodnika „Newsweek Polska" z 2012 roku. Spogląda z niej na nas karykaturalny wizerunek Antoniego Macierewicza, który został „ucharakteryzowany" na Osamę bin Ladena. Żółte, przyciągające uwagę litery krzyczą do nas: „Amok". Okładka sugeruje, że Macierewicz jest niebezpiecznym maniakiem, może nawet terrorystą i wariatem, skoro porównuje się go do kojarzącego się z tymi określeniami byłego przywódcy Al-Kaidy. Trudno mówić tu o politycznej

[7] M. Karatysz, *W poszukiwaniu rzetelności. Między subiektywizmem a obiektywizmem dziennikarskim*, http://refleksje.amu.edu.pl/wp-content/uploads/2014/12/relfeksje-nr-9-7.pdf.

bezstronności. Co więcej, na ironię zakrawa fakt, że pytanie towarzyszące okładkowemu tematowi dotyczy mowy nienawiści. Tymczasem okładka „Newsweeka" sama jest przykładem nienawiści wymierzonej w polityka.

Po prawej stronie znajduje się okładka tygodnika „wSieci" z 2016 roku. Żółte litery krzyczą do nas o gwałcie na Europie, którego mają dokonać wyznawcy islamu. Spersonifikowana Unia Europejska jest tutaj brutalnie rozbierana przez męskie ręce o ciemnej skórze, co ma sugerować, że należą do osób pochodzenia bliskowschodniego. Islamofobia i ksenofobia uderzają w nas poprzez obraz z całą mocą, odnosząc się do naszych najgorszych skojarzeń. Takiemu przekazowi znów daleko do bezstronnego przekazywania informacji czytelnikom i czytelniczkom.

RZETELNE INFORMACJE

Wykonywanie zawodu dziennikarza, dziennikarki wiąże się z dużą odpowiedzialnością. Wyszukują oni, opracowują i przekazują wiadomości, przez co wpływają na obraz świata, postawy, decyzje polityczne swoich odbiorców i odbiorczyń. Choć dzisiaj skupiliśmy się głównie na złych przykładach, nie znaczy to jednak, że powinniśmy całkowicie przestać im ufać. W odbiorze wszelkich przekazów medialnych zwracajmy większą uwagę na to, w jaki sposób są tworzone treści i co jest ich celem – rzetelna informacja czy granie na naszych emocjach? Zawsze warto sięgnąć do więcej niż jednego źródła – im więcej punktów widzenia, tym lepiej dla naszej wiedzy. Wreszcie, nie bójmy się wychodzić z naszej bańki informacyjnej, starajmy się sięgać do rozmaitych mediów, zarówno tych tradycyjnych, jak i nowych, a z pewnością nasza wiedza na temat rzeczywistości będzie rzetelniejsza i pełniejsza.

Ćwiczenia do tekstu: *Uważaj na przekazy medialne*, s. 105, *Czy potrafimy odróżnić fakty od opinii w mediach tradycyjnych?*, s. 107

CIENKA GRANICA PROMOCJI

dr Anna Kiedrzyńska-Tui

To truizm: pieniądz rządzi biznesem. Aby zarabiać, firmy reklamują swoje produkty i usługi. Wszędzie wrzucają swoje logotypy i nazwę, aby wywołać w odbiorcach efekt znajomości – podświadomie zakotwiczają się w naszych głowach. Ich logotypy są na koszulkach sportowców, banerach festiwalowych, postach w mediach społecznościowych i gazetach codziennych. Co jeszcze mogą zrobić, aby zaistnieć w naszej głowie? Promują swoje działanie społeczne – pomaganie społeczności lokalnej lub akcje na rzecz środowiska. Pojawia się pytanie, czy to działanie etyczne, czy nastawione na zwiększenie zysku? Gdzie leży granica między charytatywnym działaniem firmy a efektywnością działań? I jak nie dać się zmanipulować?

Z perspektywy konsumenta to dość ważne, jaką firmę wspiera, kupując jej produkty czy zamawiając usługi. Każda wydana złotówka ma znaczenie. Daje żyć firmie, jej pracownikom i pracowniczkom, właścicielom, właścicielkom i podwykonawcom. Świat nie jest jednak czarno-biały, a często za sloganami, które wydają nam się słuszne („made in Poland", „przyjazne środowisku"), nie idzie nic tak naprawdę wartościowego. Polskie szwalnie zatrudniają szwaczki w niegodziwych warunkach, fabryki trują środowisko, a oferowane produkty sypią pestycydami.

Marzy mi się świat, w którym przedsiębiorcy będą zaangażowani w rozwiązywanie problemów społecznych nie tylko ad hoc, ale regularnie. Nie będziemy zadawać pytań o granice etyki i chęci zysku, a tylko czekać na to, aby było więcej takich inicjatyw. Zanim to się stanie, warto się nauczyć, jak z mnogości przekazów o prospołecznej działalności biznesu wyłuskać ten sensowny i etyczny. Skąd wiadomo, co firmy robią z pobudek etycznych, a co z chęci zysku? I komu można ufać, jeśli chodzi o polecane produkty?

NA POCZĄTKU BYŁ POMYSŁ

Wszystko zaczyna się od idei. Stara zasada marketingu mówi, że firmy muszą odpowiadać na potrzeby konsumentów i konsumentek lub tworzyć nowe zapotrzebowanie (co samo w sobie już jest pewną formą manipulacji). Pewnego dnia ktoś wpada na pomysł, że tak samo jak na potrzeby biznes może odpowiadać na problemy społeczne. Świetnie, tylko pomysł ten (często) jest realizowany w stylu sprzedażowym: dużo promocji, a mniej wymiernych efektów. Fabryki sadzą kilkadziesiąt drzew w swojej okolicy i nagłaśniają akcję. Przedsiębiorstwa przekazują pieniądze na schroniska, żeby sfotografować swoich pracowników i pracowniczki z uroczymi zwierzakami. Pytanie: czy o to chodzi w działaniu społecznym?

NOWE POKOLENIE CHCE WIĘCEJ

Na rynek pracy wchodzi pokolenie millenialsów (urodzeni w latach 80. i 90.) ora Z (późniejsze), które według badań (The 2016 Deloitte Millennial Survey) na pierwszym miejscu oczekuje od pracy ciekawych doświadczeń, przeżycia niesamowitych historii. Wysoka pensja i stabilizacja schodzą na dalszy plan. Młodzi na rynku chcą świadomie nie tylko pracować, ale też konsumować. Dlatego zwracają uwagę na to, skąd pochodzą produkty, które dostają, w jakich warunkach powstają, kto je tworzy, jakie są koszty środowiskowe. W związku z tym rośnie liczba przedsiębiorców społecznych napędzanych przez wymogi tego pokolenia. To firmy, które na równi stawiają zarabianie i działanie społeczne. Powstają kawiarnie zatrudniające osoby z autyzmem, agencje marketingowe dla specjalistów z niepełnosprawnością ruchową, restauracje serwujące dania w ciemnościach przez niewidomych kelnerów. Chcą zarabiać, utrzymać się, rozwijać stopniowo oraz zatrudniać osoby z mniejszymi szansami na rynku pracy, wspierać migrantów lub ograniczyć marnowanie jedzenia w restauracjach. Jak w gąszczu różnych podmiotów odnaleźć się i zawierzyć deklaracjom o etycznym biznesie? Oto kilka przykładów, które dają do myślenia.

PLASTIK JEST SPOKO?

Jak odwrócić uwagę od faktu, że firma nie rozwiązuje problemu, który sama generuje? Zaangażować do pomocy znaną osobę i próbować przekonać ludzi, że to nie problem. Ta historia zdarzyła się naprawdę i dotyczy znanej postaci, podróżniczki Martyny Wojciechowskiej, która opublikowała na Facebooku wpis pt. „Plastik nie taki zły”[1] nawiązujący do proekologicznych działań firmy Żywiec Zdrój. W ramach swojej działalności firma od lat sadzi drzewa, odnawia szlaki turystyczne, wspiera inicjatywy ekologiczne i edukuje o roli, jaką drzewa odgrywają w przyrodzie. Zaangażowała podróżniczkę do wspólnej akcji i poprosiła o post, w którym ta mówi, że plastik jest w porządku. Czy to naprawdę działanie dobre społecznie, skoro wiemy, jakie spustoszenia plastik robi w środowisku? Jaki problem społeczny próbowała rozwiązać marka, a jaki ukryć? Czy to jest w porządku, że sprzedaje wodę butelkowaną w plastikowym opakowaniu, skoro kranówka jest zdatna do picia? Ekolodzy odpowiadają na te komunikaty: kranówka jest równie smaczna, a nienalewana w plastik.

NAJLEPSZA IMPREZA, KTÓRA SIĘ NIE WYDARZYŁA

Każdego dnia jesteśmy bombardowani dziesiątkami maili i postów w mediach społecznościowych. Jeśli kogoś to męczy, to ktoś na tym zyskuje. Powstała profesja, która zakłada tworzenie i wysyłanie w świat angażujących treści. Influencer (taki jak na przykład Martyna Wojciechowska) to zawód, który

[1] U. Podraza, *Czy Martyna jest ok?*, Nowy Marketing, 22.06.2018, https://nowymarketing.pl/a/19023,czy-martyna-jest-ok.

często jest wymieniany jako wymarzony przez współczesną młodzież. Czy można wierzyć tym, którzy tworzą treści w mediach społecznościowych? Nie zawsze. Pokazał to Fyre Festival, który miał się odbyć cztery lata temu na bahamskiej wyspie Great Exuma. To luksusowy festiwal muzyczny, który był organizowany przez Billy'ego McFarlanda, dyrektora generalnego Fyre Media Inc i rapera Ja Rule. Stworzyli go z myślą o promowaniu aplikacji Fyre służącej do wynajmowania muzyków. Do promocji festiwalu zatrudniono najpopularniejszych amerykańskich influencerów, którzy działali na rzecz czegoś, co nie miało szans się odbyć. Organizacyjnie niewydolny festiwal stał się promocyjnym majstersztykiem i zebrał na małej wysepce tysiące ludzi gotowych do zabawy. W większości byli to młodzi ludzie zainspirowani obserwowanymi gwiazdami mediów społecznościowych, którzy uwierzyli, że znane osoby wspierają coś, co dzieje się naprawdę. W rzeczywistości na promocję przeznaczono tak duże kwoty, że nie starczyło pieniędzy na samo wydarzenie. Tysiące imprezowiczów zostało więc na wyspie bez noclegu i prowiantu, wielkie gwiazdy się nie pojawiły, a zamiast dobrej zabawy trwała walka o przetrwanie. To pokazuje, jak niskim poziomem krytycznego myślenia wykazują się użytkownicy mediów społecznościowych i dlaczego należy go kształtować.

DZIEŃ SZPILEK

Luksusowy sklep w Warszawie Moliera2 zorganizował akcję w mediach społecznościowych, która zupełnie nieoczekiwanie stała się popularna i trafiła rykoszetem w markę. Pomysł był prosty: klientki wrzucają do sieci zdjęcia w szpilkach z hasztagiem #dzienszpilek, a wtedy firma za każdą fotkę przekaże dwa złote na rzecz fundacji Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową. Pojawiło się tysiące publikacji z tym hasztagiem, a część z nich krytykowała markę za stereotypowe reklamy butiku na billboardach. Pojawiały się opinie, że marka chce się wypromować za pomocą prospołecznego działania i nie jest to wcale etyczne, a wyrachowane. Komentarzy było dużo, a regulamin i komunikacja wokół akcji nie były na tyle precyzyjne, aby określić, ile i za jakie posty firma przekaże pieniądze na cele charytatywne. W efekcie w mediach społecznościowych pojawiły się komentarze, że do fundacji trafiło znacznie mniej funduszy, niż wynikałoby z zasięgu marki i popularności hasztaga.

DOBRE PRZYKŁADY PRACY Z SENSEM

Wielu czytelników i czytelniczek przyzna, że ich praca ma sens. Co więcej, niektórzy dodadzą, że dzięki pracy właśnie czują sens życia. Faktycznie człowiek chce się czuć potrzebny i praca daje taką możliwość. Dlatego w Warszawie powstała Klubokawiarnia Pożyteczna, która daje miejsce pracy osobom z autyzmem i niepełnosprawnościami intelektualnymi. Organizuje dla nich nie tylko zajęcia artystyczne, ale przede wszystkim kawiarnię, w której z innymi osobami tworzą zespół obsługujący klientów. Robią wyśmienite ciasta, torty i kawę. Osoby tam pracujące zamiast korzystać z zasiłku socjalnego pracują, będąc członkami większej społeczności. Takich kawiarni i restauracji

zatrudniających osoby z niepełnosprawnościami jest coraz więcej w całej Polsce. Powstaje pytanie, jaką decyzję podejmuje klient, kupując kawę w Pożytecznej zamiast w sieciówce za rogiem.

Innym przykładem działania mającego na celu dobro społeczne są kooperatywy. Mieszkając w mieście, często zapomina się, jak smakuje „prawdziwa" marchewka. Obraz warzywa z babcinego ogródka – niepryskanego i nieprzetworzonego – spowodował, że powstają fundusze, kooperatywy, społeczności, które do centrum miast przywożą produkty prosto z ekologicznych upraw. Takie inicjatywy działają w miastach na całym świecie. Po wizycie w przykładowym sklepie Kooperatywy Dobrze należy zadać sobie pytanie, co zyskuję, płacąc więcej za kilogram warzyw. Czy cena i pochodzenie produktu mają znaczenie?

DROGOWSKAZY DLA KUPUJĄCYCH

Jak sprawdzać marki, żeby zorientować się, kto gra fair? Jak mieć wpływ na to, jakie działania społeczne wspieram poprzez wydawanie pieniędzy u konkretnych firm? Jednym z takich przykładów jest *Fashion Checker*, strona internetowa i aplikacja, która pozwala zwiększyć przejrzystość w branży odzieżowej: rzuca światło na niskie płace, nadgodziny i wykorzystywanie pracowników, uwzględniając także związek płci z poziomem wynagrodzeń i warunkami pracy. Dzięki niej konsumenci mogą się dowiedzieć, czy ich ulubiona marka dba o osoby, które zatrudnia, czy płacą godnie szwaczkom, w jakich warunkach one pracują itd. Istnieją też katalogi odpowiedzialnych marek, m.in. na stronach ekonsument.pl czy fairtrade.org.pl/produkty, które pozwolą odnaleźć firmy działające etycznie.

Nie oczekujmy, że duże korporacje zrezygnują z zarabiania, widząc straty na horyzoncie. Dlatego nasze poszczególne decyzje mają większe znaczenie niż kiedykolwiek. Możemy głosować portfelem. Podczas wybierania produktów warto zwracać uwagę na certyfikaty, np. Fairtrade, Europejski Zielony Liść, Bio-Siegel czy króliczek Not Tested on Animals. Warto sprawdzić, co mówią eksperci i ekspertki: medycy, naukowcy, naukowczynie, a także czy produkt posiada certyfikat instytutów medycznych, a nie polegać na opinii influencerów i influencerek. Prawdziwym szperaczom polecam sprawdzanie w internetowych zakamarkach idei i historii powstania firmy, formy prawnej oraz planu działania długofalowego, opinii podwykonawców i pracowników. To nie czas, aby ulegać zakupowym impulsom po obejrzeniu jednej fajnej reklamy. To czas na podejmowanie mądrych decyzji, które będą wspierać ograniczenie nadprodukcji, zmniejszenie ilości plastiku w obiegu, zatrudnianie na umowę o pracę na godziwych warunkach. Te pojedyncze decyzje są ważne nie tylko dla nas, będą miały wpływ także na kolejne pokolenia, które zostaną z takim stanem planety i ładem społecznym, jakie im zostawimy.

Ćwiczenie do tekstu *Ukryte cele kampanii*, s. 117

CO MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE MÓWIĄ NAM O NAS I O ŚWIECIE?

Natalia Skoczylas

Dla pokolenia urodzonego po 2000 roku technologia, Internet i media społecznościowe są naturalnym środowiskiem. Młodzi ludzie z profili swoich ulubieńców czerpią informacje o świecie, tam szukają autorytetów, opinii o produktach i markach. Szukają odpowiedzi na trapiące ich problemy, inspiracji modowych, kulinarnych czy muzycznych. Media społecznościowe są jednak w dużej mierze światem obrazów: pięknych zdjęć szczupłych ciał, napiętych mięśni, wspaniałych strojów i rajskich krajobrazów. Na łamach specjalistycznego magazynu o zdrowiu „Health Day" badacze ostrzegają: już ponad godzina dziennie na Instagramie czy Facebooku może powodować u użytkowników i użytkowniczek obniżenie poczucia własnej wartości[1]. Chyba że nauczymy się korzystać z nich mądrze i używać do tego, aby kreować pozytywne nastawienie do własnego ciała i życia.

Jak pokazują badania IQS *Aspiracje dziewczynek w Polsce* przeprowadzone dla nowo powstającej organizacji Inspiring Girls Polska, niemal połowa dziewcząt (48 procent) w wieku 10–15 lat chciałaby zostać influencerką. Młode dziewczyny myślą, że prowadzenie kanału w mediach społecznościowych (YouTube, Instagram, TikTok) jest ciekawą propozycją zawodową i chciałyby właśnie w tę stronę rozwijać swoje kariery[2].

O jakiej przyszłości marzą młodzi ludzie? Kogo chcą naśladować? Do jakiego życia aspirują? W pracy nad postawami młodego człowieka, nad jego oceną rzeczywistości i siebie jest ważne, aby znać odpowiedzi na te pytania i być świadomym komunikatów, których jest on odbiorcą lub odbiorczynią. Świadomość ta jest niezbędna, aby pomóc mu wykształcić umiejętność poruszania się po często sztucznie wykreowanej wirtualnej rzeczywistości, zachowywać do niej dystans i krytycznie myśleć o treściach oraz obrazach, których dostarczają mu tzw. influencerzy i influencerki. Bo ci kreują często wyidealizowane wersje samych siebie, kuszą idealnymi ciałami, drogimi wakacjami, modnymi ubraniami. Jak

[1] M. Kuchta-Nykiel, *Już ponad godzina dziennie w social media może negatywnie wpływać na samoocenę u kobiet*, „SocialPress", 8.05.2018, https://socialpress.pl/2018/05/juz-ponad-godzina-dziennie-w-social-media-moze-negatywnie-wplywac-na-samoocene-u-kobiet.

[2] *Nastolatki chcą być youtuberkami, instagramerkami i tiktokerkami*, Wirtualne Media, 9.03.2021, https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/nastolatki-marza-o-karierze-internetowych-influecenrek.

to działa na młodych ludzi? Jakie szanse i zagrożenia dla ich samoświadomości niosą popularne media społecznościowe? I czym jest ciałopozytywność – odpowiedź mediów społecznościowych na problemy, które zostały w tej przestrzeni wykreowane?

KIM SĄ INFLUENCERKI I INFLUENCERZY?

W mediach społecznościowych można spotkać szerokie spektrum osób i grup budujących własną markę w różnych celach: dla zabawy, żeby o czymś opowiedzieć, dla pieniędzy lub z chęci zmiany świata. Mianem influencerów i influencerek (ang. *influence* oznacza wpływ) określa się te osoby, którym udało się zgromadzić na swoich kanałach zaangażowaną, to jest śledzącą życie influencera, komentującą jego aktywność, „lajkującą" społeczność. Wśród influencerów można znaleźć osobistości, które stały się sławne wcześniej, ekspertki i ekspertów w danej dziedzinie (np. psychologii czy fizjoterapii), działaczki i działaczy (np. na rzecz praw człowieka czy środowiska), artystki lub artystów, modeli, modelki, celebrytów lub po prostu ludzi dzielących się własnym życiem w interesujący dla publiczności sposób.

Problem zaczyna się wtedy, gdy influencer lub influencerka próbuje udawać, że jej/jego codzienność wygląda w wyidealizowany sposób – piękne ciała, drogie ubrania, idealne mamy, piękne domy, apetyczne posiłki, satysfakcja i radość z pracy, widoczki z wakacji to tylko część wykreowanej sielanki, którą zalewają nas media społecznościowe. Po co influencerzy to robią? Aby przyciągnąć fanów, być podziwianym, ale też w celach marketingowych. Jeśli ich życie wydaje się idealne, to odbiorcy i odbiorczynie będą się nim inspirować, a więc kupować marki, które polecają influencerzy, za co ci dostają wynagrodzenie. Ważne, by pamiętać (i przypominać o tym uczniom i uczennicom), że zależnie od rodzaju medium, a także określonej działalności – nieważne, czy ktoś pokazuje kulisy swojego życia, jest edukatorem w zakresie zdrowia psychicznego czy aktywistką na rzecz klimatu – obserwujemy mniej lub bardziej zaplanowane kreacje, a nie realne życie. I najczęściej nie ma w tym nic złego! Należy zachować świadomość, że z drugiej strony ekranu jest prawdziwa osoba, dla której tworzenie tej kreacji stanowi po prostu część pracy lub aktywizmu i nie ma ona obowiązku pokazywać nam całości swojego życia. Wiele twórczyń i twórców, zwłaszcza z obszaru aktywizmu społecznego, bierze pod uwagę emocje i odczucia, jakie mogą wywoływać w swoich odbiorcach i odbiorczyniach i przypomina, że widzimy tylko skrawek z ich życia, lub dzieli się kulisami swojej działalności w mediach i trudnymi emocjami, mówi np. o zmęczeniu wynikającym z częstotliwości sięgania po telefon i nadmiaru bodźców.

CIAŁO W SIECI

Twórczynie portalu i profilu na Instagramie „Jak wychowywać dziewczynki" podają, że polskie dziewczyny cechuje najgorszy obraz własnego ciała wśród badanych rówieśniczek z 43 innych krajów. Edukatorki przytaczają dane międzynarodowej sieci badawczej HBSC (Health Behaviour in School-age Children). Aż 39 procent jedenastolatek i 52 procent piętnastolatek uważa, że są za gru-

be lub trochę za grube. Nadmierne myślenie o własnym wyglądzie, aspirowanie do różnych wzorców może się wiązać z obecnością młodych osób w mediach społecznościowych.

Korzystanie z Facebooka, Instagrama czy TikToka, gdzie ludzie publikują zazwyczaj swoje najlepsze zdjęcia i wystudiowane reprezentacje siebie, często prowadzi do porównywania się z innymi – nie tylko w sferze wyglądu, ale też osiągnięć, statusu materialnego, życia towarzyskiego. Dlatego naukowcy widzą powiązanie między czasem spędzonym w sieci a poczuciem własnej wartości, o czym zostało wspomniane wyżej.

Do mediów społecznościowych przenosimy również inne szkodliwe przekonania, takie jak stereotypy dotyczące płci. Narzucone społecznie standardy atrakcyjności utrwalają role płciowe przypisywane mężczyznom i kobietom. Istnieje mnóstwo przekonań na temat tego, jakie powinny być ciała, a nawet jak powinny wyglądać w parze, np. mężczyzna powinien być wyższy niż kobieta i wyraźnie umięśniony, silny. Kobieta powinna być wysportowana, ale bez widocznej masy mięśniowej oraz pozbawiona owłosienia wszędzie poza głową. Przykładem na wyraźną różnicę w traktowaniu ciała jest możliwość pokazywania sutków w mediach społecznościowych, np. w formie sztuki. Sutki, które należą do postaci męskich, mogą być umieszczane na zdjęciach, a takie, które wyglądają na kobiece, najczęściej zostaną usunięte przez administratorów Instagrama czy Facebooka.

POZYTYWNIE O CIELE

Na problemy, które pojawiły się wskutek użytkowania mediów społecznościowych i z powodu niektórych aktywności działających w nich influencerów, odpowiadają inne ruchy w świecie wirtualnym. Zbyt dużo zdjęć idealnych ciał, skupienia na wyglądzie? Kult młodości i szczupłości? Aktywiści i aktywistki mają kontrodpowiedź: ciałopozytywność.

Ciałopozytywność (ang. *body positivity*) jest jednym z tematów, który pojawił się na przestrzeni ostatnich lat w polskich mediach społecznościowych i budzi wiele emocji. O co tu właściwie chodzi? Koncept ciałopozytywności powstał w głowach ciał wykluczonych, a więc dyskryminowanych z powodu swoich zewnętrznych cech w szkole, pracy, w miejscach ochrony zdrowia (np. brak sprzętu czy łóżek dopasowanych do osób o większych lub mniejszych niż standardowe rozmiarach ciała) itd. Były to osoby o większej lub mniejszej masie ciała, ale też z niepełnosprawnościami, queer czy nieheteronormatywne i o kolorze skóry innym niż biały. To grupy, które nie miały właściwej reprezentacji w sferze publicznej, a więc było im trudniej korzystać z praw i przywilejów dostępnych dla osób mieszczących się w tzw. standardach czy kanonie atrakcyjności (atrakcyjność to konstrukt społeczny, który nie wszędzie jest przecież taki sam; w niektórych regionach świata, np. w części Afryki, wzorem piękna są krągłe kobiety, na Zachodzie kobiety szczupłe). Ciałopozytywność wyrosła zatem z ruchu postulującego społeczną zmianę i szacunek dla wszystkich, niezależnie od tego, w jakich ciałach żyją. Z biegiem czasu ten termin zaczął oznaczać także miłość do swojego ciała takiego, jakie jest. Hasło przyjęło się na tyle, że powoli zaczęło być przejmowane przez obszar biznesu, który upa-

trzył w nim możliwość zarobku – zaczęły powstawać kosmetyki czy książki kucharskie z ciałopozytywnością w tle, co nie ma nic wspólnego z pierwotną ideą włączania ciał niewidocznych.

W polskich mediach społecznościowych temat póki co raczkuje. Pojawiają się różne inicjatywy, które mają za zadanie wzmacniać odbiorców i odbiorczynie w nauce akceptacji ciała, pokazywać to, co zazwyczaj zostaje wyretuszowane na zdjęciach modelek, czyli pryszcze, cellulit, rozstępy i inne zwykłe aspekty ciał, których zostałyśmy i zostaliśmy nauczone nie pokazywać publicznie. Dużą wartość ma pokazywanie ciał różnorodnych w różnych nieoczywistych kontekstach. W końcu to, co widzimy i czego doświadczamy, sprawia, że tworzymy przekonania na temat otaczającego nas świata. Im więcej widzimy retuszu, wyszczuplania, specyficznych pozycji, które mają podkreślać pożądane cechy sylwetki, a inne ukrywać, tym bardziej możemy czuć, że nie przystajemy do tego obrazu. A co dopiero podjąć refleksję na temat ciał doświadczających systemowej opresji.

Świat pozawirtualny jest różnorodny. Mamy różne kształty, możliwości, odcienie. Pokazując tylko część doświadczenia, przekłamujemy rzeczywistość i nie dopuszczamy do głosu w mediach społecznościowych innych grup niż dominujące, co sprawia, że gdy już się pojawiają, budzą falę odrazy, np. gruba modelka reklamująca sportową odzież zostaje posądzona o „promocję otyłości", chociaż wcale nie musi na nią chorować i po prostu pokazuje ofertę strojów w większych rozmiarach.

Ciałopozytywność ma prosty przekaz: dla każdej osoby jest miejsce, ponieważ każde ciało jest w porządku takie, jakie jest. Nie chodzi o to, by każdą osobę uwielbiać, ale po prostu traktować z szacunkiem.

DOBRA STRONA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Sfera online stanowi obecnie ważny obszar w naszym życiu, dlatego warto dbać o to, by platformy społecznościowe działały na korzyść i dla dobrostanu ludzi, a nie odwrotnie. Treści są w końcu tworzone przez ludzi, którzy mają różną wiedzę, własne uprzedzenia, w różnym stopniu rozwiniętą wrażliwość lub otwartość. Tymczasem media społecznościowe nadal zapewniają sporę dozę anonimowości, co ułatwia wyrażanie opinii – także tych przykrych dla innych: dyskryminujących, obraźliwych, rasistowskich. A reakcja będzie zależeć od dobrych chęci gospodarzy profili lub motywacji osób, które zechcą zgłosić te komentarze jako niewłaściwe.

To, jak będzie wyglądać ta rzeczywistość, zależy od standardów wypracowanych przez korporacje, których dane media są własnością, ale także od ich użytkowników i użytkowniczek korzystających z ich produktów. Dlatego warto reagować na przejawy dyskryminacji ze względu na płeć lub upokarzania innych w sieci z powodu ich wyglądu. Pewne osoby napiszą komentarz, w którym wyrażą niezgodę, inne zgłoszą dany komentarz jako dyskryminujący, może znajdą się też takie, które napiszą petycję lub zorganizują się, by zainteresować sprawą szerszą publiczność.

Treści, które przyswajamy za pośrednictwem mediów społecznościowych, niosą ze sobą zarówno ciekawe, wzbogacające możliwości, jak i zagrożenia. Warto mieć świadomość jednych i drugich, a także rozpoznawać swoje potrzeby, by bezpiecznie poruszać się w świecie influencingu i światów przedstawianych w małych kwadracikach. Do niezaprzeczalnych zalet nowych mediów należy szansa na odnalezienie własnej społeczności, np. fanów tego samego gatunku muzyki, miłośników roślin doniczkowych, ale też osób, które otwarcie mówią o problemach z ciałem, o zdrowiu psychicznym, seksualności czy tych, którzy chcą działać na rzecz ochrony klimatu. Dzięki powszechnej dostępności Internetu sława i uwaga stają się trochę bardziej demokratyczne, a więc grupy mniejszościowe często tutaj odnajdują platformę do kreatywnego wyrażania siebie lub walki o swoje prawa. Wiele osób, grup lub organizacji pozarządowych już wykorzystuje platformy online do krzewienia idei równości płci i wzajemnego szacunku. W ramach konkretnych mediów społecznościowych mamy do dyspozycji określone narzędzia. Instagram, który zgodnie z założeniem miał być aplikacją do udostępniania zdjęć, coraz częściej jest platformą dla edukacyjnych infografik oraz wysyłania wyrazów wsparcia dla walk i inicjatyw w innych miejscach na świecie. Na Facebooku można zakładać grupy dyskusyjne łączące osoby o podobnych doświadczeniach ze wszystkich części globu.

Dobrze jest jednak zachować czujność i sprawdzać informacje oraz osoby, których słuchamy. I co najważniejsze – być świadomym, że ulubieńcy, których widzimy na małym zdjęciu lub wideo na ekranie smartfona, to zwykli ludzie. A poza kadrem kryje się więcej niż to, co dane nam było zobaczyć.

Ćwiczenie do tekstu *Jak sobie radzić z porównywaniem się z innymi?*, s. 114

ZUPA Z KRÓLIKA I BUKIETY RÓŻ, CZYLI O STEREOTYPACH W KULTURZE

dr Robert Pruszczyński

Młodzi ludzie mają obecnie nieograniczony dostęp do różnych tworów kultury, które pobierają lub włączają kilkoma kliknięciami myszki. Z filmów lub seriali w dużej mierze uczą się o rzeczywistości, poznają grupy, z którymi nie mają styczności w swoich środowiskach, dowiadują się o dalekich krajach. Choć treści na platformach streamingowych mogą stanowić duże, egalitarne i demokratyczne okno na świat, mogą też zniekształcić jego odbiór przez młode, nieprzygotowane głowy. Jak? Pokażemy na przykładzie popularnego gatunku komedii romantycznych, które stanowią ważny punkt odniesienia dla dorastającej młodzieży. Warto wiedzieć, że można w nich znaleźć sporo uproszczeń oraz krzywdzących stereotypów, którym warto krytycznie się przyjrzeć.

Co jakiś czas pojawia się na forum publicznym dyskusja na temat zasadności czytania i oglądania klasyków kultury i popkultury – czy *W pustyni i w puszczy* powinno być na liście lektur szkolnych, skoro przedstawia Afrykę oraz jej mieszkańców i mieszkanki w sposób stereotypowy? Czy z platform VOD powinno się wycofać *Przeminęło z wiatrem*, skoro bohaterowie i bohaterki filmu opowiadają się za niewolnictwem? Czy można dzieciom i młodzieży pokazywać starsze filmy Disneya, które osadzone są mocno w stereotypowych rolach społecznych mężczyzny i kobiety?

Teksty kultury: film, literatura, malarstwo, muzyka, plakat są pewnym zapisem tego, jak rzeczywistość była widziana przez ich twórców i twórczynie, świadectwem czasów, w których powstawały, ale też możliwością spojrzenia na rzeczywistość oczami kogoś innego (czy może to być lekcją empatii?). Przyjmowane jednak bezkrytycznie – niosą ze sobą pewne zagrożenia. Dlatego tak ważne jest uświadamianie młodym ludziom, że sztuka i kultura są ludzkimi wytworami, a ci, którzy je wykonują, nie są wolni od własnych doświadczeń, uwarunkowań kulturowych, uprzedzeń. Nie cenzura treści jest tutaj rozwiązaniem, ale nauka krytycznego myślenia o nich i ich analizowania. Próbę takiej analizy podejmiemy na przykładzie polskiej komedii romantycznej *Mała wielka miłość*, która idealnie nadaje się do obrazowania różnych dróg na skróty.

KOMEDIA ROMANTYCZNA A KRYTYCZNY ODBIÓR STEREOTYPÓW

Popkultura żywo reaguje na rzeczywistość i wchodzi z nią w dialog. Warto też wiedzieć, że nasze współczesne opowieści wcale nie odbiegają schematem narracji od tych opowiadanych za czasów Homera, u którego bohater wyrusza na przygodę, w drogę (czasem ta droga to zmiana szkoły, dołączenie do szkolnego chóru, wyjazd na wakacje), zwycięża w decydującym kryzysie i wraca do domu zmieniony lub przemieniony. W każdej dekadzie więc znajdziemy te same postacie: dziewczynę szukającą prawdziwej miłości, chłopaka uczącego się czułości, „grzeczną dziewczynkę" zmieniającą się w eksperymentującego z wizerunkiem wampa, melancholijnych odmieńców znajdujących partnera lub partnerkę itd. Wizerunki tych nauczycieli i nauczycielek miłości to ważny punkt odniesienia dla nastolatków, nie należy tego bagatelizować ani wyśmiewać. Pamiętajmy, że znajomość życia idoli i idolek (szczególnie w dobie mediów społecznościowych) to także element przynależności do grupy.

Dla młodzieży popularne przekazy mają aspekt edukacyjny – czerpie z nich wiedzę na temat innych kontynentów, krajów, zachowań ludzi, których nigdy nie spotkała i może nie spotka. Patrzmy na nie nie jako na wyważone przekazy dydaktyczne, ale na fantazyjną układankę zawierającą prawdę i zmyślenie.

Nie da się ukryć, że romantyczne wizerunki pełne są różnego rodzaju stereotypów. Sama forma popularnego filmu, serialu czy wideoklipu wymaga maksymalnej kondensacji treści oraz podkreślenia najbardziej wyrazistych elementów. W opowieściach miłosnych niczym w soczewce skupiają się różnego rodzaju napięcia związane z pochodzeniem czy statusem majątkowym. Polska komedia romantyczna *Mała wielka miłość* jest polem ścierania się różnych treści ze szczególnym uwzględnieniem postaci geja.

DWIE MATKI

Komedia romantyczna karmi się stereotypem i uproszczeniem. W *Małej wielkiej miłości* dominują klisze związane z kapitałem oraz pieniędzmi. USA pokazane są jako drapieżny kapitalistyczny kraj ludzi bez duszy, a Europa – jako lepszy kontynent. W gąszczu stereotypów czai się Marcel, nowy gej polskiej kinematografii początku XX wieku. Sebastian Jagielski w monografii *Maskarady męskości. Pragnienie homospołeczne w polskim kinie fabularnym* celnie opisał go jako geja modnego:

„Kino polskie coraz rzadziej otwarcie manifestuje niechęć do gejów, częściej stara się ich udomowić. Bo gej może być tolerowany, ale tylko wówczas, gdy dostosuje się do obowiązującej normy. Sobą pozostać nie może. Innymi słowy, gej też człowiek, pod warunkiem wszelako, iż nie różni się

zbytnio od zwykłego heteryka. Udomowiło go przede wszystkim kino popularne, w którym przerobiony został na mieszczańskiego geja modnego. Po stereotyp geja robiącego za najlepszą »przyjaciółkę« sięgnęli twórcy rodzimych imitacji komedii romantycznych”[1].

Marcel przyjaźni się z Joanną. Bohaterowie są pokazani jako para najlepszych przyjaciół, ale po seansie zaczynamy się zastanawiać, czy to symetryczna relacja. Student jest właściwie na każde wezwanie ciężarnej kumpeli. Oddanie Marcela podkreśla gest pójścia do… szkoły rodzenia, aby zdobyć wiedzę, którą ma przekazywać Joannie. Marcel wchodzi w kobiecą strefę dość wyraźnie, jest również traktowany jako kobieta. W jednej z pierwszych wspólnych scen Joanna mówi do przyjaciela: „Do mnie mówisz, mała”, a w innej: „To dziecko będzie miało dwie matki”. Silna feminizacja homoseksualnych mężczyzn tkwi w dziewiętnastowiecznym przekonaniu o inwersji płciowej[2]. Przekonanie, że homoseksualny mężczyzna to kobieta „uwięziona” w męskim ciele, dawno odeszło do lamusa, ale mocno wpłynęło na postrzeganie osób nieheteroseksualnych.

Marcel nie jest częścią kultury LGBTQ+, nie wpisuje się w model oparty na dumie gejowskiej (ang. *gay pride*), obejmującej m.in. widoczność czy poszanowanie własnej orientacji. *Coming out* to sprawa indywidualna oraz delikatna, nie można jej od nikogo wymagać, ale niejawność Marcela idealnie wpisuje się w stereotypową wizję świata komedii. W szkole rodzenia mężczyzna mówi, że przychodzi w imieniu „żony, narzeczonej, dziewczyny, znajomej”, Ian, ojciec dziecka, uważa Marcela za partnera Joanny, matka Joanny postrzega przyjaciela córki jako materiał na męża itd. Dopiero Steve, amerykański przyjaciel Iana, goszcząc w Polsce, mówi wprost, że Marcel jest gejem i na pewno nie łączą go z Joanną relacje intymne.

SINGLE I FLORYŚCI

Podczas ślubu Iana i Joanny Marcel zjawia się sam. „Singielstwo” to najgorsze przewinienie w komedii romantycznej, w której trzeba sparować jak najwięcej bohaterów i bohaterek, a przynajmniej podkreślić siłę miłości. Co ciekawe, na uroczystości pojawiają się przypadkowo poznani geje, pracownicy kwiaciarni, pokazani również w sposób bardzo przerysowany. Obecność gejów-florystów na ślubie pokazuje, że świat *Wielkiej małej miłości* jest otwarty na homoseksualne pary, pod warunkiem że są kopią, a najlepiej krzywym zwierciadłem normatywnych relacji.

W jednej z bardziej zaskakujących scen *Małej wielkiej miłości* Joanna mówi o dziecku, które zamierza urodzić: „Mam nadzieję, że to ona i na pewno nie będzie gejem”. Scenę można potraktować jako przyjacielskie przekomarzanie, ale na twarzy Marcela pojawia się rozczarowanie, a sekwencja nie ma innej pointy.

[1] S. Jagielski, *Maskarady męskości. Pragnienie homospołeczne w polskim kinie fabularnym*, Kraków 2013, s. 484.

[2] H. Pilonis, *Zagadka LGBT*, 13.11.2019, https://www.medexpress.pl/zagadka-lgbt/75529.

Twórcy filmu nie zapomnieli jednak o Marcelu i jego życiu osobistym. Miłość mężczyźnie wyznaje położna ze szkoły rodzenia. Marcel zyskuje kolejną przyjaciółkę, zostając na stałe wpisany w stereotyp „gejfrienda" i najlepszego przyjaciela kobiety, podczas gdy Joanna dorosła do roli żony i matki.

DLACZEGO WARTO OBEJRZEĆ *MAŁĄ WIELKĄ MIŁOŚĆ*

Warto rozmawiać z klasami na temat pokazywania gejów (i innych osób LGBTQ+) w kinie, aby budować równość, tolerancję. Analizę można wzbogacić o zwrócenie uwagi na krzyżujące się wykluczenia. W *Małej wielkiej miłości* pojawia się trzecioplanowa postać gospodyni Iana, Juanity. Meksykanka wprowadza ślad marginalizacji ze względu na: pochodzenie, status społeczny, wiek i płeć. W trakcie jednego z biznesowych spotkań pojawia się nawet żart, że Ian zatrudnił kobietę ze względu na świadczone „dodatkowo" usługi seksualne.

Można zwrócić uwagę na Warszawę jako duże miasto, w którym sytuacja osób LBGTQ+ jest lepsza i bezpieczniejsza niż w mniejszych ośrodkach. Nie należy zapominać, że asymilacja w dużym mieście wymaga również sporych nakładów finansowych i emocjonalnych, np. życia z dala od rodziny i bliskich. Nie należy popadać jednak w kolejny stereotyp, nie każda mała społeczność musi być homofobiczna.

W *Małej wielkiej miłości* temat wykluczenia ekonomicznego (ale nie w wersji LGBTQ+) pojawia się również w typowo satyryczny sposób. Ian po utracie majątku przyjeżdża do Polski, wynajmuje obskurne mieszkania i podejmuje słabo płatną pracę… nauczyciela angielskiego.

Niestety popkultura potrafi tworzyć hierarchie zachowań i wartości, które wykluczają niektóre osoby czy postawy, ale dyskusja na ten temat może sprzyjać zrozumieniu tych działań i nieprzenoszeniu ich na codziennie myślenie. Warto oglądać, czytać, zapoznawać się z różnymi utworami, aby ćwiczyć się w wyłapywaniu pułapek myślowych, analizować przyswajane treści i o nich dyskutować. Gdzie szukać materiału do analizy? Możliwości są nieograniczone! Czy nie wydaje wam się, że talia Królewny Śnieżki jest niewiarygodnie szczupła? A może zwróciliście uwagę, że Dżasmina z filmu *Aladyn* nie mogłaby być ubrana w taki sposób, jeśli miałoby to być zgodne z jej kulturą? A co z symboliką kolorów w popkulturze, na przykład przypisanie różu dziewczynkom, a błękitu chłopcom? Wiecie, że podział ten upowszechnił się dopiero w latach 40. ubiegłego wieku? Wcześniej było zupełnie odwrotnie. Zanurzmy się więc w filmie, literaturze, malarstwie i pozwólmy się porwać tym światom przedstawionym, ćwicząc jednocześnie umiejętności krytycznego myślenia.

Ćwiczenie do tekstu *Wokół stereotypów — jak je przełamywać i w jakim celu?*, s. 121

CZĘŚĆ DRUGA

ĆWICZENIA EDUKACYJNE

WIEM I JA!

1.

Julia Godorowska

Cel ćwiczenia: Uczeń lub uczennica

- odróżnia wiedzę od przekonań;
- sprawdza, jakie jest źródło jego/jej wiedzy lub przekonań;
- stawia sobie pytania pozwalające mu/jej stwierdzić, skąd wie, że coś wie;

Czas realizacji: do 30 min

Materiały i środki dydaktyczne: brak

Formy pracy: praca indywidualna, ćwiczenie do wykonania w szkole i poza szkołą

Dotyczy tekstu *Skąd wiem, że wiem?*

Przedmiot: filozofia, godzina wychowawcza

Zaproś uczniów i uczennice do małego eksperymentu mającego na celu poszukiwanie odpowiedzi na pytanie: Skąd wiesz, że coś wiesz? Poproś, aby spróbowali przez jeden dzień w sześciu różnych sytuacjach zastanowić się: Skąd wiem, że to wiem? Przykładowe sytuacje:

1. Kiedy przez przypadek uderzycie się łokciem o krawędź stołu i poczujecie nieprzyjemne mrowienie – skąd wiecie, że boli?
2. Kiedy po raz kolejny słyszycie w telewizji lub czytacie w Internecie o zjawiskach ekstremalnych, takich jak huragany, powodzie i ulewne opady deszczu, które miały miejsce w którymś stanie Stanów Zjednoczonych lub w innym regionie świata, a komentatorzy łączą obserwowaną intensyfikacją klęsk żywiołowych z globalną zmianą klimatu i wpływającą na to działalnością człowieka – czy wiecie o zachodzeniu tego związku?
3. Zastanawiacie się, jak poprawnie napisać: „naprawdę” czy „na prawdę” – kto o tym decyduje? Skąd wiecie, która wersja jest poprawna?
4. W szkole dowiadujecie się, że największy rów oceaniczny na świecie ma głębokość sięgającą aż 11 034 metrów poniżej poziomu morza i kształt półksiężyca – czy istnieje zgoda co do tego wśród naukowców? Czy można powiedzieć, że ktoś o tym wie?
5. Zastanawiacie się, czy UFO istnieje. Przedstawiciele nauki opartej na dowodach i racjonalizmie ostatnio zaskakująco często zdają się zgodni, że życie w kosmosie jest, a nawet nas odwiedza – czy jednak jest zgoda wśród naukowców co do istnienia UFO? Czy ktoś wie o tym, że istnieje UFO?

Podpowiedz uczniom i uczennicom, że w myśleniu o tym, skąd coś wiedzą, pomogą im kolejne, bardziej szczegółowe pytania:

- Co to znaczy, że to wiem?
- Jakie mam przekonania?
- Czym jest moja wiedza?
- Jakie mam dowody na to, co sądzę, że wiem?
- Jaki mam na to argument?
- Skąd wiadomo, że ten problem jest rzeczywisty? W jaki sposób mogę to zweryfikować?
- Czy na pewno to prawda (to, co rzekomo wiem)? Czyli: czy na pewno to wiem (a nie tylko jestem o tym głęboko przekonany, chciałbym, żeby tak było itp.). Pamiętaj o tym, że wiedza nie może być fałszywa.

JAKIE ODNIESIESZ KORZYŚCI Z CIĄGŁEGO ZASTANAWIANIA SIĘ, SKĄD WIEM, ŻE COŚ WIEM?

Będziecie mogli:

- rozpoznawać i analizować stanowiska, argumenty i wnioski prezentowane przez inne osoby;
- rozwijać umiejętność czytania między wierszami i identyfikować nieprawdziwe lub krzywdzące założenia;
- myśleć w uporządkowany sposób;
- analizować różne argumenty oraz wyciągać wnioski;
- prezentować własny punktu widzenia w sposób jasny i przemyślany.

JAK ODRÓŻNIĆ TEKST NAUKOWY OD MYŚLI NIEUCZESANYCH?

2.

Michał Szczepanik

Cel ćwiczenia: Uczeń lub uczennica

- zna etapy procedury naukowej;
- weryfikuje doświadczenie zgodnie z procedurą naukową;
- weryfikuje sensacyjne informacje *quasi*-naukowe podawane przez media oraz identyfikuje fake newsy.

Czas realizacji: 20 min

Formy pracy: praca indywidualna i grupowa, ćwiczenie do wykonania w szkole

Dotyczy tekstu
Wiedza wiedzy nierówna

Przedmiot: biologia, godzina wychowawcza

1. Podziel uczennice i uczniów na pary. Poproś, aby przypomnieli sobie, na czym opiera się procedura naukowa. Zadaniem każdej pary będzie przygotowanie opisu dowolnego doświadczenia, które uwzględni założenia procedury naukowej.
2. Zapisz na tablicy etapy procedury naukowej. Upewnij się, że uczennice i uczniowie wiedzą, co oznaczają:
   - problem badawczy
   - hipoteza
   - określenie zmiennych: ZMIENNEJ NIEZALEŻNEJ (to, co będziemy zmieniać), ZMIENNEJ ZALEŻNEJ (to, co będziemy mierzyć) i ZMIENNYCH KONTROLNYCH (to, co musimy pozostawić niezmienne)
   - próba kontrolna
   - przeprowadzenie doświadczenia
   - analiza wyników
   - wnioskowanie.
3. Utwórz z dwójek czwórki, w których uczennice i uczniowie będą dokonywali oceny koleżeńskiej, czy ich doświadczenia uwzględniają wszystkie etapy procedury naukowej.

4. Poproś, aby uczennice i uczniowie określili, którego elementu procedury naukowej w ich doświadczeniu zabrakło. Wybierz ten, którego zabrakło najczęściej, i zapytaj, co by się stało, gdyby tego elementu zabrakło w rzeczywistych badaniach naukowych, np. nad lekiem na nowotwory.

5. Zapytaj uczennice i uczniów, czy są im znane jakieś informacje związane z szeroko pojętą nauką, odnoszące się do jakichś badań, które wywołują u nich mieszane uczucia, np. mieszkańcy Kenii są genetycznie uwarunkowani do długotrwałego biegu, dlatego zawsze wygrywają maratony. Zbierz takie informacje od klasy. Jeśli się nie pojawią, możesz zaproponować:

   - Amerykańskie źródła wywiadowcze wskazują, że w Chinach zniknęło 22 miliony użytkowników telefonów komórkowych z powodu zbyt dużego promieniowania aparatów.
   - Wirusolog, laureat Nagrody Nobla Luc Montagniera twierdzi, że wszystkie osoby zaszczepione umrą w ciągu dwóch lat.
   - Lasy Państwowe ostrzegają, że niewielki owad oleica krówka może swoją wydzieliną zabić człowieka.
   - W Stanach Zjednoczonych coraz więcej ludzi jest sceptycznie nastawionych do szczepień, w ich ocenie zawierają one metale ciężkie. Można się o tym przekonać, przykładając magnes do miejsca, w którym osoba przyjęła szczepionkę. Magnes się trzyma skóry, nie odpada.
   - W Azji ludzie jedzą owady z biedy. Jedzenie ich przez Europejczyków jest niewskazane z uwagi na ich delikatniejszy żołądek.

6. Podziel uczennice i uczniów na grupy czteroosobowe. Każda grupa zajmować się będzie jedną informacją, która padła we wcześniejszej fazie lekcji, lub zaproponowanymi przez autora ćwiczenia. Zadaniem grupy będzie określenie, czy dana informacja jest prawdziwa czy nie, uczennice i uczniowie mogą szukać informacji w Internecie, analizować ją pod kątem procedury naukowej.

7. Podsumuj pracę grup. Zapytaj, które informacje są fake newsami, i poproś o podanie argumentów.

8. Czas na ewaluację ćwiczenia. Poproś, aby uczennice i uczniowie w zeszycie zapisali:

   - Trzy rzeczy, których się dzisiaj nauczyli.
   - Dwie rzeczy, które chcieliby poznać jeszcze lepiej.
   - Jedno pytanie, które chcieliby zadać w związku z tym tematem.

PRACA DOMOWA:

Podaj link do artykułu *Jak naukowcy dochodzą do wniosków?* Małgorzaty Pysiak. Poproś, aby chętni uczniowie i uczennice zapoznali się z nim, następnie w ciągu tygodnia zanotowali nieprawdziwe informacje, z którymi się spotkają, i dopasowali je do kategorii przedstawionych w tekście.

PRZEKONANIE DO PRAWDY CZY POKONANIE?

3.

Julia Godorowska

Cel ćwiczenia: Uczeń lub uczennica

- uświadamia sobie, że nie zawsze czyjeś stanowisko, które wygłaszane jest głośniej, ma więcej przestrzeni w mediach, jest bardziej przekonujące i efektowne, musi być zgodne z rzeczywistością.

Czas realizacji: do 30 min

Materiały i środki dydaktyczne: brak

Formy pracy: rozmowa w grupie, ćwiczenie do wykonania w szkole

Dotyczy tekstu *Jak wygrywać spory?*

Przedmiot: godzina wychowawcza, filozofia

1. Poproś uczniów i uczennice o przywołanie w pamięci sytuacji, w której byli stroną w dyskusji, która przerodziła się w spór. Zachęć do odpowiedzi na poniższe pytania:
   - Czy waszym celem było przekonanie drugiej osoby i pokonanie jej w sporze, czy ustalenie prawdy i dowiedzenie się czegoś?
   - Czy prezentowane przez was stanowiska lub argumenty były zgodne z rzeczywistością, czy może świadomie zdecydowaliście się na manipulację, np. posługiwaliście się faktami lub jakimiś danymi w taki sposób, aby stworzyć pożądany przez was obraz rzeczywistości, niezgodny z prawdą?
   - Kto lub co zdecydowało o wygranej?
2. Poproś o przeczytanie wypowiedzi dwóch polityków, którzy zabrali głos w czasie debaty publicznej na temat przyjęcia przez Polskę uchodźców, która miała miejsce pod koniec 2015 roku.

   Są już przecież objawy pojawienia się chorób bardzo niebezpiecznych i dawno nie widzianych w Europie: cholera na wyspach greckich, dezynteria w Wiedniu, różnego rodzaju pasożyty, pierwotniaki, które (...) nie są groźne w organizmach tych ludzi, mogą tutaj być groźne* – wymieniał Jarosław Kaczyński, prezes Prawa i Sprawiedliwości, podczas spotkania z wyborcami w Makowie Mazowieckim w październiku 2015 roku.

*Dyzenteria (nie: dezynteria) jest ostrą chorobą zakaźną jelit, szczególnie jelita grubego, która nieleczona prowadzi do śmierci.

Dla Romana Giertycha słowa prezesa PiS to przejaw kompleksów. – *Jarosław Kaczyński jest osobą, która nie zna języków obcych. Po świecie porusza się tylko w ramach delegacji oficjalnych. Nie rozumie świata poza Polską. W związku z tym dla niego każda rzecz obca wydaje się niebezpieczna, wroga* – mówił w *Faktach po Faktach* kandydat PO do Senatu.

Następnie zachęć do refleksji – na forum lub w mniejszych grupach – na temat tego sporu, toczonego przed publicznością mającą wydać osąd w sprawie przyjęcia przez Polskę uchodźców i uchodźczyń i najprawdopodobniej przyznać rację jednej ze stron. Zapytaj:

- Czy prezentowane stanowisko lub argument są prawdziwe? Jaką część wypowiedzi obydwu polityków stanowi rzetelna argumentacja?
- Jaka część wypowiedzi to fałszywe, kłamliwe argumenty, użyte w celu zwyciężenia dyskusji?
- Jaka część to tylko zręczne chwyty manipulacyjne albo próby wyprowadzenia przeciwnika z równowagi?

3. Po analizie wypowiedzi polityków wróć do pierwszej części spotkania. Zapytaj:

- Czy gdy dyskutujemy, to naszym celem jest dojście do prawdy, zdobycie wiedzy?
- Czy muszę mieć rację, żeby wygrać spór? Kto decyduje o wygranej?

4. W podsumowaniu zajęć zwróć uwagę na to, że:

- Przekonujące i efektowne stanowisko lub argument w dyskusji toczonej przed publicznością nie muszą być prawdziwe. Przestrzeń publiczną wypełnia wielość wypowiedzi, których wartość merytoryczną często przewyższa siła perswazji (choć ta ostatnia może też cechować uzasadnione argumenty i służyć promowaniu szlachetnych postaw).
- Często o tym, kto ostatecznie wygrywa spór, rozstrzyga publiczność, czyli każdy z nas, a niekoniecznie bezpośredni uczestnicy sporu.
- Stosuje się chwyty erystyczne, czyli wypowiedzi zastępujące argumenty.
- Celem ataku może być sam rozmówca.

5. Na zakończenie zadaj dwa pytania, dając wybór odpowiedzi uczniom i uczennicom:

- W jaki sposób to, jak toczymy spory, mówi o tym, kim jesteśmy?
- Ile prawdy jest w tym, co czytamy i oglądamy w mediach, w świetle tego, co wiemy już o sporach?

Zamiast analizować z młodzieżą przytoczone wyżej wypowiedzi polskich polityków, możesz wykorzystać pierwszą część tekstu dr. Michała Barcza *Jak wygrywać spory?*. Autor we wspo-

mnianym fragmencie opisuje telewizyjną debatę dotyczącą przyczyn zmiany klimatu, w której w kwestii globalnego ocieplenia spierają się klimatolog i sceptyk. Wspólnie przyjrzyjcie się przebiegowi i wynikowi opisanej dyskusji.

Możesz również pokazać uczniom i uczennicom debatę Johna F. Kennedy'ego i Richarda Nixona, którzy w świetle kamer stanęli naprzeciwko siebie 26 września 1960 roku, ubiegając się o fotel prezydenta Stanów Zjednoczonych. Do dzisiaj tę debatę analizuje się pod kątem tego, jak ważne w wystąpieniach publicznych są nie tylko treść, ale i mowa ciała, sposób komunikowania, pewność siebie, a także umiejętne wykorzystanie przed publicznością słabości kontrkandydata (fragment nagrania debaty: https://bit.ly/KennedyVSNixon).

DLACZEGO TAK SĄDZISZ?

4.

Grażyna Skirmuntt

Cel ćwiczenia: Uczeń lub uczennica

- rozwija umiejętność argumentowania i kontrargumentowania;
- doskonali umiejętność krytycznej analizy informacji;
- analizuje sytuację problemową z różnych perspektyw.

Czas realizacji: 30 min

Materiały i środki dydaktyczne: wydrukowane napisy „ZGADZAM SIĘ", „RACZEJ SIĘ ZGADZAM", „RACZEJ SIĘ NIE ZGADZAM", „NIE ZGADZAM SIĘ", lista stwierdzeń (atrybucji grupowych)

Formy pracy: praca w grupie, ćwiczenie do wykonania w sali lekcyjnej i w terenie

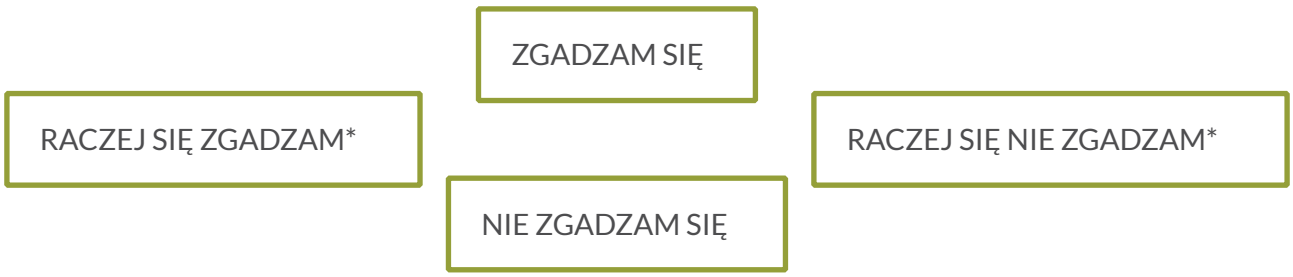
Dotyczy tekstu *Jak mózg nas oszukuje?*

Przedmiot: godzina wychowawcza, biologia, filozofia

PRZEBIEG ĆWICZENIA:

Ćwiczenie warto rozpocząć od rozgrzewki, która umożliwia nauczycielowi zorientowanie się, czy wszystkie osoby dobrze zrozumiały instrukcję ćwiczenia. Na przykładzie jednego–dwóch stwierdzeń będących klasycznymi stereotypami można przećwiczyć argumentowanie i kontrargumentowanie oraz wyjaśnić, na czym polega krytyczna analiza informacji. Następne stwierdzenia mogą dotyczyć ważnych aktualnie wydarzeń i sytuacji z życia klasy/szkoły (np. hejt, wyobcowanie, depresja), ważnych wydarzeń gospodarczych, politycznych, społecznych (w szczególności zdrowia publicznego), podjętych decyzji itp.

1. W sali lekcyjnej lub w terenie wyodrębnij cztery przestrzenie. Oznacz je napisami rozmieszczonymi w następujący sposób:



2. Odczytaj kolejne stwierdzenia i poproś uczennice i uczniów, aby wyrazili swoje zdanie na ich temat, zajmując miejsce, odpowiadające ich stanowisku.

Przykładowe stwierdzenia do analizy i wyrażenia własnego stanowiska:

- Koty są fałszywe. (To zdanie możesz wykorzystać jako rozgrzewkę).
- Mężczyźni mają większe zdolności/predyspozycje do nauk ścisłych (matematyka, fizyka, chemia, informatyka).
- Kobiety i mężczyźni wykonujący tę samą pracę powinni zarabiać tyle samo i mieć taki sam status pracowniczy.
- Cyganie to złodzieje.
- Moje (jednostkowe) wybory konsumenckie nie mają wpływu na zmianę klimatu.
- Używanie pieluch jednorazowych ma katastrofalny wpływ na środowisko i klimat.
- *Używanie zmywarki do naczyń jest korzystne dla środowiska.
- *Decyzja o poddaniu się aborcji powinna należeć wyłącznie do kobiety i nie podlegać żadnym prawnym ograniczeniom.
- *Poddanie się szczepieniu przeciwko COVID-19 jest wyrazem odpowiedzialności społecznej.
- *Unia Europejska i Stany Zjednoczone powinny sfinansować zakup szczepionek przeciw COVID-19 dla mieszkańców Afryki, Ameryki Południowej i znacznej części Azji.

3. Poproś, aby uczennice i uczniowie skupieni wokół poszczególnych stanowisk z napisami porozmawiali ze sobą przez chwilę o powodzie, dla którego wybrali to miejsce w odniesieniu do odczytanego stwierdzenia (atrybutu grupowego), a następnie wybrali/uzgodnili jeden–trzy argumenty, które przedstawią pozostałym grupom.

4. Zaproś poszczególne grupy do przedstawienia argumentów uzasadniających ich stanowisko wobec odczytanego stwierdzenia.

5. Powiedz uczennicom i uczniom, że mogą zmienić miejsce, które wcześniej wybrali, na inne. Poproś, aby zmieniając miejsce, powiedzieli, co ich skłoniło do tej decyzji.

---

* Wykorzystanie stwierdzeń oznaczonych gwiazdką jest opcjonalne, rekomendowane dla uczennic i uczniów starszych klas szkół ponadpodstawowych.

6. Zachęć uczennice i uczniów do refleksji podsumowującej analizę danego stwierdzenia.

Przykładowe pytania podsumowujące:

- Czy podjęcie decyzji było dla ciebie łatwe czy trudne? Dlaczego?
- Czy argumenty koleżanek i kolegów skłoniły cię do zmiany stanowiska? Dlaczego?
- Skąd się bierze to, że mamy zdanie na jakiś temat? Od czego ono zależy? (nasze emocje, doświadczenia, skojarzenia – np. sposób zadania pytania, wykorzystane słowa, wartości). Na ile jesteśmy tego świadomi? Czy warto być świadomym?

INFORMACJA, JAK PRZEPROWADZIĆ ĆWICZENIE W TRYBIE ZDALNYM:

Przeprowadzenie ćwiczenia w trybie zdalnym wymaga wykorzystania narzędzia, które umożliwi uczennicom i uczniom wyrażenie swojego stanowiska wobec kolejnych stwierdzeń oraz rozmowę w małych grupach i w całym zespole. Może to być np. Whiteboard z udostępnioną wszystkim tabelą:

STWIERDZENIE	STANOWISKO			
	Zgadzam się	Raczej się zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Nie zgadzam się
Koty są fałszywe.				

Po usłyszeniu/przeczytaniu stwierdzenia uczennice i uczniowie wpisują swoje imię (inicjały, znaczek umożliwiający identyfikację osoby itp.) do właściwej komórki tabeli. Następnie osoby mające takie samo stanowisko wobec stwierdzenia zostają przeniesione do podpokoi (o ile platforma, na której odbywają się zajęcia, ma takie możliwości). W podpokojach uczennice i uczniowie przedstawiają uzasadnienia własnego stanowiska wobec stwierdzenia. Następnie wszyscy wracają do głównego pokoju, w którym poznają zdanie innych osób, argumentują i kontrargumentują.

CZY ROBIĄC ZAKUPY, KIERUJĘ SIĘ KRYTYCZNYM MYŚLENIEM?

5.

Bernadetta Białek

Cel ćwiczenia: Uczeń lub uczennica

- podejmuje refleksję na temat roli krytycznego myślenia w robieniu zakupów;
- dostrzega manipulacje marketingowe;
- potrafi dokonać świadomego wyboru produktów.

Czas realizacji: do 30 min

Materiały i środki dydaktyczne: kartka papieru, długopis

Formy pracy: praca indywidualna, w parach; ćwiczenie możliwe do wykonania w szkole, poza szkołą, podczas lekcji online

Dotyczy tekstu *Krytyczne myślenie w rozumieniu i zmianie świata*

Przedmiot: podstawy przedsiębiorczości, godzina wychowawcza

PRZEBIEG ĆWICZENIA:

1. Poproś, by uczniowie i uczennice wypisali na kartce trzy planowane przez siebie zakupy w najbliższym czasie.
2. Poleć, żeby podkreślili produkt, który jest najpotrzebniejszy.
3. Poinstruuj, by podopieczni zastanowili się, czy wymienione przez nich produkty są niezbędne, czy mogliby się bez nich obejść i dlaczego.
4. Poproś, aby wymienili się po sąsiedzku kartkami ze swoim kolegą/koleżanką i porozmawiali w parach na temat planów zakupowych. Mogą skorzystać z pytań pogłębionych, np.: Dlaczego ten zakup uważasz za najważniejszy? Dlaczego uważasz go za niezbędny? Czym kierowałeś/kierowałaś się przy sporządzaniu tej listy? Co wiesz o warunkach/krajach, w których ten produkt powstaje? Z czego mógłbyś/mogłabyś zrezygnować? (Wskazówka dla uczniów i uczennic: Pamiętaj, by nie zadawać pytań zaczynających się od słowa „czy").

5. Zaproś do podzielenia się wnioskami z ćwiczenia na forum klasy. Wnioski możecie spisać na flipcharcie.
6. Zadaj pytanie skierowane do wszystkich: co kupiłbyś/kupiłabyś z okazji Black Friday?
7. Kontynuuj rozważania: Co powodują takie akcje jak wspomniana przed chwilą i czemu służą? (Oczekiwane odpowiedzi to m.in.: konsumpcjonizm, służą zyskowi koncernów odzieżowych).
8. Poproś uczniów i uczennice, aby jeszcze raz przeanalizowali swoje listy zakupów i zastanowili się, jak zmieniły się ich pierwotne pomysły na zakupy. Dlaczego? Przy tej okazji porozmawiajcie, jak marketing wpływa na nasze wybory konsumenckie.
9. Zapytaj, jaka jest zależność między konsumpcjonizmem a środowiskiem.
10. Zaproponuj w formie techniki „partnerzy do rozmowy" podsumowanie, w którym uczniowie i uczennice porozmawiają na temat: Jaka jest rola krytycznego myślenia w robieniu zakupów? Przy tej okazji można nawiązać do Buy Nothing Day.

WNIOSKI Z ĆWICZENIA:

Kupujemy więcej, niż potrzebujemy, zaśmiecamy środowisko, następuje większe zużycie wody itd. Jako konsumenci i konsumentki jesteśmy powiązani ze światem. Warto sobie odpowiedzieć na pytania: Jakie są moje rzeczywiste potrzeby i pragnienia? Jakie odpowiedzialne zmiany konsumenckie mogę wprowadzić w swoim życiu i czemu będą one służyć?

HISTORIA NIEOCZYWISTA

6.

Sonia Gogulla

Cel ćwiczenia: Uczeń lub uczennica

- doskonali umiejętność aktywnego słuchania;
- analizuje sytuację problemową z różnych perspektyw;
- rozwija umiejętność wypowiadania się na forum i uczestniczenia w dyskusji zgodnie z jej regułami.

Czas realizacji: 30 min

Materiały i środki dydaktyczne: notka biograficzna W. Lenina, film *History vs. Vladimir Lenin*, https://bit.ly/CEOĆwiczeniaLenin

Formy pracy: praca zbiorowa

Dotyczy tekstu *Czy Kolumb odkrył Amerykę? O faktach, które nie są faktami*

Przedmiot: godzina wychowawcza, historia, WOS, język angielski

PRZEBIEG ĆWICZENIA:

1. Przed zaplanowaną realizacją ćwiczenia poproś uczennice i uczniów o zapoznanie się z wiadomościami lub przypomnienie sobie faktów związanych z postacią W. Lenina.
2. Rozpocznij ćwiczenie od postawienia pytania: Z jakimi wydarzeniami historycznymi kojarzy ci się nazwisko Lenin?
3. Podsumuj wypowiedzi uczennic i uczniów, a jeśli widzisz potrzebę uzupełnienia, informacji, przeczytaj im notkę biograficzną (załącznik).
4. Wyświetl film *History vs. Vladimir Lenin*. Przed rozpoczęciem projekcji zachęć uczennice i uczniów do szczególnego zwrócenia uwagi na argumenty, jakie zauważą w filmie.
5. Zainicjuj dyskusję inspirowaną obejrzanym filmem. Moderuj ją, zadając najpierw pytania bezpośrednio związane z filmem, a następnie wykraczające poza jego tematykę w taki sposób, aby uczennice i uczniowie dostrzegli i zrozumieli źródła występowania wielu perspektyw w ocenie wydarzeń historyczno-społeczno-gospodarczych.

Przykładowe pytania związane z filmem:

- Jakie emocje towarzyszyły ci podczas oglądania filmu?
- Jakich argumentów używał obrońca Lenina, a jakich oskarżyciel?
- Gdybyś był/była sędzią, jaki wyrok byś wydał/wydała? Dlaczego?
- Czy jednoznaczna ocena postaci Lenina jest możliwa? Dlaczego?

Przykładowe pytania wykraczające poza tematykę filmu:

- Czy znasz inną postać lub wydarzenie historyczne, którego jednoznaczna ocena jest bardzo trudna (lub niemożliwa)? Przedstaw je w kilku słowach.
- Co wpływa na to, że masz własne zdanie o osobach, sytuacjach, wydarzeniach, informacjach? Od czego ono zależy?
- Czy zdarzyło ci się zmienić zdanie o konkretnej osobie/sytuacji/wydarzeniu/informacji? Jakie czynniki spowodowały zmianę?
- Czy warto być świadomym, co wpływa na wyrabianie sobie zdania w odniesieniu do konkretnej osoby/sytuacji/wydarzenia/informacji? Dlaczego?
- Czy postrzeganie rzeczywistości historycznej i/lub współczesnej z wielu perspektyw jest dla ciebie łatwe czy trudne? Dlaczego?

6. Poproś uczennice i uczniów o podsumowanie dyskusji poprzez podanie jednego słowa, które najtrafniej odda to, czego doświadczyli w czasie tego ćwiczenia i z czym je kończą. Możesz te słowa zapisać na tablicy (rzeczywistej lub wirtualnej).

MATERIAŁY DODATKOWE DLA NAUCZYCIELA, NAUCZYCIELKI:

Lenin: święty i wyklęty, Polityka.pl, 4.11.2009, https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/historia/234050,1,lenin-swiety-i-wyklety.read.

S. Türschmid, *Zakłamana rewolucja*, Nowy Napis, 13.11.2009, https://nowynapis.eu/czytelnia/artykul/zaklamana-rewolucja.

Dobre wiadomości z Rosji! Lenin znakomicie oceniany jako postać historyczna i polityk, Strajk.eu, 24.04.2017, https://strajk.eu/dobre-wiadomosci-z-rosji-lenin-znakomicie-oceniany-jako-postac-historyczna-i-polityk.

ZAŁĄCZNIK:

Notka biograficzna:

Włodzimierz Lenin, właśc. Władimir Iljicz Uljanow – rosyjski polityk socjaldemokratyczny i komunistyczny, organizator i przywódca rewolucji październikowej (1917 r.), a następnie pierwszy przywódca Rosji sowieckiej. Współzałożyciel i lider partii bolszewickiej. Teoretyk ideologii komunizmu i twórca idei leninizmu.

W 1903 r. stanął na czele frakcji bolszewickiej w Socjaldemokratycznej Partii Robotniczej Rosji. W trakcie I wojny światowej prowadził działalność antywojenną. Po rewolucji lutowej i obaleniu caratu powrócił do Rosji, gdzie przeprowadził rewolucję październikową i wprowadził dyktaturę partii bolszewickiej.

Po zbrojnym przejęciu władzy utworzył rząd bolszewicki i zadecydował o rozpędzeniu siłą wybranego w demokratycznych wyborach w grudniu 1917 r. Zgromadzenia Ustawodawczego Rosji (konstytuanty Rosji). W nowym państwie rosyjskim utworzył system monopartyjny, w którym rządzącą partią była Rosyjska Komunistyczna Partia (bolszewików). Jako przywódca wycofał Rosję z udziału w I wojnie światowej, zawierając separatystyczny pokój z państwami centralnymi. Sprzeciw wobec narzuconych siłą rządów bolszewickich wywołał trwającą od 1917 do 1922 r. wojnę domową, z której jako przywódca bolszewików wyszedł zwycięsko. Inicjator Międzynarodówki Komunistycznej (Kominternu). W 1921 r. rozpoczął proces powojennej odbudowy kraju, inicjując Nową Politykę Ekonomiczną będącą mieszanym systemem gospodarczym określanym jako kapitalizm państwowy. W 1922 r. połączył większą część dawnych terenów Imperium Rosyjskiego, tworząc Związek Socjalistycznych Republik Radzieckich.

SPÓJRZ INACZEJ

7.

Sonia Gogulla

Cel ćwiczenia: Uczeń lub uczennica

- dostrzega zagrożenia, jakie niesie urbanizacja z perspektywy zwierząt leśnych;
- rozumie pojęcia „antropocentryzm" i „urbanizacja".

Czas realizacji: 30 min

Materiały i środki dydaktyczne: film *Krecik w mieście*, https://bit.ly/KrecikWMieście, kartki z nazwami zwierząt do losowania przez grupy

Formy pracy: praca z filmem – w grupach lub indywidualnie; ćwiczenie można wykonywać offline i online

Dotyczy tekstu *Czy Kolumb odkrył Amerykę? O faktach, które nie są faktami*

Przedmiot: biologia, godzina wychowawcza

Z uwagi na to, że film trwa ponad 28 minut, poproś klasę o obejrzenie go wcześniej (w domu). Można też wykorzystać jego fragmenty, ale polecamy, aby obejrzeć całość. W trakcie ćwiczenia warto odtwarzać jego wybrane fragmenty (dla przypomnienia).

PRZEBIEG ĆWICZENIA:

1. Zapytaj uczniów i uczennice, o czym był film, który obejrzeli. Czy coś ich zaskoczyło? Wyjaśnij, że proces powstawania i rozwoju miast, o którym mówi film, określa się terminem „urbanizacja". Wytłumacz, że wielu ludzi patrzy na świat tylko z punktu widzenia człowieka. Takie postrzeganie świata to antropocentryzm. Podczas tego ćwiczenia klasa spróbuje wyjść poza patrzenie na świat z ludzkiej perspektywy.
2. Podziel uczniów i uczennice na cztery grupy i poproś o wylosowanie kartki z nazwą zwierzęcia, z którym spróbują się utożsamić, wykonując ćwiczenie. Przykładowe zwierzęta: zając, sarna, ptak leśny, kret, jeż, dzik, wilk, komar.

3. Polecenie dla klasy: Wyobraźcie sobie, że jesteście… (nazwa wylosowanego zwierzęcia). W miejscu, które zamieszkiwaliście, powstało miasto. Odpowiedzcie w grupach na pytania:

- Jak zmieni się twoje dotychczasowe życie?
- Czy będziesz umiał/umiała się przystosować do nowych warunków? Jeżeli tak, czego to będzie od ciebie wymagało?
- Jakie emocje towarzyszą ci, kiedy obserwujesz budowę miasta w miejscu twojego zamieszkania? Z czego one wynikają?
- Czego się obawiasz?
- Co cię złości?
- Z czego się cieszysz?
- Co możesz stracić, a co zyskać?

PODSUMOWANIE:

Zapytaj uczniów i uczennice, jak się czuli w swojej nowej roli. Czy coś nowego odkryli? Jeśli tak, to co? Co daje takie spojrzenie na świat? Czy takie spojrzenie na świat ma znaczenie? Dlaczego? Jak myślisz, dlaczego zwierzątka w filmie zachowują się jak ludzie, dlaczego nadajemy im takie cechy? Czy ludzie dbają o dzikie zwierzęta, które znajdą się w przestrzeni miejskiej?

MATERIAŁY DODATKOWE DLA NAUCZYCIELA, NAUCZYCIELKI:

Antropocentryzm, Wikipedia, https://pl.wikipedia.org/wiki/Antropocentryzm.

Urbanizacja, Encyklopedia PWN, https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/urbanizacja;3991629.html.

Ekocentryzm - Ecocentrism, Wikiqube, https://pl.wikiqube.net/wiki/Ecocentrism.

UWAŻAJ NA PRZEKAZY MEDIALNE

8.

Anna Mikulska

Cel ćwiczenia: Uczeń lub uczennica

- poznaje perspektywy globalnego Południa i globalnej Północy;
- rozpoznaje manipulacje w mediach;
- dostrzega stereotypy.

Czas realizacji: do 30 min

Materiały i środki dydaktyczne: jeden z odcinków *Azja Express* i/lub *Ameryka Express* dostępne pod linkami: https://player.pl/programy-online/efekt-domina-odcinki,1991, https://amerykaexpress.tvn.pl, https://player.pl/programy-online/azja-express-odcinki,4714.

Formy pracy: ćwiczenie może zostać wykonane indywidualnie lub grupowo zarówno w szkole, jak i poza nią, online lub stacjonarnie

Dotyczy tekstu *Media tradycyjne wzorem dziennikarstwa?*

Przedmiot: godzina wychowawcza

1. Obejrzyj z uczniami i uczennicami jeden z odcinków *Azja Express* i/lub *Ameryka Express* (w całości lub we fragmentach).
2. Odpowiedzcie na pytania:
   a. W jaki sposób bohaterowie i bohaterki programu odnoszą się do mieszkańców i mieszkanek kraju, który odwiedzają?
   b. Czy traktują ich z szacunkiem, czy może próbują ich pouczać, traktują z góry?
   c. Czego dowiadujemy się o kraju, który odwiedzają bohaterowie i bohaterki reality show?
   d. Czy poznajemy tylko ciekawostki, czy możemy się o nim czegoś nauczyć? Czy państwo jest pokazywane jednostronnie, np. tylko z perspektywy jego ubogich dzielnic, czy też pokazane są różne oblicza danego kraju?
3. Podyskutujcie o tym, czy programy powielają stereotypy o krajach globalnego Południa. Czy waszym zdaniem mają wartość edukacyjną, a może wręcz przeciwnie? Czy robienie reality show w takiej formie może nieść ze sobą problemy etyczne? Jeśli tak, to jakie?

CZY POTRAFIMY ODRÓŻNIĆ FAKTY OD OPINII W MEDIACH TRADYCYJNYCH?

9.

Anna Mikulska

Cel ćwiczenia: Uczeń lub uczennica

- odróżnia fakty od opinii;
- rozpoznaje manipulację w mediach.

Czas realizacji: do 30 min

Materiały i środki dydaktyczne: quiz w języku angielskim: *How well can you tell factual from opinion statements?*, https://www.pewresearch.org/quiz/news-statements-quiz

Formy pracy: ćwiczenie może zostać wykonane indywidualnie lub grupowo zarówno w szkole, jak i poza nią, online lub stacjonarnie

Dotyczy tekstu *Media tradycyjne wzorem dziennikarstwa?*

Przedmiot: godzina wychowawcza

1. Rozwiążcie z klasą quiz.
2. Sprawdźcie, ile zdań zaklasyfikowaliście poprawnie jako fakt lub opinię i porównajcie swoje odpowiedzi.
3. Znajdźcie więcej wydarzeń, które były prezentowane w różnych mediach tradycyjnych, i porównajcie przekazy.
4. Odpowiedzcie na pytania:
   - Jakie emocje towarzyszyły mi w odbiorze materiału?
   - Czego udało mi się dowiedzieć?
   - Czy każdy materiał dostarczył mi takiej samej ilości wiedzy?
   - Czy na podstawie materiału jestem w stanie określić, jakie stanowisko w danej sprawie zajmują jego autorzy i autorki?

SIŁA SŁÓW

10.

Sylwia Międzybrodzka

Cel ćwiczenia: Uczeń lub uczennica

- uświadamia sobie, że język, jakim się posługujemy, wpływa na kształtowanie naszego światopoglądu;
- dostrzega stereotypy językowe.

Czas realizacji: 30 min

Materiały i środki dydaktyczne: słowniki (do sprawdzenia feminatywów – także online – linki do stron np. tutaj: https://www.jezykowedylematy.pl/2010/11/z-jakich-slownikow-korzystac)

Formy pracy: ćwiczenie może zostać wykonane indywidualnie lub grupowo zarówno w szkole, jak i poza nią, online lub stacjonarnie

Dotyczy tekstu *Jak język i obraz kształtują nasze postrzeganie świata?*

Przedmiot: język polski, godzina wychowawcza

1. Zaproś uczniów i uczennice do dyskusji. Spytaj, jak rozumieją słowa: „To język przemawia przez ludzi, a nie ludzie posługują się językiem".
2. Porozmawiaj z uczniami i uczennicami o tym, w jaki sposób najczęściej mówią o osobach, które wykonują różne zawody, pracują np. w straży pożarnej, senacie, ochronie zdrowia, na roli, w szkole itd. Bardzo często będą padać nazwy rodzaju męskiego: strażak, senator, lekarz/doktor, rolnik, nauczyciel itd.
3. Spytaj uczniów i uczennice, jakiej płci zazwyczaj są osoby, które wykonują te zawody. Czy zawsze są to mężczyźni? Zwróć uwagę swoich podopiecznych na to, że bardzo często zawody niższej rangi (np. sprzątaczka, opiekunka) są w formie żeńskiej, a te „bardziej prestiżowe" (np. chirurg, prawnik, naukowiec, psychiatra) – w męskiej. O grupach (w szkole, firmach), w których pojawia się choćby jeden mężczyzna, zwykle mówi się, używając formy męskiej, np. nauczyciele, lekarze.
4. Porozmawiajcie o tym, jak brzmią w uszach twoich podopiecznych sformułowania typu „pani doktor", „pani poseł" itp. Być może pojawią się odpowiedzi, że jest to bardziej prestiżowe, brzmi poważniej.

5. Zaproś uczniów i uczennice do tego, aby spróbowali utworzyć feminatywy, czyli żeńskie nazwy różnych zawodów (np. rolnik i rolniczka, adwokat i adwokatka, sekretarz i sekretarka, burmistrz i burmistrzyni, kierowca i kierowczyni, minister i ministra itp.).

6. Porozmawiajcie o tym, jak te nazwy dla nich brzmią, jakie skojarzenia wywołują, które było łatwo utworzyć, a które trudno? Może się okazać, że niektóre będą całkiem naturalne, a inne wydadzą się sztuczne, dziwne – spytaj, dlaczego tak jest.

   Warto zwrócić też uwagę na to, że inaczej myślimy o sekretarzu i sekretarce – to mogą być osoby, które wcale nie mają takiego samego zakresu obowiązków. Podobnie jest np. w przypadku przedszkolanki i mężczyzny, który wykonuje zawód nauczyciela w tej samej placówce – powinien być nazywany „przedszkolankiem". Niektóre z feminatywów mogą nawet wydawać się zabawne, bo są homonimami, czyli wyrazami o tym samym brzmieniu, lecz różnych znaczeniach (np. cukiernik i cukierniczka). Z drugiej strony używanie żeńskich wersji nazw zawodów jest coraz popularniejsze i znacznie mniej osób niż jeszcze kilka lat temu negatywnie reaguje, gdy słyszy np. socjolożka, psycholożka, pedagożka. Nasz język się zmienia i ewoluuje – dzięki temu wciąż pojawiają się w nim nowe słowa z różnych dziedzin, które z biegiem lat nie wzbudzają już sensacji ani zdziwienia.

7. Porozmawiajcie o tym, jak może to wpływać na nasze postrzeganie świata, ale także na rzeczywistość (np. dominujące formy męskie w pewnych dziedzinach naszego życia mogą przekładać się na bezpieczeństwo[1]; samochody projektowane są tak, że bezpieczniejsi są w nich mężczyźni niż kobiety, co wynika z różnic w budowie ciała; mówienie w męskich formach o doktorach, profesorach powoduje, że sukces – także ten naukowy – wielu kobiet jest umniejszany).

8. Jeśli wystarczy wam czasu, możecie podyskutować także o innych sytuacjach, na które wpływa język. Możesz posłużyć się przykładami przywołanymi w artykule Jadwigi Jarosz.

9. Zaproś uczniów i uczennice do rozmowy o tym, jak sami chcieliby być określani – w szkole, w przyszłej pracy, w gronie znajomych.

[1] M. Napiórkowski, *Żeńskie końcówki to kwestia życia i śmierci*, 9.11.2019, w: https://krytykapolityczna.pl/kraj/zenskie-koncowki-zycie-smierc-feminatywy.

CO MIPOKAZUJE MOJA WYSZUKIWARKA?

11.

Sylwia Międzybrodzka

Cel ćwiczenia: Uczeń lub uczennica

- uświadamia sobie, że wyszukiwarki mogą podsuwać nam różne wyniki w zależności od tego, jakie strony najczęściej odwiedzamy;
- podejmuje refleksję, jak to zjawisko wpływa na odbiorców i odbiorczynie treści.

Czas realizacji: 30 min

Materiały i środki dydaktyczne: kilka komputerów, tabletów lub telefonów do wyszukania informacji

Formy pracy: ćwiczenie może zostać wykonane indywidualnie lub grupowo, zarówno w szkole, jak i poza nią

Dotyczy tekstu *Mądrzejsze algorytmy, głupsi ludzie*

Przedmiot: informatyka, EDB, WOS

1. Porozmawiaj z uczniami i uczennicami na temat tego, skąd czerpią zazwyczaj informacje na różne tematy. Najprawdopodobniej większość odpowie, że z Internetu. Spytaj wówczas, co wiedzą o sposobie działania wyszukiwarek internetowych, z jakich wyszukiwarek korzystają na co dzień.
2. Posiłkując się informacjami z artykułu Weroniki Rzeżutki-Wróblewskiej *Mądrzejsze algorytmy, głupsi ludzie*, opowiedz o tym, jak funkcjonują wyszukiwarki (algorytm sprawdza, co najczęściej wyszukujemy, i dopasowuje wyniki do naszych zainteresowań; czasem może nam pokazywać informacje, które są fake newsami – możesz przywołać przykład koszykarza NBA Kyrie'ego Irvinga lub innych znanych osób wyznających kontrowersyjne poglądy[1]). Wytłumacz, co to są fake newsy (są to nieprawdziwe lub częściowo fałszywe informacje, które są rozpowszechniane przez różne media – najczęściej społecznościowe; mają one wprowadzać odbiorców i odbiorczynie w błąd).

[1] R. Wolff, *Wyznawcy teorii o płaskiej Ziemi*, Polityka.pl, 9.05.2017, https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/ludzieistyle/1703776,1,wyznawcy-teorii-o-plaskiej-ziemi.read.

3. Zaproś uczniów i uczennice do sprawdzenia, co będzie się wyświetlać po wpisaniu w wyszukiwarkę tego samego hasła na urządzeniach, z których korzystają różne osoby. Ustalcie, jakie hasło będziecie sprawdzać – może to być np. „zmiana klimatu", „równouprawnienie" lub jakieś stereotypowe stwierdzenie, np. „rude jest wredne", „blondynki są głupie" albo inne, które przyjdzie wam do głowy. Warto wyszukać kilka różnych haseł z rozmaitych dziedzin, jeśli macie taką możliwość. Korzystać można z różnych wyszukiwarek. Warto także sprawdzić, co podsunie wam YouTube lub inna platforma społecznościowa. Dobrze jest porównać wyniki wyszukiwania także z przeglądarkami, które nie śledzą swoich użytkowników – np. DuckDuckGo, Quant. Możecie to sprawdzić w różnych salach w szkole, na tabletach czy telefonach. Jeśli ćwiczenie jest wykonywane podczas zajęć zdalnych, każdy z twoich podopiecznych może to zweryfikować na własnym sprzęcie.

4. Porównajcie otrzymane wyniki. Być może będą one podobne, jednak niewykluczone, że będą się różnić. Zastanówcie się, z czego to wynika, o czym świadczy, jak twoi uczniowie i uczennice czują się w roli „towaru" itp.

   Możesz pokazać uczniom i uczennicom infografikę związaną z tym tematem ze strony organizacji Panoptykon[2].

5. Przekaż uczniom i uczennicom informację, że warto uczyć się krytycznego myślenia (np. z Centrum Edukacji Obywatelskiej) oraz korzystać z portali, które zajmują się tropieniem fałszywych informacji, jeśli ma się wątpliwości, czy jakaś wiadomość jest prawdziwa. Jeśli chcecie szybko zweryfikować, czy coś jest fake newsem, warto skorzystać z narzędzia przygotowanego przez Centrum Edukacji Obywatelskiej: Media Literacy Smartphone[3].

[2] *Mikrosekunda w sieci*, Fundacja Panoptykon, https://panoptykon.org/sites/default/files/leadimage-artykuly-w-skrocie/mikrosekunda_infografika_interlaced.png. Więcej materiałów znajdziesz w Bibliotece na stronie organizacji Panoptykon: https://panoptykon.org/biblio/publikacje.

[3] *Edukacja medialna*, Centrum Edukacji Obywatelskiej, https://kultura.ceo.org.pl/tematy/edukacja-medialna.

JAK SOBIE RADZIĆ Z PORÓWNYWANIEM SIĘ Z INNYMI?

12.

Marta Drabińska

Cel ćwiczenia: Uczeń lub uczennica

- rozpoznaje i nazywa myśli i emocje, które towarzyszą jej/jemu, gdy się porównuje z innymi w mediach społecznościowych;
- szuka sposobu na krytyczną refleksję;
- rozwija umiejętność reagowania z dystansem na porównania.

Czas realizacji: 15 min

Materiały i środki dydaktyczne: dostęp do swoich mediów społecznościowych

Formy pracy: praca indywidualna, ćwiczenie do wykonania w szkole lub poza szkołą

Dotyczy tekstu *Co media społecznościowe mówią nam o nas i o świecie?*

Przedmiot: język polski, WOS, WF, godzina wychowawcza

Ćwiczenie wpisuje się także w realizację programu wychowawczo-profilaktycznego szkoły i klasy.

1. AUTOREFLEKSJA

Zaproś uczniów i uczennice do indywidualnej autorefleksji i zanotowania odpowiedzi na poszczególne pytania. Te odpowiedzi są dla nich. Potem będą pracować w grupach – będą mogli wtedy podzielić się z innymi tym, czym chcą.

Poproś, aby każda osoba w klasie włączyła medium społecznościowe, z którego najczęściej korzysta. **Zachęć, aby uczniowie i uczennice znaleźli po trzy wpisy**, przy których porównują się z ich autorami lub autorkami.

Czego te porównania dotyczą? (zaznacz lub dopisz) Np. wygląd, sposób spędzania wakacji, ubrania, osiągnięcia, status związku, inne…

Jakie emocje się wtedy w tobie pojawiają? Np. smutek, rozczarowanie, złość, zniechęcenie, bezsilność, radość, duma, zadowolenie, inne...

Jakie myśli? Np. „Nic mi nie wychodzi”, „Jestem lepszy”, „Jestem do niczego”, „Co za głupek”, „To niesprawiedliwe!”.

2. PRACA W GRUPACH

Poproś uczniów i uczennice, aby w grupach trzy-, czteroosobowych porozmawiali o tym, co odkryli. Zapytaj: Czego waszym zdaniem najczęściej dotyczą porównania wśród ludzi w waszym wieku? Jak myślicie, czy wśród dorosłych te tematy są podobne? Inne?

3. POSZUKIWANIE ROZWIĄZAŃ

Powiedz, że gdy porównujemy się z innymi, czasem wpadamy w pułapkę wstydu, z której dostrzegamy już tylko to, że mamy mniej, gorzej, nie potrafimy. Czasami pytania mogą nam pomóc rozszerzyć swoją perspektywę – np. zobaczyć, że mamy też inne zasoby, być może dla nas ważniejsze. Zaproś uczniów i uczennice, by w grupie spośród poniższych pytań wybrali jedno, które może pomóc nabrać dystansu do porównań. Niech poszukają możliwych odpowiedzi na nie w odniesieniu do wybranego wspólnie tematu/postu. Efekty pracy zaprezentują później na forum klasy.

- Idealne życie bez porażek, smutku i trudu nie istnieje – gdzie może być obecny smutek, trud w życiu tej osoby?
- Jakie wsparcie z zewnątrz mogła uzyskać ta osoba? Kto mógł jej pomóc osiągnąć to, co ma?
- Z jakimi trudnościami może się wiązać sytuacja danej osoby? Np. gdy ktoś jest na wakacjach – może jechał tam 28 godzin samochodem? Może dokuczają mu komary?
- Porównywanie się do siebie z przeszłości. Co udało mi się zmienić w moim życiu? Czego udało mi się nauczyć, co osiągnąłem/osiągnęłam?

ZADANIE DLA UCZNIÓW I UCZENNIC PO ZAJĘCIACH:

Przez tydzień codziennie świadomie znajduj trzy posty, przy których porównujesz się z innymi, i poszukuj odpowiedzi na powyższe pytania (bądź te z nich, które są dla ciebie najciekawsze). Co zauważasz? Każdy z nas porównuje się czasami z innymi. Porównania mogą nas motywować, mogą być źródłem wiedzy o nas samych. Ważne, żebyśmy znajdowali swoje sposoby, by nabierać do nich dystansu.

UKRYTE CELE KAMPANII

13.

Marta Drabińska

Cel ćwiczenia: Uczeń lub uczennica

- rozpoznaje cele jawne i ukryte kampanii marketingowych i społecznych;
- analizuje związek pomiędzy zapisami w regulaminie a podejmowanymi przez firmę działaniami.

Czas realizacji: 25 min

Materiały i środki dydaktyczne: karty pracy

Formy pracy: praca w grupie, w szkole

Dotyczy tekstu *Cienka granica promocji*

Przedmiot: język polski, godzina wychowawcza, podstawy przedsiębiorczości

PRZEBIEG ĆWICZENIA:

1. Nauczyciel wciela się w rolę dyrektora marketingu firmy X sprzedającej obuwie. Gratuluje swoim pracownikom (klasie) udanej akcji w mediach społecznościowych, która polegała na zachęceniu użytkowniczek do wrzucenia do sieci zdjęcia w szpilkach z hasztagiem #dzienszpilek. Firma miała przelać za każdą fotkę 2 zł na rzecz fundacji wspierającej dzieci chore na raka. Udało się osiągnąć 595 000 postów i darmowe zasięgi, zwiększyć rozpoznawalność marki, ocieplić jej wizerunek. Brawa! Teraz pracownicy i pracownice mają ocenić, za które posty zgodnie z regulaminem należy przelać 2 zł.
2. Uczniowie i uczennice dostają regulamin i posty do oceny. Pracują w grupach dwu-, czteroosobowych. Zapisują, za który post firma ma przelać 2 zł (sprawdzają uważnie, dbając o budżet firmy).
3. Grupy prezentują wyniki na forum, porównują je, w razie rozbieżności – uzasadniają decyzje. Ustalają, ile środków przelewają.

4. Pożegnajcie się z rolą (np. pantomimiczne zdjęcie kostiumu, krzyknięcie swojego prawdziwego imienia), by zamknąć ten etap, pomóc uczniom i uczennicom pożegnać się z emocjami i myślami związanymi z danym doświadczeniem, przejść do metarefleksji z dystansu.
5. Omów ćwiczenie: Jakie były cele jawne i ukryte kampanii? Skąd się dowiedzieliście o tych jawnych? A o tych ukrytych? Po czym można rozpoznać, że dane działanie może mieć ukryte cele?

TO WYDARZYŁO SIĘ NAPRAWDĘ!

Luksusowy sklep w Warszawie Moliera 2 zorganizował podobną akcję w mediach społecznościowych. Poczytaj o kontrowersjach: https://bit.ly/DzienSzpilekKontrowersje.

KARTA PRACY NR 1: WYCIĄG Z REGULAMINU AKCJI

UCZESTNICY

- Uczestnikiem Akcji (dalej zwany **Uczestnikiem**) może być każda osoba fizyczna, która zaakceptowała Regulamin, posiada od co najmniej pół roku aktywne publiczne konto na portalu Instagram i/lub Facebook oraz posiada urządzenie umożliwiające wykonywanie zdjęć.

ZASADY AKCJI

- Celem Akcji jest wsparcie podopiecznych Fundacji pomagającej chorym dzieciom.
- Akcja odbywa się w dniu 25 września 2020 roku (dalej zwanym **Czasem trwania Akcji**).
- W ramach Akcji Uczestnicy celem wzięcia udziału w Akcji zobowiązani są w Czasie trwania Akcji do wykonania zadania (dalej zwanego **Zadaniem**) w postaci umieszczania na swoim koncie na portalu Instagram lub Facebook autorskiego **zdjęcia w formie postu** ukazującego szpilki (założone lub nie) wraz z hashtagiem **#DzienSzpilek**. W ramach Akcji za szpilki uważa się buty na obcasie o wysokości co najmniej 5 cm.
- W zamian za każde poprawnie i wykonane zgodnie z Regulaminem przez Uczestnika Zadanie Organizator przekaże na rzecz Fundacji pomagającej chorym dzieciom kwotę 2 zł.

KARTA PRACY NR 2: POSTY DO OCENY

Błędy w postach: użyto błędnego hashtaga, wrzucono je po czasie trwania akcji, na niewłaściwym portalu, nie przez osobę fizyczną (tylko prawną)

WOKÓŁ STEREOTYPÓW – JAK JE PRZEŁAMYWAĆ I W JAKIM CELU?

14.

Bernadetta Białek

Cel ćwiczenia: Uczeń lub uczennica

- pracuje z tekstami kultury;
- dowiaduje się, czym są stereotypy i poznaje ich przykłady;
- rozpoznaje stereotypy dotyczące kobiet i sposoby ich przełamywania.

Czas realizacji: do 30 min

Materiały i środki dydaktyczne: flipchart, karteczki samoprzylepne, markery

Formy pracy: praca w grupie, ćwiczenie do wykonania w szkole lub podczas lekcji online

Dotyczy tekstu *Zupa z królika i bukiety róż, czyli o stereotypach w kulturze*

Przedmiot: język polski, godzina wychowawcza

PRZEBIEG ĆWICZENIA:

1. Zapytaj uczniów i uczennice, czym jest stereotyp. Odpowiedzi zapisujcie w formie mapy mentalnej lub na karteczkach samoprzylepnych i przyklejajcie na flipcharcie.

Stereotyp [to] uproszczony obraz przedmiotów, sytuacji, sposobów postępowania, utrwalony wielokrotnym powtarzaniem, funkcjonujący w doświadczeniu człowieka.

Źródło: *Słownik psychologiczny*, red. W. Szewczuk, Warszawa 1985, s. 296.

2. Zadaj pytanie, jakie stereotypy w kulturze (m.in. w filmie) dotyczące przede wszystkim kwestii globalnych są znane młodzieży.

Np. stereotyp Afryki jako niezróżnicowanego kontynentu – Sienkiewiczowski obraz utrwalony w książce *W pustyni i w puszczy*, stereotyp kobiety matki poświęcającej się dla rodziny, niemającej własnych

potrzeb, stereotyp człowieka o białym kolorze skóry jako uprzywilejowanego pośród innych, role społeczne kobiety i mężczyzny itp.

3. Zapytaj, w jaki sposób jest przedstawiana kobieta w tekstach kultury i czemu ma to służyć.

   Np. królewna oczekująca na swojego wybawcę królewicza, Kopciuszek czekający na księcia, zła macocha, kobieta piękna, szczupła, zadbana, szczęśliwa.

4. Powiedz, które stereotypy przełamała L. M. Montgomery w powieści *Ania z Zielonego Wzgórza*. Najpierw odwołaj się do wiedzy młodzieży.

   M.in. silna stara panna Maryla, kreatywna sierota Ania, Maryla i Mateusz jako rodzeństwo (nie małżeństwo) adoptujące dziecko.

5. Zadaj pytanie, dlaczego serial *Ania, nie Anna* przełamuje stereotypy i jak poszerza problematykę o nowe wątki.

   Przełamywane stereotypy: feminizm, dziecko wykorzystane i maltretowane od małego, feministka Maryla.

   Nowe wątki: przemoc rówieśnicza w domu dziecka, hejt w szkole, efekt cieplarniany, asymilacja rdzennych Amerykanów i Amerykanek, czarnoskórzy.

6. Przywołaj słowa jednej z filmowych koleżanek Ani, która powiedziała: „Ania jest wrażliwa na świat". Co to znaczy: być wrażliwym na świat? W jaki sposób wrażliwość na świat łączy się z przełamywaniem stereotypów?

7. Przypomnij sobie filmy, które ostatnio oglądałeś/oglądałaś. Jakie stereotypy utrwalają? W jaki sposób można je przełamywać? Czy jako odbiorcy i odbiorczynie tekstów kultury łatwo ulegamy stereotypowemu myśleniu? Czy myślimy krytycznie? Dlaczego tak jest? Co każdy z nas może zrobić, by ograniczyć obecność stereotypów?

8. Na koniec zaproponuj ćwiczenie techniką zdań podsumowujących. Poproś, by na karteczkach samoprzylepnych uczniowie i uczennice dokończyli zdania:

   Dowiedziałem/dowiedziałam się, że…

   Zaczynam się zastanawiać…

   Zaskoczyło mnie, że...

BIBLIOGRAFIA

1. Aronson E., Wilson T. D., Akert R. M., *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Poznań 1997.
2. Bąk J., *Statystycznie rzecz biorąc, czyli ile trzeba zjeść czekolady, żeby dostać Nobla*, Warszawa 2020.
3. Berger W., *A More Beautiful Question: The Power of Inquiry to Spark Breakthrough Ideas*, Bloomsbury 2014.
4. Cekiera R., *Terroryści, tchórze i lenie – konstruowanie wizerunków uchodźców za pomocą memów internetowych*, „Kultura – Media – Teologia" 2017, nr 2, s. 69–85, https://kmt.uksw.edu.pl/media/pdf/kmt_2017_29_cekiera.pdf.
5. Cekiera R., *Uchodźcy w krainie memokracji*, „Znak" 2017, nr 743, s. 52–57.
6. Chmielowski B., *Nowe Ateny*, wybór i opracowanie tekstu M. i J. Lipscy, Kraków 1968, https://literat.ug.edu.pl/ateny/index.htm.
7. Diouf M. i in., *Jak mówić i pisać o Afryce?*, Fundacja „Afryka Inaczej", Warszawa 2011, https://afryka.org/batory/poradnik.pdf.
8. *Fałszywe życzenia królowej Elżbiety II – Channel 4 zwraca uwagę na deepfake*, „Marketing przy Kawie", 30.12.2020, https://marketingprzykawie.pl/espresso/falszywe-zyczenia-krolowej-elzbiety-ii-channel-4-zwraca-uwage-deepfake.
9. Fijołek M., *Czy słowo „Murzyn" jest obraźliwe? „Tu nie chodzi o cenzurę języka, lecz o empatię" – mówi prof. Kłosińska*, Rozrywka.blog, 12.06.2020, https://spidersweb.pl/rozrywka/2020/06/12/czy-slowo-murzyn-jest-obrazliwe-rasizm.
10. Franz H., Messerli M. D., *Chocolate Consumption, Cognitive Function, and Nobel Laureates*, „The New England Journal of Medicine" 2012, Vol. 367, No. 16, http://www.biostat.jhsph.edu/courses/bio621/misc/Chocolate%20consumption%20cognitive%20function%20and%20nobel%20 laurates%20(NEJM).pdf.
11. Hock R. R., *40 prac badawczych, które odmieniły oblicze psychologii*, Gdańsk 2003.
12. Jagielski S., *Maskarady męskości. Pragnienie homospołeczne w polskim kinie fabularnym*, Kraków 2013.
13. *Jak mówić i pisać o grupach mniejszościowych. Etyka języka i odpowiedzialna komunikacja*, FleishmannHillard, 2021, https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/poradnik-jak-mowic-i-pisac-o-grupach-narazonych-na-dyskryminacje.
14. *Jak mówić o większości świata. Rzetelna edukacja o krajach globalnego Południa*, PAH, Warszawa 2012, https://www.pah.org.pl/app/uploads/2017/06/2017_dlaszkol_jak_mowic_o_wiekszosci_swiata.pdf.
15. Javed A., *Buying data in Trinidad: How Cambridge Analytica did it*, „Daily Express", 24.03.2018, https://trinidadexpress.com/news/local/buying-data-in-trinidad-how-cambridge-analytica-did-it/article_804dcf8a-2fcd-11e8-86b4-67c1fd82070e.html.
16. *Język równościowy*, Amnesty International, https://amnesty.org.pl/wp-content/uploads/2016/04/J%C4%99zyk-rownosciowy.pdf.

17. Kohn E., *How Forests Think: Toward an Anthropology Beyond the Human*, Berkeley 2013.

18. Kotlarek M., *Używasz tylko 10% mózgu?*, Psycholog Pisze, 15.10.2015, https://psycholog-pisze.pl/uzywasz-tylko-10-mozgu.

19. Kuchta-Nykiel M., *Już ponad godzina dziennie w social media może negatywnie wpływać na samoocenę u kobiet*, SocialPress, 8.05.2018, https://socialpress.pl/2018/05/juz-ponad-godzina-dziennie-w-social-media-moze-negatywnie-wplywac-na-samoocene-u-kobiet.

20. *Kyrie Irving on flat-Earth comments: 'I'm sorry'*, NBA, 2.10.2018, https://www.nba.com/news/kyrie-irving-regrets-flat-earth-comments.

21. Ladner J., *Why media literacy is so important for children today*, Screen Savvy Kids, 13.01.2016, https://screensavvykids.com/2018/12/30/why-media-literacy-is-so-important-for-children-today.

22. Łaziński M., *Jeszcze o słowie* Murzyn *i o stereotypach. Po lekturze artykułu Margaret Ohii. Mechanizmy dyskryminacji rasowej w systemie języka polskiego*, „Przegląd Humanistyczny" 2014, nr 5, https://www.wuw.pl/data/include/cms/Przeglad_Humanistyczny_5446_2014.pdf.

23. Łukaszewski W., *Wielkie i te nieco mniejsze pytania psychologii*, Sopot 2015.

24. *Murzyn, murzyn*, Wielki słownik języka polskiego PAN, https://wsjp.pl.

25. *Nastolatki chcą być youtuberkami, instagramerkami i tiktokerkami*, Wirtualne Media, 9.03.2021, https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/nastolatki-marza-o-karierze-internetowych-influecenrek.

26. *Podręcznik do globalnej historii świata*, https://www.getupandgoals.eu/geo-history-textbook-pl.

27. *Poprawność polityczna*, Słownik języka polskiego PWN, https://sjp.pwn.pl.

28. *Psychologia. Podręcznik akademicki*, J. Strelau, D. Doliński, Gdańsk 2017.

29. Sakowski Ł., *Kim jest Andrew Wakefield i jak sfałszował badanie wiążące szczepienia z autyzmem*, To Tylko Teoria, 20.11.2018, https://www.totylkoteoria.pl/2018/11/andrew-wakefield-szczepienia-autyzm.html.

30. Springer F., *Miasto nie-ludzkie. Wykład.*, Muzeum POLIN, 11.03.2011, https://www.youtube.com/watch?v=XwNMdYrQAbE.

31. Schopenhauer A., *Erystyka – sztuka prowadzenia sporów*, Kraków 2012.

32. Spurious Correlations, http://www.tylervigen.com/spurious-correlations.

33. Stolarska W., *„Młodzi cyfrowi" – dzieci, które żyją z telefonem. Jak bardzo są uzależnione?*, Trojmiasto.pl, 25.11.2019, https://dziecko.trojmiasto.pl/Mlodzi-cyfrowi-dzieci-ktore-zyja-z-telefonem-Jak-bardzo-sa-uzaleznione-n139878.html.

34. Tabuchi H., *How Climate Change Deniers Rise to the Top in Google Searches*, „The New York Times", 29.12.2017, https://www.nytimes.com/2017/12/29/climate/google-search-climate-change.html.

35. Tokarczuk O., *Czuły narrator*, 2019, https://www.nobelprize.org/uploads/2019/12/tokarczuk-lecture-polish.pdf.

36. Wolff R., *Wyznawcy teorii o płaskiej Ziemi*, Polityka.pl, 9.05.2017, https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/ludzieistyle/1703776,1,wyznawcy-teorii-o-plaskiej-ziemi.read.

WYKORZYSTAJ SCENARIUSZE ZAJĘĆ POZWALAJĄCE WZMACNIAĆ KRYTYCZNE MYŚLENIE:

Krytyczna lektura *W pustyni i w puszczy* Henryka Sienkiewicza	język polski	https://bit.ly/WPustyniiwPuszczy
Różne oblicza kontynentu afrykańskiego	geografia	https://bit.ly/ObliczaAfryki
Korzenny świat, czyli historyczne wyprawy po przyprawy i ich globalne konsekwencje	geografia	https://bit.ly/KorzennySwiat
Wszyscy jesteśmy migrantami	geografia	https://bit.ly/WszyscyJestesmyMigrantami
Ile czasu pracują bez wynagrodzenia kobiety i mężczyźni w różnych częściach świata? Odczytywanie danych i elementy statystyki	matematyka	https://bit.ly/PracaMezczyzniKobiet
Wędrówki dalekie i bliskie. Odczytywanie, interpretowanie i prezentowanie danych statystycznych	matematyka	https://bit.ly/WedrowkiDalekie
Lalki dla dziewczynek, samochody dla chłopców? O rolach społecznych, stereotypach i ich konsekwencjach	etyka	https://bit.ly/LalkiSamochody

Czy Jezus był uchodźcą?	religia	https://globalna.ceo.org.pl/material/czy-jezus-byl-uchodzca/
Bizancjum – świadectwo przenikania się kultur	historia	https://bit.ly/BizancjumKultury
Dlaczego nie wiem, jak nazywa się premier Chin?	WOS	https://bit.ly/Premier-Chin
Co by się stało, gdybyśmy nadal...?	język angielski	https://bit.ly/CoBysieStalo
Fairtrade – o co chodzi?	język angielski	https://bit.ly/Faitrade
Krytyczna analiza przekazów medialnych pod względem płci	godzina wychowawcza, WOS	https://kultura.ceo.org.pl/material/krytyczna-analiza-przekazow-medialnych-pod-wzgledem-plci/

Materiały z programów edukacji medialnej Centrum Edukacji Obywatelskiej:
https://kultura.ceo.org.pl/tematy/edukacja-medialna.

DLA ZAINTERESOWANYCH POLECAMY:

- „Kodeks w sprawie obrazów i wiadomości dotyczących krajów Południa" opracowany przez Jadwigę Jarosz.
- *Jak mówić o większości świata, Rzetelna edukacja o krajach globalnego Południa*, Polska Akcja Humanitarna, 2012, https://www.pah.org.pl/app/uploads/2017/06/2017_dlaszkol_jak_mo-wic_o_wiekszosci_swiata.pdf.
- Łuczyńska A., *Jak radzić sobie z fake news?*, Fundacja Szkoła z Klasą, https://globalna.ceo.org.pl/material/jak-radzic-sobie-z-fake-news.
- Napiórkowski M., *Rasizm 2.0. Jak pobić czarnego i czuć się z tym świetnie?*, Mitologia Współczesna, 3.07.2020, http://mitologiawspolczesna.pl/tag/nowe-media.
- Napiórkowski M., *W BBC nie usłyszycie już „ekspertów" kwestionujących wpływ człowieka na zmianę klimatu*, Mitologia Współczesna, https://mitologiawspolczesna.pl/eksperci-telewizyjni-globalne-ocieplenie.
- Post-turysta.pl – serwis promujący zrównoważoną i odpowiedzialną turystykę oraz edukujący o niej, ma na celu skłonić turystów i turystki do myślenia krytycznego, dostrzegania różnych mechanizmów społecznych w tym, co robią, poszukiwania etycznych sposobów podróżowania.
- Scenariusze na temat kultury i mediów, które powstały w ramach obszaru Centrum Edukacji Obywatelskiej „Ucz otwartości": https://uczotwartosci.ceo.org.pl.
- *Lekcja Równości. Jak prowadzić działania antydyskryminacyjne w szkołach*, red. J. Świerszcz, Kampania przeciw Homofobii, Warszawa 2015, https://kph.org.pl/publikacje/lekcja-dzialania-www.pdf.

Znaczenie ikon:

AUTORKI I AUTORZY:

dr Michał Barcz – filozof, wykładowca akademicki od lat związany z Wydziałem Filozofii UW, dyrektor zarządzający w fabryce okuć budowlanych. Nakładem PWN-u wyszła jego książka pt. *Mechanika działań. Filozoficzny spór wokół przyczynowej teorii działania*.

Bernadetta Białek – nauczycielka dyplomowana języka polskiego oraz wiedzy o społeczeństwie, oligofrenopedagożka pracująca Szkole Podstawowej nr 25 w Zabrzu (wcześniej w Gimnazjum nr 25); od 2011 roku współpracuje z Centrum Edukacji Obywatelskiej, autorka i współautorka materiałów edukacyjnych m.in. w projektach: „W świat z klasą", „Rozmawiajmy o uchodźcach", „Poczytajmy"; mentorka w kursach e-learningowych. W pracy nauczycielskiej przyświeca jej zasada: „Uczymy się nie dla szkoły, lecz dla życia". Nominowana do Nagrody im. I. Sendlerowej „Za naprawianie świata".

Marta Drabińska – trenerka, koordynatorka, autorka materiałów edukacyjnych i scenariuszy zajęć dotyczących pracy metodą projektu, asertywności, współpracy, komunikacji. Wykorzystuje ponaddwudziestoletnie doświadczenie w prowadzeniu projektów społecznych, by pomagać innym się połączyć i stworzyć działanie, o jakim marzą. W Centrum Edukacji Obywatelskiej współtworzy program „Młodzi w Akcji +". Pasjonatka musicali, wychowania przez zabawę i gier planszowych.

Julia Godorowska – koordynatorka kursu „Globalna szkoła", ścieżki „Razem o migracjach". Wspiera nauczycieli i nauczycielki w prowadzeniu w szkole interesujących zajęć na temat migracji i uchodźstwa z poszanowaniem różnych punktów widzenia. W pracy najbardziej lubi opanowywać nowe umiejętności, po wyjściu z biura spacerować po warszawskich Starych Bielanach, a w czasie wakacji leniwie spędzać czas na biebrzańskich łąkach.

Sonia Gogulla – pracuje jako nauczycielka konsultantka w Regionalnym Ośrodku Metodyczno-Edukacyjnym Metis w Katowicach, dyplomowana nauczycielka historii z długoletnim stażem. Prowadzi liczne szkolenia dla nauczycieli z zakresu dydaktyki i metodyki nauczania. Propagatorka nauczania przez zabawę i wykorzystania gier w edukacji. Autorka scenariuszy lekcji z zakresu edukacji regionalnej, edukacji globalnej i ekologicznej. Z Centrum Edukacji Obywatelskiej związana od kilku lat jako mentorka w kursach internetowych. Ma wiele różnych zainteresowań, lubi aktywny wypoczynek na łonie natury, wycieczki do miejsc nieoczywistych. Pasjonatka grzybobrania, kibicuje polskiej siatkówce, lubi kryminały i muzykę rockową.

Marta Jackowska-Uwadizu – koordynatorka programów edukacji globalnej. Aktywnie przeciwdziała marnowaniu żywności z Foodsharingiem. Interesuje się teorią postkolonialną, nowymi narracjami o świecie, społeczeństwami koczowniczymi. Z wykształcenia afrykanistka, z zamiłowania afrykanistka.

Jadwiga Jarosz – nauczycielka języka polskiego w Państwowym Liceum Sztuk Plastycznych w Bielsku-Białej, edukatorka globalna, współtwórczyni Inicjatywy Obywatelskiej WITAJ, współpracowniczka Centrum Edukacji Obywatelskiej w programach „W świat z klasą", „Rozmawiajmy o uchodźcach. Kluby

Dobrej Rozmowy", autorka i współautorka scenariuszy lekcji języka polskiego, edukacji medialnej i religii, mentorka, tutorka. Autorka telewizyjnych lekcji języka polskiego KORKI.TV.

Marta Kałużyńska – z wykształcenia ochroniarka środowiska, od lat związana z warszawskim sektorem pozarządowym, w Centrum Edukacji Obywatelskiej aktualnie zaangażowana w projekt „1Planet4All – Razem dla klimatu!" mający na celu budowanie klimatycznie świadomych społeczności; wspiera nauczycieli i nauczycielki w mądrym uczeniu o współczesnym świecie oraz szkoły w prowadzeniu działań na rzecz globalnych wyzwań; autorka materiałów i narzędzi edukacyjnych, aktywna trenerka. W wolnych chwilach lubi tańczyć zumbę i podglądać, jak żyją ludzie w innych miejscach na świecie; niepoprawna optymistka.

Olga Khabibulina – koordynatorka projektu „I am European: Historie i fakty o migracjach na XXI wiek". Od wielu lat związana z krajowymi i międzynarodowymi organizacjami pozarządowymi, m.in. Centrum Współpracy z Krajami Europy Wschodniej i Kaukazu przy Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji, German Marshall Fund, Friedrich-Ebert-Stiftung oraz Forum Syd. Zrealizowała własny projekt badawczy dotyczący analizy kompetencji międzykulturowej wśród poszczególnych grup społeczności migranckich w Polsce, Grecji i Rumunii (European Cultural Foundation, 2018–2019).

dr Anna Kiedrzyńska-Tui – współzałożycielka i dyrektorka operacyjna Propsy PR, pierwszej agencji PR dla NGO i projektów społecznych, doktor kulturoznawstwa, ekspertka w zakresie promowania działań społecznych i kreowania wizerunku.

Sylwia Międzybrodzka – nauczycielka, trenerka, coach, mentorka, tutorka drugiego stopnia, certyfikowana edukatorka Pozytywnej Dyscypliny. Autorka licznych artykułów i materiałów dydaktycznych. Lubi uczyć młodzież, dorosłych, a najbardziej siebie. Uważa, że zawód nauczyciela to jedna z najwspanialszych profesji na świecie, bo daje możliwość zmiany świata. Z Centrum Edukacji Obywatelskiej stara się tworzyć lepszą wersję Ziemi już od kilku lat i wciąż ma ochotę na więcej.

Anna Mikulska – z wykształcenia antropolożka kultury. Pisze o migracjach, prawach człowieka, polityce globalnej i odpowiedzialnej turystyce. Jako reporterka pracowała m.in. w Białorusi, Hiszpanii, na Lampedusie i w irackim Kurdystanie. Współpracuje z krakowską „Gazetą Wyborczą", publikowała m.in. na łamach Krytyki Politycznej, OKO.Press, Onetu, „Pisma" i „Kontynentów". Jej historie możecie czytać na profilu https://www.facebook.com/historieoczlowieku.

dr Robert Pruszczyński – doktor nauk humanistycznych (UW), literaturoznawca, recenzent filmowy. Współredaktor książek *Lektury inności*, *Spojrzenie–spektakl–wstyd*, *Poza monogamią*. Autor tekstów dydaktycznych i naukowych.

Małgorzata Pysiak – Trenerka umiejętności społecznych, kształci się na psycholożkę. Prywatnie instruktorka harcerska, entuzjastka gier planszowych, podróży z plecakiem, ruchu *zero waste* i gospodarki o obiegu zamkniętym.

Weronika Rzeżutka-Wróblewska – specjalistka ds. komunikacji w Dziale Edukacji Globalnej i Ekologicznej Centrum Edukacji Obywatelskiej. Absolwentka dziennikarstwa i komunikacji społecznej oraz socjologii stosowanej i antropologii społecznej. Autorka publikacji prasowych. Ważne jest dla niej, jak mówimy o świecie. Współpracuje z Fundacją Centrum Badań i Edukacji im. Ryszarda Kapuścińskiego.

Grażyna Skirmuntt – biolog z pasją, nauczycielka z wieloletnią praktyką zawodową w gimnazjum i liceum ogólnokształcącym, obecnie konsultantka Regionalnego Ośrodka Metodyczno-Edukacyjnego Metis w Katowicach. Autorka podręczników, programów nauczania, scenariuszy lekcji i innych materiałów przydatnych nauczycielom w prowadzeniu zajęć. Chętnie dzieli się swoim doświadczeniem. Kocha zwierzęta, szanuje każdy przejaw życia, angażuje się w działania na rzecz edukacji globalnej. Jest przekonana, że szkoła nie musi być nudna, a nauka przez zabawę jest najefektywniejsza. Na potrzeby prowadzonych przez siebie szkoleń dla nauczycielek i nauczycieli projektuje edukacyjne pokoje zagadek oraz grywalizuje dłuższe formy szkoleniowe.

Natalia Skoczylas – działaczka feministyczna i edukatorka antyprzemocowa. Miłośniczka organizacji oddolnej otwarta na dialog z instytucjami. Certyfikowana specjalistka z zakresu przeciwdziałania przemocy w rodzinie (IPZ). Doświadczenie zdobywała, współpracując z organizacjami pozarządowymi, takimi jak Feminoteka czy SEXED.PL, jak również działając w kolektywach i grupach nieformalnych. Organizatorka demonstracji, aktorka w spektaklu *Gwałt. Głosy* w reżyserii Agnieszki Błońskiej, @nataszex na Instagramie. Studentka prawa na Uniwersytecie Warszawskim.

Michał Szczepanik – nauczyciel biologii i edukacji dla bezpieczeństwa uczący w szkołach podstawowych w Poczesnej i w Starczy. W latach 2000–2017 pracował w gimnazjach w Poczesnej i Starczy. Edukator w zakresie edukacji ekologicznej. Trener w programie „Szkoła ucząca się" Centrum Edukacji Obywatelskiej, kierownik i współautor kursów internetowych „OK zeszyt". Szkoli nauczycielki i nauczycieli z zakresu oceniania kształtującego. Autor i recenzent publikacji z zakresu edukacji globalnej, przyrodniczej, metodologii nauczania, np. *Rozprawki naukowe*, *W świat z klasą*. Współpracował z Ośrodkiem Rozwoju Edukacji, Polską Akcją Humanitarną, Amnesty International, Lasami Państwowymi.

NOTATKI

CENTRUM EDUKACJI OBYWATELSKIEJ

Fundacja Centrum
Edukacji Obywatelskiej

ul. Noakowskiego 10
00-666 Warszawa
tel. 22 825 05 50
www.ceo.org.pl

ISBN 978-83-66150-89-8