

# Krytyczna postawa wobec mediów

**opracowanie:**

Michał Szczepanik

**poziom nauczania:**

szkoła podstawowa  
i ponadpodstawowa

Przekaz medialny, który do nas dociera, nie zawsze odpowiada rzeczywistości. Wiele firm stara się wpływać na konsumentki i konsumentów. Codziennie słuchając radia, oglądając programy telewizyjne czy czytając informacje, możemy się spotkać z manipulacją. Niestety brakuje nam czasu, a także narzędzi, by takie działania dostrzec. Ludzie często są przekonani, że to, co publikowane w przestrzeni publicznej, jest prawdą, i dzielą się treściami bezkrytycznie, tym samym umożliwiając ich szybsze dotarcie do większej grupy odbiorców. Maksymy, że fake news rozchodzi się sześć razy szybciej niż prawda lub że tysiąc razy powtórzona plotka staje się prawdą, niestety oddają współczesne realia. Dzięki kilku prostym ćwiczeniom możemy nauczyć młodzież, jak odróżniać prawdę od manipulacji.

## **Cele:**

- poznanie metod weryfikacji danych

## **Kryteria sukcesu:**

- określenie, dlaczego ludzie są celowo wprowadzani w błąd
- wymienienie przykładowych manipulacji firm i mediów
- analiza metod służących do weryfikowania informacji

## **metody:**

pogadanka, burza pomysłów

## **formy pracy:**

praca indywidualna i w grupach

## **środki dydaktyczne potrzebne do przeprowadzenia zajęć:**

załącznik nr 1, kartki papieru, przybory do pisania

## Powody manipulacji

Hanna Hamer w podręczniku do psychologii społecznej definiuje manipulację jako „celowe procedury i mechanizmy umożliwiające sterowanie myślami, emocjami i zachowaniami innych ludzi, którzy nie zdają sobie w pełni lub częściowo sprawy z tego faktu”. Manipulacja z reguły ma niekorzystny wpływ społeczny.

### Ćwiczenie - powody manipulacji

Dobierz losowo uczennice i uczniów w pary. Poproś, aby w ciągu 3 minut wspólnie określili, jakie mogą być powody manipulacji. Następnie połącz ze sobą po dwie pary, aby uczestniczki i uczestnicy zajęć wspólnie przedstawili wyniki swojej pracy, wskazując na podobieństwa i różnice w wypowiedziach (na tę rozmowę przeznacz 2 minuty). Z czwórek utwórz zespoły ośmioosobowe, których zadanie będzie identyczne jak poprzednie. Poproś jedną osobę z nowo powstałej grupy do zaprezentowania wniosków, do których młodzież doszła. Następnie zbierz nowe rzeczy od pozostałych grup.

### Przykładowe przyczyny manipulacji:

- motywacja finansowa
- parodia i satyra
- osiągnięcie osobistych korzyści
- prowokacja i clickbait (tytuł lub hasło, które kusi, wzbudza zaciekawienie czytelnika. Jest to zjawisko charakterystyczne dla nagłówków internetowych, szczególnie na portalach plotkarskich, w newsletterach czy tytułach filmów na YouTube).

### Reguły wywierania wpływu według Roberta Cialdiniego

- reguła wzajemności zakłada odwzajemnienie się za przysługę, np. degustacja jogurtu w sklepie skłania do jego zakupu
- reguła zaangażowania i konsekwencji zakłada, że nie wycofamy się z podjętych decyzji, np. jeśli kupimy pierwszy album muzyczny cyklu za 9,99 zł, kupimy też kolejne w wyższej cenie
- społeczny dowód słuszności zakłada, że inne osoby wiedzą lepiej, np. 99% klientek wybiera balsam X
- reguła lubienia i sympatii zakłada, że bardziej ufamy osobie, która jest znana lub ma cechy podobne do naszych, np. aktor reklamujący bank
- reguła autorytetu zakłada, że podążamy za sugestiami autorytetów lub osób, które się na nie kreują, np. lekarz reklamujący pastę do zębów
- reguła niedostępności zakłada, że łatwiej nas nakłonić do zakupu jakiegoś produktu, kiedy mamy do niego ograniczony dostęp, np. promocja obowiązuje tylko do północy.

## Analiza reklam

Zadaniem reklamy jest skłonienie nas do zainteresowania się danym produktem. Reklama nie musi powodować, że od razu zakupimy produkt, czasem ma ona wykreować u konsumenta pozytywny wizerunek firmy.

—→ **Przykład 1** – „Tylko środkowopolskie makarony zaspokoją głód twojej żony”. Ten przykład to parafraza jednej z reklam, które nadal można spotkać w przestrzeni publicznej. Hasło sugeruje, że kobieta, spożywając te makarony, staje się szczęśliwa, co z kolei wpływa pozytywnie na jej męża, który przez to również jest szczęśliwy. W rzeczywistości reklama podtrzymuje stereotyp, że kobieta ma zajmować się domem, przez co jej mąż będzie zadowolony.

—→ **Przykład 2** – „Dlaczego Polki najczęściej wybierają krem X?”. To dosyć częsta manipulacja, gdzie za pytaniem kryje się presupozycja (osobiste przekonanie nadawcy) wymuszająca przyjęcie stanowiska zgodnego ze stanowiskiem autorów reklamy.

### Ćwiczenie – analiza reklam

Połącz uczennice i uczniów w trójki. Rozdaj grupom po trzy przykłady opisów reklam. Zadaniem każdej grupy jest analiza wszystkich reklam i określenie, czy mogą one być manipulacją (jeśli tak, to jakie dowody o tym świadczą). Czas pracy to 10 minut. Po zakończonej pracy wylosuj jedną grupę i poproś o przedstawienie wniosków dotyczących pierwszej reklamy. Osoby z pozostałych grup uzupełniają wypowiedź. Na koniec odnieś się do wypowiedzi, które wybrzmiały. Następnie wyznacz losowo osobę z innej grupy do omówienia reklamy drugiej i powtórz ten sam proces z trzecią reklamą.

#### Reklama 1

Znana autorka programów kulinarnych reklamuje proszek do prania, wypowiada hasło: „Badania wykazują, że usuwa sto procent plam”, w tle widzimy kobiety, które pracują w kuchni – mają białe fartuchy ubrudzone czerwonym płynem.

#### Reklama 2

Claudia Schiffer, światowej sławy modelka, reklamuje krem do twarzy, zachwalając go słowami: „Dzięki niemu będziesz taka jak ja”.

#### Reklama 3

Kobieta w okularach siedzi za biurkiem, odrywa się od pracy przy komputerze, by odebrać telefon, i prowadzi rozmowę z mężczyzną, który chce zamówić ubezpieczenie samochodu. Kobieta wyjaśnia mu, dlaczego powinien wybrać ich firmę, a na koniec dodaje: „Wszyscy mężczyźni, którzy ze mną rozmawiali, wybrali firmę X”.

## **Analiza treści medialnych**

W mediach pojawia się sporo informacji, co do których możemy mieć podejrzenie, że nie są prawdziwe. Nie zawsze ich autorowi przyświeca intencja wprowadzenia w błąd, czasem wynika to z braku wiedzy lub danych. W grudniu 2022 roku na posiedzeniu Sejmu posłanka Monika Rosa stwierdziła: „Co 40 sekund jakaś kobieta w Polsce doznaje przemocy, co 7 minut akt przemocy jest zgłaszany”. Te dane pochodzą z 2013 roku z badań prof. Beaty Gruszczyńskiej, więc trudno zakładać, że sytuacja jest nadal aktualna.

### **Ćwiczenie – analiza informacji internetowych**

W maju 2022 roku na Facebooku opublikowano post z cytatem przypisywanym aktorowi Richardowi Gere'owi: „Nikt z nas nie wyjdzie stąd żywy, więc przestańcie się traktować tak, jak narzucają to inni. Zjedz pyszne jedzenie, spaceruj w słońcu, wskocz do oceanu. Powiedz prawdę, którą nosisz w swoim sercu jak ukryty skarb. Bądź głupi. Bądź miły. Bądź dziwny. Nie ma czasu na nic innego”.

Wyświetl na ekranie post (załącznik nr 1), a następnie zapytaj uczennice i uczniów, czy uważają, że ten post jest prawdziwy czy fałszywy. Jakimi metodami można zweryfikować tę informację?


Jeśli uczennice i uczniowie będą mieć problem z analizą informacji, możesz zaproponować, żeby wykorzystali narzędzie: smartfon medialny. Służy ono analizie informacji poprzez zadanie pięciu pytań. Metoda opisana jest na stronie Centrum Edukacji Obywatelskiej: *Smartfon medialny*, <https://kultura.ceo.org.pl/materialy/smartfon-medialny>. Warto skorzystać z grafiki ilustrującej metodę.

Zaznacz, że przygotowując się do realizacji projektów, jak i podczas kolejnych działań projektowych młodzież powinna zwracać uwagę na to, jakie treści czyta i jakie informacje przekazuje dalej. Wasze cele i działania projektowe poddajcie krytycznej analizie.

#### **Analizując informacje:**

- zwróćcie uwagę na kontekst
- przyjrzyjcie się cytowanym źródłom i ekspertom
- sprawdźcie, czy tekst sam sobie nie zaprzecza
- poszukajcie informacji w kilku niezależnych źródłach
- porównajcie cytowane dane z tymi dostępnymi publicznie w oficjalnych źródłach
- korzystajcie z zaawansowanych opcji wyszukiwarek internetowych
- używajcie wyszukiwarek tekstów naukowych

## Załącznik nr 1 - Post z Facebook'a



19 maja o 08:46 · 🌐

Mama mojego przyjaciela przez całe życie zdrowo się odżywiła. Nigdy nie spożywała alkoholu ani żadnego „złego” jedzenia, codziennie ćwiczyła, była bardzo aktywna, przyjmowała wszystkie suplementy sugerowane przez swojego lekarza, nigdy nie wychodziła na słońce bez ochrony przeciwsłonecznej, a kiedy to robiła, była na nim jak najkrócej – chroniła swoje zdrowie, jak tylko mogła. Ma teraz 76 lat i raka skóry, raka szpiku kostnego i skrajną osteoporozę.



Ojciec mojego przyjaciela zjada boczek na bekonie, masło na maśle, tłuszcz na tłuszczu, nigdy nie ćwiczył, palił się na słońcu każdego lata, po prostu żył pełnią życia, a nie jak sugerują inni. Ma 81 lat, a lekarze twierdzą, że nic mu nie dolega i jest w świetnym stanie.

Jak powiedziała mama mojego przyjaciela: Gdybym wiedziała, że moje życie skończy się w ten sposób, żyłabym jego pełnią, ciesząc się wszystkim, co mi jest dane.

Nikt z nas nie wyjdzie się stąd żywy, więc przestańcie się traktować tak, jak narzucają to inni. Zjedz pyszne jedzenie, spaceruj w słońcu, wskocz do oceanu. Powiedz prawdę, którą nosisz w swoim sercu jak ukryty skarb. Bądź głupi. Bądź miły. Bądź dziwny. Nie ma czasu na nic innego.

~ Richard Gere

Jednym słowem żyj tak jak potrafisz najlepiej ,kochaj życie ,kochaj siebie ,idź przez życie tak by każdy zapamiętał cię jako kogoś kto doceniał to co dał mu los ,  
zdrowie ,radość życia ,dobroć ,życzliwość. bo jak mówi przysłowie  
Mniej życzliwość w swej naturze .bo życzliwi żyją dłużej .. dobrego dnia -wykorzystajcie go jak najlepiej 😊

  399

92 komentarze 53 udostępnienia

Więcej materiałów na stronie internetowej programu: [www.globalna.ceo.org.pl](http://www.globalna.ceo.org.pl)

Materiał powstał w 2022 roku w ramach program projektu „Szkola otwartosci. Wspieranie równosci płci”. Utwór powstał w ramach projektu „Szkola otwartosci. Wspieranie równosci płci”. Projekt finansowany przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię z Funduszy EOG w ramach Programu Aktywni Obywatele – Fundusz Regionalny.

**Wydawca:**

Fundacja Centrum Edukacji Obywatelskiej  
ul. Noakowskiego 10, 00-666 Warszawa  
[www.ceo.org.pl](http://www.ceo.org.pl)

Warszawa 2022

**Autor:** Michał Szczepanik

**Redakcja:** Justyna Zamojda

**Korekta:** Justyna Yiğitler

**Projekt i skład graficzny:** Ewa Brejnakowska-Jończyk

Materiał „Krytyczna postawa wobec mediów” jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowe. Pewne prawa – zastrzeżone na rzecz Centrum Edukacji Obywatelskiej.

Zezwala się na dowolne wykorzystanie utworu, pod warunkiem zachowania ww. informacji, w tym informacji o stosowanej licencji, o posiadaczach praw. Więcej o wolnych licencjach: <http://creativecommons.pl>.

Utwór powstał w ramach projektu „Szkola otwartosci. Wspieranie równosci płci”.

Projekt finansowany przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię z Funduszy EOG w ramach Programu Aktywni Obywatele – Fundusz Regionalny.