Świadomi w mediosferze

Scenariusze zajęć z edukacji medialnej



Świadomi w mediosferze

Scenariusze zajęć z edukacji medialnej

opracowali

Waldemar Bartocha

Piotr Drzewiecki

Rafał Leśniczak

Jarosław A. Sobkowiak

WARSZAWA 2027

Spis treści

Wprowadzenie 5

Logosfera kontra szum informacyjny 9

W niewoli obrazu? 15

Sztuka ciszy w świecie hałasu 19

Anatomia manipulacji 23

Czwarta władza czy służba człowiekowi? 29

Etyka na ekranie 35

Medialne „antywychowanie” 43

Pułapki stereotypów 49

Tożsamość w sieci 53

Infoasceza, czyli sztuka wyboru 57

Makiawelizm medialny 63

Media a rodzina: bliskość czy izolacja? 69

Patologie przekazu 73

Opinia publiczna: czy myślimy samodzielnie? 79

Ewangelizacja w erze cyfrowej 85

Odpowiedzialność za kliknięcie 89

Biogramy autorów 93

Wprowadzenie

Współczesny rozwój mediów, obecnie społecznościowych i sztucznej inteligencji, to ogromne wyzwanie edukacyjne. Poprzez doskonalenie kompetencji medialnych – umiejętności korzystania z mediów – jesteśmy w stanie częściowo zniwelować negatywne skutki ich oddziaływania na społeczeństwo i kulturę. Ale same kompetencje to często zbyt mało, by zainspirować i zmotywować, zwłaszcza młode osoby, do bardziej odpowiedzialnego użytkowania nowych technologii medialnych. Potrzeba pewnego odniesienia do wartości, do podstaw humanizmu, zasad współżycia społecznego, tradycji kulturowych.

Zbiór scenariuszy zajęć z edukacji medialnej *Świadomi w mediosferze* został zainspirowany pedagogiką mediów biskupa Adama Lepy (1939–2022). Ten polski medioznawca i pedagog mediów szczególnie podkreślał znaczenie kształtowania postaw względem mediów: świadomej, krytycznej i selektywnej[1]. Podkreślał znaczenie logosfery – środowiska słowa, myśli i sensu – w kształtowaniu nowych użytkowników mediów[2]. Dla niego to również droga do odkrywania wiary religijnej. Tak pojęta edukacja medialna staje się bardziej wychowaniem do mediów niż kursem obsługi mediów czy instruktażem praktycznym. Daje działaniom edukacyjnym głęboką perspektywę odkrywania tego, co skrywa serce i umysł człowieka.

Projekt opracowania scenariuszy zajęć powstał w ramach grantu NPRH/DN/SP/0189/2023/12 pt. *Bp Adam Lepa (1939–2022) – prekursor religijnej edukacji medialnej w Polsce*, realizowanego przez zespół badawczy z Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w latach 2024–2027[3]. W ramach projektu udało się zdigitalizować naukowe archiwum bp. Adama Lepy[4] oraz przygotować monografię zbiorową ze studiami poświęconymi jego twórczości pedagogicznej i medioznawczej[5]. Powstał również – przeznaczony dla szerszego grona czytelników – *Słownik edukacji medialnej według biskupa Adama Lepy*, zawierający kilkadziesiąt haseł odnoszących się do głównych kwestii naukowych przez niego podejmowanych[6].

Poszczególne scenariusze opracowano w odniesieniu do wspomnianego *Słownika*. Przede wszystkim jednak poszukiwano korelacji z podstawami programowymi

1 A. Lepa, *Media a postawy*, Łódź 2001; tenże, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2000, s. 151–180.

2 Tenże, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2006; tenże, *Logosfera. O środowisku słowa*, Łódź 2017.

3 Bp Adam Lepa (1939–2022) – prekursor religijnej edukacji medialnej w Polsce: Profil i raport projektu, Baza Wiedzy UKSW, https://tinyurl.com/BpAdamLepa (dostęp: 20 maja 2026 roku).

4 W. Bartocha, P. Drzewiecki, R. Leśniczak, J. A. Sobkowiak, D. Żukowska-Gardzińska, *Religijna edukacja medialna w dorobku naukowym biskupa Adama Lepy – raport z digitalizacji archiwum*, Warszawa 2025, https://ksiegarnia.uksw.edu.pl/ksiegarnia/1480--e-book-religijna-edukacja-medialna-w-dorobku-naukowym-biskupa-adama-lepy-raport-z-digitalizacji-archiwum.html (dostęp: 20 maja 2026 roku).

5 R. Leśniczak, J. A. Sobkowiak, W. Bartocha, *Biskup Adam Lepa – prekursor religijnej edukacji medialnej w Polsce*, Warszawa 2025, https://ksiegarnia.uksw.edu.pl/ksiegarnia/1479--e-book-biskup-adam-lepa-prekursor-religijnej-edukacji-medialnej-w-polsce.html (dostęp: 20 maja 2026 roku).

6 P. Drzewiecki, A. Kiciński, R. Leśniczak (red.), *Słownik edukacji medialnej według biskupa Adama Lepy*, Warszawa 2026.



dla liceum i technikum, wskazującymi na szeroko pojętą edukację medialną. W preambule „podstaw" czytamy przecież: każdy nauczyciel powinien dołożyć starań w tym zakresie[7]. Wskazano również na możliwe odniesienia do nowych podstaw programowych nauczania religii[8]. Każdy scenariusz rozpoczyna się zatem sekcją *Założenia ogólne*, gdzie wskazano na wspomniane odniesienia, jak również cel ogólny oraz cele szczegółowe. W każdym scenariuszu podano również postawy, które mają być kształtowane, wymieniono metody, techniki oraz środki dydaktyczne. Warto nadmienić, że interesującą inspiracją w ułożeniu zbioru scenariuszy był jeden z poradników metodycznych pt. *Szukam dojrzałej wiary*[9]. Opracowując scenariusze,

7 Rozporządzenie Ministra Edukacji z dnia 28 czerwca 2024 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie podstawy programowej kształcenia ogólnego dla liceum ogólnokształcącego, technikum oraz branżowej szkoły II stopnia (Dz. U. 2024, poz. 1019), załącznik nr 1.

8 Konferencja Episkopatu Polski, *Podstawa programowa nauczania religii rzymskokatolickiej w Polsce. Dokument przyjęty podczas 402. Zebrania Plenarnego Konferencji Episkopatu Polski 15 października 2025 roku*, Kielce 2025, s. 53-62.

9 R. Mazur (red.), *Szukam dojrzałej wiary. Poradnik metodyczny. Druga klasa liceum i technikum*, Poznań 2021.

starano się skorzystać z szerokich możliwości dydaktycznych, zwłaszcza z metod aktywizujących, coraz częściej stosowanych na lekcjach szkolnych i zajęciach akademickich. Choć bowiem zestaw jest przeznaczony dla licealistów oraz uczniów techników, to w znacznej mierze może on być także pomocny w prowadzeniu zajęć z mediów na kierunkach dziennikarstwo i komunikacja społeczna, na pierwszym, licencjackim stopniu studiów.

Przygotowano łącznie 16 scenariuszy, które układają się w spójne bloki tematyczne dotykające najważniejszych wymiarów współczesnej mediosfery. Pierwsza grupa tematów koncentruje się na relacyjnym i etycznym wymiarze cyfrowej codzienności. W scenariuszu *Sztuka ciszy w świecie hałasu* przybliża się pojęcie galenosfery jako niezbędnego lekarstwa na medialne przebodźcowanie, ucząc młodzież zarządzania własną uwagą. Z kolei lekcja *Media a rodzina: bliskość czy izolacja?* poddaje refleksji wpływ technologii na domowe więzi, stawiając pytanie o jakość współczesnej wspólnoty. Temat *Ewangelizacja w erze cyfrowej* ukazuje cyberprzestrzeń jako szansę na promowanie wartości chrześcijańskich i niesienie dobra, natomiast *Odpowiedzialność za kliknięcie* kształtuje w uczniach świadomość, że każdy z nas poprzez codzienne wybory online współtworzy ogólny ład medialny.

Kolejny obszar rozważań to krytyczna analiza języka oraz kultury wizualnej. Scenariusz *Logosfera kontra szum informacyjny* uczy odpowiedzialności za słowo oraz rzetelnej komunikacji w kontrze do dezinformacji. W lekcji *W niewoli obrazu?* analizowane są mechanizmy współczesnej ikonosfery i jej przemożny wpływ na to, jak postrzegamy rzeczywistość. Temat *Medialne „antywychowanie"* dostarcza z kolei narzędzi do identyfikowania treści jawnie destrukcyjnych dla osobowości młodego człowieka, a propozycja *Info-asceza, czyli sztuka wyboru* ukazuje chrześcijańską cnotę umiarkowania i potrzebę selekcji bodźców jako jedyną drogę do wewnętrznej wolności. W zbiorze silnie obecne jest również spojrzenie na media przez pryzmat relacji społecznych oraz kształtowania tożsamości. W scenariuszu *Czwarta władza czy służba człowiekowi?* przybliża się rolę mediów w państwie demokratycznym, stawiając pytania o ich społeczną odpowiedzialność. Lekcja *Pułapki stereotypów* demaskuje mechanizmy uproszczeń obecne w komunikatach i języku, ucząc tolerancji oraz otwartości. W ramach tematu *Tożsamość w sieci* uczniowie badają, jak wirtualny wizerunek wpływa na poczucie własnej wartości i godność człowieka, a scenariusz *Opinia publiczna: czy myślimy samodzielnie?* demaskuje zewnętrzne mechanizmy formatowania poglądów i zachęca do niezależności myślenia.

Ostatni blok tekstów kładzie mocny nacisk na etykę normatywną i demaskowanie konkretnych zagrożeń. Lekcja *Anatomia manipulacji* uczy rozpoznawania technik wywierania wpływu, formując umiejętność odróżniania dobra od zła w przekazie medialnym. W scenariuszu *Etyka na ekranie* podejmuje się temat moralnej odpowiedzialności oraz powołania w zawodzie dziennikarza. Propozycja *Makiawelizm medialny* obnaża bezwzględną grę nadawców o uwagę odbiorcy, w której cel zbyt często uświęca środki. Całość zamyka scenariusz *Patologie*



przekazu, będący praktyczną nauką reagowania na zło w sieci – od hejtu po zjawisko tzw. zabójstwa medialnego – ukierunkowany na kształtowanie głębokiego szacunku do drugiego człowieka. Mamy nadzieję, że zaproponowany zestaw dydaktyczny będzie dla Państwa przydatny w pracy szkolnej i akademickiej. Obok badań nad dorobkiem biskupa Adama Lepy chcieliśmy przede wszystkim – zgodnie z jego przesłaniem – zachować praktyczny charakter wychowania do mediów, uczyć postaw, kształtować wartości, otwierać na świat mediów.

Waldemar Bartocha
Piotr Drzewiecki
Rafał Leśniczak
Jarosław A. Sobkowiak

Piotr Drzewiecki

Logosfera kontra szum informacyjny
– o wartości słowa i prawdy w świecie pełnym bodźców



Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej
Zajęcia realizują wymagania podstawy programowej z języka polskiego w zakresie kształcenia językowego i odbioru tekstów kultury. Uczeń rozpoznaje w tekstach manipulację, dezinformację oraz stereotypy językowe, a także identyfikuje funkcje wypowiedzi, w tym funkcję perswazyjną. W efekcie rozwija umiejętność krytycznej analizy przekazów oraz świadomego i odpowiedzialnego posługiwania się językiem, dokonując oceny wiarygodności i intencji nadawcy. Scenariusz wspiera realizację celów nauczania religii w zakresie poszukiwania prawdy oraz ukazywania wartości słowa i rzetelnej komunikacji w budowaniu relacji międzyludzkich.

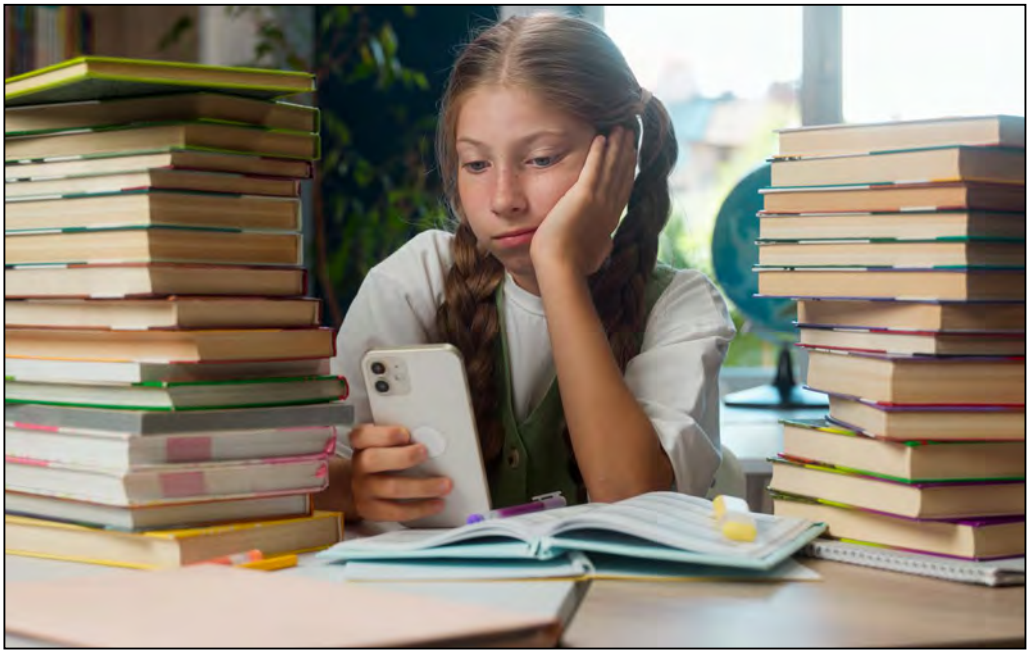
Cel ogólny: kształtowanie postawy odpowiedzialności za słowo oraz umiejętności odróżniania prawdy od informacyjnego szumu.

Cele szczegółowe. Uczeń:
- wyjaśnia różnicę między *logosferą* (przestrzenią sensu) a szumem medialnym,
- identyfikuje w przekazach medialnych przejawy manipulacji, dezinformacji i przebodźcowania,
- tłumaczy, dlaczego prawda jest fundamentem budowania autentycznych relacji międzyludzkich i zaufania,
- wskazuje cechy rzetelnego komunikatu (wiarygodność, obiektywizm, szacunek do odbiorcy),
- analizuje własny sposób komunikowania się w sieci w kontekście dbałości o kulturę języka i prawdę.

Postawy: uczeń dba o higienę informacyjną oraz kieruje się etyką słowa w codziennej komunikacji.

Metody i techniki: krytyczna analiza przekazów (*fact-checking*): praca z tekstem źródłowym, w której uczniowie weryfikują autentyczność podanych informacji medialnych przy użyciu profesjonalnych narzędzi sprawdzających, ucząc się demaskować fake newsy i manipulacje. Dyskusja moderowana metodą „akwarium": wybrana grupa uczniów debatuje na środku klasy nad wartością prawdy w komunikacji, podczas gdy reszta (w roli obserwatorów) analizuje jakość ich argumentacji, kulturę języka oraz poziom emocji w wypowiedziach.

Środki dydaktyczne: zestaw skontrastowanych tekstów medialnych (rzetelne źródła informacyjne zestawione z *clickbaitem* i dezinformacją)[1], smartfony z dostępem do internetu jako cyfrowe narzędzia weryfikacji faktów, karta pracy z tabelą „logosfera vs. szum informacyjny" oraz arkusz instrukcji z kryteriami oceny debaty dla obserwatorów dyskusji „akwarium".



Przebieg zajęć

1. Wprowadzenie i dekonstrukcja komunikatu (10 minut)

Nauczyciel rozpoczyna lekcję od głośnego odczytania lub wyświetlenia na ekranie dwóch skrajnie różnych komunikatów dotyczących tego samego wydarzenia (np. suchej, zweryfikowanej depeszy agencji prasowej oraz krzykliwego, pełnego emocjonalnych przymiotników nagłówka z portalu plotkarskiego lub niesprawdzonego wpisu z mediów społecznościowych). Wprowadza pojęcia *logosfery* (przestrzeni sensu, logiki, odpowiedzialności za słowo) oraz szumu informacyjnego (chaotycznego natłoku bodźców, w którym prawda ginie w pogoni za klikalnością). Uczniowie otrzymują karty pracy z tabelą „logosfera vs. szum informacyjny". Wspólnie z nauczycielem definiują główne różnice i wpisują je do tabeli: po jednej stronie stawiają ciszę, refleksję, rzetelność i szacunek do odbiorcy, po drugiej – krzyk, manipulację, *clickbait* i dezinformację. Nauczyciel podkreśla, że w świecie przebodźcowania to my sami musimy stać się filtrem dla docierających komunikatów.

1 Warto skorzystać z pomocy portali fact-checkingowych, np. Demagog, https://demagog.org.pl/ (dostęp: 24 maja 2026 roku).

2. Warsztat *fact-checkingu* (12 minut)
Uczniowie pracują w parach, korzystając ze smartfonów. Każda para otrzymuje od nauczyciela wydruk lub link do konkretnego, spreparowanego lub autentycznego, ale wątpliwego tekstu medialnego (mieszanka *fake newsów*, zmanipulowanych cytatów i *clickbaitów*). Zadaniem uczniów jest przeprowadzenie profesjonalnego śledztwa dziennikarskiego (*fact-checkingu*) przy użyciu cyfrowych narzędzi weryfikacji faktów.

- Identyfikacja nadawcy. Uczniowie sprawdzają źródło: kto jest autorem tekstu, czy portal posiada stopkę redakcyjną i czy nie jest to witryna satyryczna lub podszywająca się pod znane media.
- Analiza języka i emocjonalności. Para odnajduje w tekście słowa-klucze, które mają wywołać skrajne emocje (strach, gniew, sensację) oraz ocenia obecność chwytliwych nagłówków typu *clickbait*.
- Weryfikacja krzyżowa. Uczniowie szukają tej samej informacji w co najmniej dwóch innych, niezależnych i powszechnie uznanych za rzetelne źródłach informacyjnych (agencje prasowe, oficjalne komunikaty naukowe).
- Demaskowanie intencji. Na podstawie zebranych dowodów uczniowie formułują ostateczny wniosek: czy tekst niesie ze sobą prawdę (logosfera), czy jest jedynie obliczonym na zysk szumem informacyjnym i manipulacją.

Krótkie omówienie wyników na forum – reprezentanci par wskazują, jakie mechanizmy dezinformacji odkryli w swoich tekstach.

3. Dyskusja metodą „akwarium" (15 minut)
Nauczyciel aranżuje przestrzeń klasy do debaty. Na środku ustawia krzesła dla 4–5 uczniów (akwarium), którzy będą prowadzić dyskusję na żywo. Pozostała część klasy siada w kręgu wokół nich jako obserwatorzy i otrzymuje arkusze instrukcji z kryteriami oceny. Grupa wewnątrz „akwarium" debatuje nad problemem: „Czy w dzisiejszym świecie prawda i kultura języka są jeszcze opłacalne, czy też bezkrwawe manipulowanie słowem stało się koniecznością w budowaniu zasięgów i relacji?". Uczniowie wewnątrz kręgu muszą dbać o kulturę wypowiedzi i wagę argumentów. W razie wyczerpania pomysłów, osoba z zewnątrz może „wskoczyć" do akwarium, dotykając ramienia dyskutanta i zajmując jego miejsce. Zadaniem obserwatorów na zewnątrz jest uważne słuchanie i analiza przebiegu debaty pod kątem konkretnych kryteriów zawartych w arkuszu. Po zakończeniu debaty obserwatorzy przez trzy minuty dzielą się swoimi spostrzeżeniami, oceniając nie to, kto miał rację, ale w jaki sposób posługiwano się słowem.

4. Podsumowanie i etyczne przesłanie (8 minut)
Zadanie refleksyjne: uczniowie na odwrocie karty pracy piszą krótką, osobistą deklarację – „Mój osobisty filtr szumu". Zapisują w niej trzy konkretne, codzienne

zasady dbania o higienę i kulturę własnego słowa w sieci (np. „Nie podaję dalej informacji bez weryfikacji źródła", „W komentarzach krytykuję poglądy, a nie ludzi", „Ograniczam czytanie portali plotkarskich na rzecz jednego rzetelnego artykułu"). Nauczyciel spina lekcję klamrą, przypominając, że prawda nie jest tylko suchą informacją, ale fundamentem zaufania i autentycznych relacji z drugim człowiekiem. Bez dbania o logosferę skazujemy się na samotność w głośnym tłumie. Każdy uczeń kończy zajęcia rundą jednego zdania: „Słowo ma dla mnie wartość wtedy, gdy...".



Materiały edukacyjne

1. Karta pracy „logosfera vs. szum informacyjny"

Imię i nazwisko: .....

Zadanie 1. Charakterystyka przestrzeni medialnej. Uzupełnij tabelę wpisując najważniejsze cechy obu zjawisk, które omówiliśmy na początku lekcji.

Kryterium	LOGOSFERA (Przestrzeń sensu)	SZUM INFORMACYJNY (Hałas medialny)
Cel nadawcy	Rzetelne informowanie, szukanie prawdy	Klikalność, zysk z reklam, sensacja
Język i styl		
Emocje odbiorcy		
Przykłady (skąd znamy)		

Zadanie 2. Notatki z weryfikacji informacji (*fact-checking*). Wpisz główne wnioski z analizy tekstu. Jakie błędy lub próby manipulacji udało się Wam wykryć?

.....

.....

.....

.....

Zadanie 3. Podsumowanie (etyczne przesłanie). Zapisz trzy proste zasady, którymi będziesz się kierować w sieci, aby dbać o kulturę słowa i nie szerzyć kłamstwa:

….....

….....

….....



2. Arkusz obserwatora debaty metodą „akwarium”

Imię i nazwisko obserwatora: .....

Twoje zadanie: Obserwuj uważnie kolegów i koleżanki rozmawiających na środku klasy. Nie oceniasz, kto ma rację, ale w jaki sposób ze sobą rozmawiają. Wypełnij tabelę w trakcie słuchania dyskusji.

Co oceniasz?	Twoje krótkie notatki i przykłady z dyskusji	Ocena (1-5)
Etyka słowa Czy uczniowie szanowali się nawzajem i dawali sobie dojść do głosu?		
Merytoryka (Logos) Czy podawali sensowne argumenty i fakty, a nie tylko krzyczeli?		
Szum w dyskusji Czy pojawiły się kłótnie, przekrzykiwanie lub złośliwe docinki?		

Krótkie wnioski po debacie:

1. Jaki argument użyty w dyskusji najbardziej zapamiętałeś/aś i dlaczego?

.....

.....

.....

2. Czy Twoim zdaniem w debacie wygrał sens (logosfera) czy hałas i emocje (szum)?

.....

.....

.....

Piotr Drzewiecki

W niewoli obrazu?
– jak cywilizacja obrazu i ikonosfera wpływają na nasze postrzeganie rzeczywistości



Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej
Zajęcia realizują wymagania podstawy programowej z języka polskiego w zakresie odbioru tekstów kultury. Uczeń analizuje przekazy wizualne oraz ich wpływ na sposób postrzegania rzeczywistości. Rozpoznaje środki wyrazu charakterystyczne dla obrazu i interpretuje ich znaczenie. W efekcie rozwija umiejętność krytycznego odbioru komunikatów wizualnych oraz świadomego ich interpretowania. Scenariusz wspiera także realizację celów wychowawczych w obszarze estetyki oraz ochrony przed iluzją i idealizacją świata kreowaną przez media społecznościowe.

Cel ogólny: kształcenie umiejętności krytycznej analizy i dekonstrukcji przekazów wizualnych oraz uświadomienie uczniom mechanizmów, za pomocą których obraz kształtuje nasze emocje i poglądy.

Cele szczegółowe. Uczeń:
- wyjaśnia pojęcia cywilizacji obrazu oraz ikonosfery (przestrzeń nasycona obrazami),
- identyfikuje środki wyrazu w przekazie wizualnym (kadr, światło, perspektywa, filtry) i określa ich funkcję manipulacyjną lub perswazyjną,
- analizuje różnicę między rzeczywistością a jej medialnym, wybiórczym obrazem,
- wskazuje emocjonalne i psychologiczne konsekwencje bezkrytycznego ulegania kultowi idealnego wizerunku (np. w social mediach),
- tworzy świadomy komunikat wizualny, który nie zniekształca prawdy o świecie.

Postawy: uczeń wykazuje dystans wobec idealizowanych obrazów w mediach, dba o realizm w ocenie siebie i innych oraz rozwija wrażliwość na estetyczną wartość sztuki w opozycji do masowego kiczu.

Metody i techniki: krytyczna analiza wizualna: uczniowie otrzymują jedno zdjęcie reporterskie lub reklamowe i za pomocą ramek wycinają z niego małe fragmenty, analizując, jak zmiana kadru diametralnie zmienia kontekst i sens sytuacji. Metoda sześciu kapeluszy myślowych: analiza konkretnego zjawiska wizualnego (np. trendu na idealne zdjęcia z wakacji na Instagramie) z różnych perspektyw (emocje, fakty, zagrożenia, korzyści, krytyka, synteza).

Środki dydaktyczne: zestaw skontrastowanych fotografii (surowe vs. mocno wyretuszowane/wygenerowane przez AI), tekturowe ramki do kadrowania, smartfony (do analizy filtrów fotograficznych i algorytmów wideo), kolorowe kartki do zadania metodą sześciu kapeluszy myślowych (biała, czerwona, czarna, żółta, zielona, niebieska).

Przebieg zajęć

1. Wprowadzenie i dekonstrukcja kadru (10 minut)

Nauczyciel rozpoczyna lekcję od wyświetlenia na ekranie jednego, wymownego zdjęcia (np. reporterskiego z miejsca konfliktu lub luksusowej reklamy). Wprowadza pojęcia cywilizacji obrazu oraz ikonosfery, tłumacząc, że żyjemy w świecie, w którym obraz przestał być tylko ilustracją, a stał się głównym narzędziem kreowania prawdy. Uczniowie otrzymują te same zdjęcia w formie wydruków oraz tekturowe ramki. Zadaniem uczniów jest przesuwanie ramki po zdjęciu i wycinanie małych fragmentów (kadrów). Nauczyciel pokazuje, jak przez zmianę perspektywy (kadrowanie) można całkowicie zmienić wymowę sytuacji – np. wycinając z szerokiego planu pełnego ludzi tylko jedną, smutną twarz, tworzymy obraz samotności, mimo że rzeczywistość była inna. Wniosek: kadr to zawsze wybór autora, a nie obiektywna prawda.

2. Warsztat manipulacji i autentyczności (12 minut)

Uczniowie w parach korzystają ze smartfonów. Wybierają dowolne zdjęcie (własne lub z sieci) i testują na nim różne filtry oraz narzędzia retuszu (AI, korekta cieni, nasycenie). Analizują, jakie emocje wywołuje to samo ujęcie w wersji surowej, a jakie po „upiększeniu". Nauczyciel prezentuje zestawienie fotografii: surowe vs. wygenerowane przez AI/wyretuszowane. Klasa zastanawia się, gdzie kończy się estetyka, a zaczyna manipulacja. Uczniowie wypisują na tablicy psychologiczne konsekwencje ulegania kultowi idealnego wizerunku: spadek samooceny, zazdrość, poczucie nieadekwatności w zderzeniu z „filtrowaną" rzeczywistością social mediów.



3. Metoda sześciu kapeluszy myślowych (15 minut)
Nauczyciel wprowadza konkretne zjawisko – np. zjawisko kreowania idealnego świata w mediach społecznościowych. Klasa zostaje podzielona na grupy, z których każda zakłada wirtualny „kapelusz" o innym kolorze, analizując problem z różnych perspektyw:

- Biały kapelusz (fakty): uczniowie skupiają się na czystych danych i obserwacjach. Co dokładnie widzimy na tych profilach? (np. starannie dobrane kadry, drogie marki, idealne oświetlenie, brak codziennych problemów, chorób czy bałaganu).
- Czerwony kapelusz (emocje): grupa analizuje uczucia towarzyszące odbiorcom. Co czuje młody człowiek, przeglądając takie treści? (np. zachwyt i inspirację, ale też frustrację, zazdrość, poczucie gorszości, samotność i spadek samooceny).
- Czarny kapelusz (zagrożenia i krytyka): uczniowie szukają ciemnych stron tego zjawiska. Jakie są konsekwencje bezkrytycznego ulegania tej iluzji? (np. nierealistyczne oczekiwania wobec życia i własnego ciała, depresja, uzależnienie od polubień, zatarcie granicy między prawdą a kreacją).
- Żółty kapelusz (korzyści i optymizm): grupa szuka pozytywnych aspektów. Czy ten trend ma jakieś dobre strony? (np. motywacja do dbania o siebie czy rozwijania pasji, wysoka wartość estetyczna zdjęć, promowanie ciekawych miejsc czy zdrowego stylu życia).
- Zielony kapelusz (kreatywność): uczniowie szukają alternatywnych rozwiązań i form oporu. Jak można odwrócić ten trend? (np. ruchy typu body positivity, pokazywanie kulis powstawania zdjęć, promowanie autentyczności, dni bez filtrów).
- Niebieski kapelusz (synteza i kontrola): liderzy grup lub wyznaczeni uczniowie czuwają nad przebiegiem dyskusji i na koniec zbierają wszystkie wnioski, tworząc całościowe podsumowanie tego, jak cyfrowa iluzja kształtuje nasze postrzeganie rzeczywistości.

4. Tworzenie świadomego komunikatu i podsumowanie (8 minut)
Zadanie praktyczne: uczniowie mają za zadanie zaplanować (w formie opisu, szkicu lub szybkiego pomysłu) jeden post do mediów społecznościowych, który byłby „obrazem bez niewoli" – komunikatem wizualnym, który zachowuje wartość estetyczną, ale nie zniekształca prawdy o świecie (np. pokazanie procesu ciężkiej pracy lub nauki zamiast tylko końcowego sukcesu).

Nauczyciel krótko podsumowuje zajęcia, przypominając, że bycie świadomym odbiorcą to umiejętność dystansowania się wobec tego, co widzimy, oraz sprawnego „widzenia poza kadrem". Każdy uczeń kończy zajęcia jednym zdaniem: „W niewoli obrazu nie jest ten, kto go ogląda, ale ten, kto...".

Materiały edukacyjne

1. Przykładowe zdjęcie reporterskie[1]



2. Przykładowe zdjęcie reklamowe[2]



1 Ggia, *Syrians and Iraq refugees arrive at Skala Sykamias Lesvos Greece 2*, 30 października 2015, https://commons.wikimedia.org/wiki/File:20151030_Syrians_and_Iraq_refugees_arrive_at_Skala_Sykamias_Lesvos_Greece_2.jpg (dostęp: 23 maja 2026 roku), CC BY-SA 4.0.

2 Praveenapraviii, *Advertising photograph*, 6 grudnia 2023, https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Advertising_photography.jpg (dostęp: 23 maja 2026 roku), CC0 1.0.

Waldemar Bartocha

Sztuka ciszy w świecie hałasu
– galenosfera jako lekarstwo na medialne przebodźcowanie



Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej
Zajęcia realizują wymagania podstawy programowej z etyki w zakresie refleksyjnego i odpowiedzialnego funkcjonowania w świecie informacji. Uczeń uczy się selekcjonowania treści oraz dostrzega znaczenie umiaru w korzystaniu z mediów. W efekcie rozwija umiejętność krytycznego myślenia i świadomego zarządzania własną uwagą. Zajęcia realizują założenia podstawy programowej religii dotyczące rozwoju życia duchowego, potrzeby wyciszenia oraz poszukiwania sacrum w codzienności.

Cel ogólny: Uczeń kształtuje umiejętność krytycznego myślenia i rozumie wartość ciszy w życiu duchowym i społecznym.

Cele szczegółowe. Uczeń:
- wyjaśnia pojęcia infosfery i galenosfery i odnosi je do własnego życia,
- analizuje przyczyny „medialnego przebodźcowania" (akustycznego i informacyjnego) w dzisiejszym świecie,
- rozpoznaje sytuacje własnego przebodźcowania i potrafi nazwać jego źródła,
- ocenia, jak cisza sprzyja modlitwie, refleksji i budowaniu relacji,
- proponuje własne metody wyciszenia.

Postawy: uczeń rozwija krytyczne myślenie wobec korzystania z mediów, odpowiedzialność za dobrostan psychiczny oraz ciszę jako wartość jednostki i wspólnoty.

Metody i techniki: prezentacja, metaplan, minidyskusja, analiza tekstu.

Środki dydaktyczne: prezentacja multimedialna, kartka, flamastry, karta pracy, tekst źródłowy, tablica multimedialna.



Przebieg zajęć

1. Wprowadzenie (5 minut).
2. Nauczyciel rozpoczyna zajęcia od krótkiego wprowadzenia w temat. Na ekranie wyświetlana jest prezentacja multimedialna dotycząca infosfery i galenosfery.
3. Metaplan (15 minut).

4. Uczniowie zostają podzieleni na cztery grupy. Każda grupa otrzymuje kartkę i flamaster. Nauczyciel przedstawia zagadnienie do omówienia: przyczyny „medialnego przebodźcowania" (akustycznego i informacyjnego) w dzisiejszym świecie? Zadaniem każdej z grup jest odpowiedź na jedno z pytań: Jak jest? Jak być powinno? Dlaczego nie jest tak, jak być powinno? Co należy robić? Formularz z pytaniami jest umieszczony w widocznym miejscu. Uczestnicy dyskutują nad poszczególnymi pytaniami. Po zakończonej dyskusji w grupach, przedstawiciele prezentują odpowiedzi, a następnie przyklejają swoje odpowiedzi w wyznaczonych miejscach tabeli. Następnie nauczyciel dokonuje podsumowania pracy w grupach.
5. Minidyskusja: jak w dzisiejszym świecie „medialnego przebodźcowania" można budować swoją galenosferę? (15 minut).
6. Nauczyciel na tablicy multimedialnej wyświetla fragmenty artykułu dotyczące ciszy i milczenia w liturgii, wskazując tę przestrzeń jako miejsce sprzyjające modlitwie, refleksji i budowaniu relacji z Bogiem, bliźnim i sobą samym. Na tej podstawie uczniowie przedstawiają swoje stanowiska dotyczące budowania galenosfery w swoim życiu codziennym, uwzględniając jego duchowy wymiar.
7. Karta pracy (5 minut).
8. Uczniowie wykonują kartę pracy związaną z tematem lekcji.
9. Podsumowanie (1 minuta).
10. Nauczyciel podsumowuje zajęcia, wskazując, że w dzisiejszym świecie człowiek jest w stanie „medialnego przebodźcowania" i potrzebne jest budowanie stref ciszy. Wskazuje jeszcze raz na ważną rolę milczenia w czynnym i owocnym uczestnictwie w liturgii.



Materiał edukacyjny

„Otóż mówiąc o milczeniu jako przestrzeni, chcemy wyrazić, że cisza tworzy obszar w liturgii, w którym zachodzą zjawiska duchowe, takie jak działanie Bożego Ducha, aktywne uczestnictwo wiernych czy dialog człowieka z Bogiem".

„Wobec tajemnicy Boga człowiek staje w ciszy. Jest niezdolny, by cokolwiek powiedzieć w obliczu Bożego majestatu, więc trwa w milczącym zachwycie pięknem Bożej miłości i potęgi. Taka cisza nie jest zatem tylko brakiem słów czy dźwięków, ale jest pełnią przeżycia spotkania z sacrum. Nie jest pustką przebywania ze samym sobą, ale przestrzenią szczególnego spotkania z Bogiem i jako taka staje się elementem kultu wobec Boga, zwłaszcza kultu chrześcijańskiego".

„Milczenie jest tym, co niejako wiąże postawę człowieka z jego czynami. Można zatem powiedzieć, że nie stanowi ono pustej przestrzeni, lecz pełnię świadomej obecności. Tak rozumiana cisza nie izoluje jednostki od sprawowanej liturgii, lecz pozwala jej świadomie jednoczyć się z Bogiem, działającym w sprawowanych obrzędach. Umożliwia ona poznanie swojej głębszej tożsamości, która jest owocem obecności, czyli osobowej relacji z Bogiem"[1].

1 L. Bodetić, *Cisza w liturgii jako przestrzeń spotkania człowieka z Bogiem*, „Dissertationes paulinorum" 34 (1) 2025, s. 68–82.



„Należy również zachować w odpowiednim czasie pełne czci milczenie. Jego natura zależy od czasu, w jakim jest przewidziane w poszczególnych obrzędach. W akcie pokuty i po wezwaniu do modlitwy wierni skupiają się w sobie; po czytaniu lub homilii krótko rozważają to, co usłyszeli; po Komunii Świętej zaś wychwalają Boga w sercu i modlą się do Niego.

Godne pochwały jest zachowanie milczenia w kościele, w zakrystii i w przylegających do niej pomieszczeniach już przed rozpoczęciem celebracji, aby wszyscy pobożnie i godnie przygotowali się do sprawowania świętych czynności”[2].

„Wśród obrzędowych gestów, które należą do całego zgromadzenia, milczenie zajmuje miejsce bezwzględnie ważne. Kilka razy jest to wyraźnie przepisane w rubrykach: cała celebracja eucharystyczna jest zanurzona w ciszy, która poprzedza jej początek i wyznacza każdą chwilę jej rytualnego rozwoju. Rzeczywiście, jest ona obecna w akcie pokutnym; po wezwaniu do modlitwy; w liturgii słowa (przed czytaniami, między czytaniami i po homilii); w Modlitwie eucharystycznej; po komunii. Nie jest to schronienie, w którym można się ukryć dla intymnej izolacji, niemalże znosząc obrzęd, jakby był rozproszeniem. Takie milczenia zaprzeczałoby samej istocie celebracji. Milczenie liturgiczne to coś znacznie więcej: jest ono symbolem obecności i działania Ducha Świętego, który ożywia całą akcję celebracji. To dlatego stanowi ono kulminację następstwa obrzędów. To właśnie dlatego, że jest ono symbolem Ducha, ma moc wyrażania Jego wielopostaciowego działania. Przywołując powyższe momenty, cisza skłania do skruchy i pragnienia nawrócenia; pobudza do słuchania słowa i modlitwy; usposabia do adoracji Ciała i Krwi Chrystusa; sugeruje każdemu, w intymności komunii, co Duch Święty chce uczynić w naszym życiu, aby upodobnić nas do łamanego Chleba. Dlatego jesteśmy wezwani do wykonywania z niezwykłą troską symbolicznego gestu milczenia: w nim Duch nadaje nam kształt”[3].

2 *Ogólne Wprowadzenie do Mszału rzymskiego*, Poznań 2006, nr 45, s. 25–26.

3 Por. Franciszek, List apostolski *Desiderio desideravi*, Poznań 2022, nr 52, s. 38–39.

Karta pracy

1. Wyjaśnij pojęcia infosfery i galenosfery.

.....

.....

.....

2. Wypisz cztery sytuacje z własnego życia, w których dostrzegasz przebodźcowanie medialne.

.....

.....

.....

3. Zaznacz, które elementy Twojego dnia generują najwięcej hałasu informacyjnego:

☐ social media

☐ powiadomienia w telefonie

☐ muzyka / podcasty

☐ szkoła / dom

☐ inne: .....

4. Zaprojektuj swoją osobistą galenosferę – przestrzeń ciszy. Narysuj lub opisz.

Jarosław A. Sobkowiak

Anatomia manipulacji
– jak rozpoznawać techniki wywierania wpływu w przekazach medialnych



Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej
Zajęcia realizują wymagania podstawy programowej z języka polskiego oraz wiedzy o społeczeństwie w zakresie analizy przekazów medialnych. Uczeń rozpoznaje techniki manipulacji i dezinformacji oraz analizuje ich wpływ na odbiorcę. W efekcie rozwija umiejętność krytycznej oceny komunikatów i świadomego ich odbioru. Tematyka zajęć wpisuje się w program religii poprzez kształtowanie sumienia ucznia oraz naukę krytycznego odróżniania dobra od zła w obliczu współczesnych technik wywierania wpływu.

Cel ogólny: kształtowanie zdolności rozpoznawania ukrytych form wywierania wpływu w mediach oraz rozwijanie postawy świadomego, krytycznego i selektywnego odbioru przekazów, opartej na szacunku dla prawdy, wolności i podmiotowości człowieka.

Cele szczegółowe. Uczeń:
- wyjaśnia na czym polega manipulacja w mediach i potrafi zauważyć różnice pomiędzy perswazją a rzetelnym informowaniem,
- rozpoznaje w konkretnych przekazach wybrane techniki opisywane w dorobku bp. Adama Lepy: fragmentację i selekcję informacji, przemilczenia, stereotyp, sugestię oraz oddziaływanie obrazem i emocją,
- analizuje relację, jaka zachodzi pomiędzy jawną treścią komunikatu a ukrytym celem nadawcy oraz wskazuje, w jaki sposób autonomia odbiorcy jest ograniczana przez stosowanie manipulacji,
- weryfikuje przekaz przez umiejętność porównywania źródeł, potrafi wskazać nadawcę, określić kontekst i wskazać brakujące czy przemilczane informacje,
- formułuje własne zasady chroniące przed uleganiem manipulacji, łączy krytyczny odbiór mediów z osobistą odpowiedzialnością za przyjmowanie i udostępnianie treści.

Postawy: uczeń przyjmuje postawę aktywnego, krytycznego i selektywnego odbiorcy mediów, szanuje prawdę i wolność drugiej osoby, umie powstrzymać swoje reakcje na przekazy wymuszające natychmiastowe decyzje.

- **Metody i techniki:** na poziomie komunikatu – analiza warstw przekazu, praca w grupach metodą stacji zadaniowych, analiza przypadku, porównywanie źródeł, minidebata, karta „STOP" manipulacji.

- **Środki dydaktyczne:** zestaw krótkich komunikatów medialnych przygotowanych przez nauczyciela – mogą to być nagłówki, posty, reklamy. Dodatkowo można przygotować karty technik manipulacyjnych, kartę pracy „Anatomia komunikatu", tablica/projektor, papier A3, markery.

Przebieg zajęć

1. Impuls/reakcja: Czy ktoś właśnie próbuje zdecydować za mnie? – 5 minut
Nauczyciel wyświetla dwa krótkie komunikaty dotyczące tej samej sytuacji. Pierwszy ma charakter informacyjny: podaje fakt, źródło i kontekst. Drugi zawiera silnie emocjonalny nagłówek, wybrane dane, sugestywne zdjęcie i wezwanie do natychmiastowej reakcji, np. „Udostępnij, zanim usuną!". Uczniowie zapisują, który komunikat silniej skłania do działania i dlaczego.
Prowadzący nie pyta jeszcze, który przekaz jest „prawdziwy", lecz co dzieje się z odbiorcą: czy ma czas na namysł, czy zna pełny kontekst, czy rozumie intencję nadawcy i czy decyzja pozostaje rzeczywiście jego decyzją. Następnie wprowadza roboczą definicję inspirowaną ujęciem bp. Adama Lepy: **manipulacja jest celowym i skrytym działaniem, które narzuca jednostce lub grupie zniekształcony albo fałszywy obraz rzeczywistości**. Jej problem etyczny polega nie tylko na błędzie informacyjnym, ale także na naruszeniu podmiotowości – odbiorca ma wykonać zamierzony przez kogoś ruch, nie znając mechanizmu wpływu.



2. Miniwykład – anatomia manipulacji według Adama Lepy – 5 minut
Nauczyciel rysuje schemat: nadawca ➞ukryty cel ➞dobór środków ➞ przekaz ➞ reakcja odbiorcy. Kluczowe pytania: czy nadawca ukrywa istotny cel, czy zniekształca obraz rzeczywistości, czy ogranicza możliwość świadomej oceny, czy traktuje osobę jako środek do osiągnięcia swojego celu, czy jako cel przekazu?
Prowadzący przedstawia krótko techniki, o jakich mówi bp Lepa. Fragmentacja – to pokazanie wybranych części rzeczywistości; przemilczenie – to usunięcie z pola widzenia niewygodnych informacji; natychmiastowość – to ograniczenie czasu potrzebnego na refleksję; stereotyp – podsunięcie gotowego schematu oceny; sugestia – prowadzi odbiorcę do szybkiego wniosku bez szukania uzasadnienia. Należy uczulić uczniów, że szczególną rolę w procesie manipulacji odgrywają: obraz, forma montażu, muzyka, a więc wszystko to, co wzmacnia przekaz i przyciąga uwagę odbiorcy.
3. Stacje zadaniowe – rozpoznaj mechanizm – 10 minut
Klasa dzieli się na cztery grupy. Każda rozpoczyna pracę przy innej stacji i po czterech minutach przechodzi do kolejnej. Zadanie nie polega na nazwaniu zastosowanego „chwytu", ale na wskazaniu konkretnego fragmentu przekazu, który zawiera jedną z form manipulacji.
STACJA A – Przemilczenia
Uczniowie otrzymują krótki opis wydarzenia i dwa nagłówki. Każdy eksponuje inne fakty, a część danych pomija. Grupa zaznacza, co pokazano, a czego zabrakło. Chodzi o to, by zrozumieć, jaki obraz powstaje po usunięciu brakujących informacji i komu służy taki przekaz.
STACJA B – Natychmiastowość i presja emocjonalna
Komunikat powinien zawierać takie zwroty jak: „tylko dziś", „wszyscy już wiedzą", „udostępnij natychmiast". Uczniowie mają doświadczyć, w jaki sposób presja czasu i silne emocje zmniejszają przestrzeń na refleksję. Następnie budują jeden komunikat w taki sposób, że pomijają emocjonalne zwroty i dają sobie czas.
STACJA C – Stereotyp i sugestia
Grupa analizuje post influencera, w którym nadawca buduje pozorną wspólnotę, przypisuje określone cechy całej grupie albo sugeruje wniosek. Uczniowie starają się wychwycić w przekazie narzucone oceny i etykiety.
STACJA D – Obraz jako narzędzie kierowania uwagą
Uczniowie oglądają dwa zdjęcia tej samej sytuacji: jedno zbliżenie, drugie szeroki kadr. Próbują zrozumieć, jak zmiana perspektywy obrazu może zmienić interpretację. Nauczyciel pokazuje, że obraz zawiera informację, ale jednocześnie selekcjonuje rzeczywistość i może być narzędziem manipulowania uwagą.
4. Weryfikacja – odzyskaj kontekst – 8 minut
Każda grupa wybiera jeden komunikat. Uczniowie mają odpowiedzieć na trzy pytania: Kto stoi za informacją? Jakie mamy dowody? Co mówią inne źródła, z którymi porównuje się analizowany komunikat. Po porównaniu komunikatu w kilku źródłach, uczniowie próbują dopisać informację, której brakowało w pierwotnym komunikacie.

Jednocześnie stawiają pytanie, czy i na ile dodana informacja zmienia sam komunikat?

5. Minidebata: perswazja czy manipulacja? – 10 minut

Trzy sytuacje graniczne: polityk mówiący o zagrożeniu militarnym, reklama społeczna odwołująca się do emocji i zbiórka pieniędzy na leczenie małego dziecka. Uczniowie umieszczają te sytuacje na osi „jawna perswazja – manipulacja". Uzasadniają wybór jednym, prostym argumentem. Argument musi być zakotwiczony w jednym z kryteriów: jawność celu, kompletność informacji, możliwość weryfikacji, szacunek dla odbiorcy.

6. Podsumowanie – 2 minuty

Nauczyciel wraca do myśli A. Lepy, że odpowiedzią na manipulację nie jest lęk przed mediami, lecz formowanie dojrzałej postawy wobec nich. Klasa odnotowuje trzy punkty podsumowania: świadomy odbiór – wiem, że ktoś stoi za przekazem; krytyczny odbiór – pytam o źródło, kontekst i interes nadawcy; selektywny odbiór – potrafię zrezygnować z takich treści, które deformują obraz rzeczywistości albo nie pozwalają jej zweryfikować.

7. Karta wyjścia „STOP" manipulacji – 5 minut





Materiały edukacyjne

Materiały do wydruku/pracy w klasie

1. Karta pracy: Anatomia komunikatu

Co komunikat mówi wprost?

.....

.....

Jakiej reakcji oczekuje nadawca?

.....

.....

Co może być ukrytym celem?

.....

.....

Jakie informacje wybrano, a jakie pominięto?

.....

.....

Jakie emocje uruchamia obraz i dźwięk?

.....

.....

Jak można sprawdzić ten przekaz?

.....

.....

2. Karta technik manipulacyjnych

FRAGMENTACJA – pokazywanie wybranego fragmentu rzeczywistości w taki sposób, że odbiorca nie otrzymuje pełnego obrazu. Pytanie kontrolne: czego brakuje, aby właściwie ocenić sytuację?

PRZEMILCZENIE – celowe pomijanie informacji niewygodnej dla przyjętej narracji. Pytanie kontrolne: jaki istotny fakt zniknął z przekazu?

NATYCHMIASTOWOŚĆ – wykorzystanie presji czasu, aby ograniczyć namysł. Pytanie kontrolne: dlaczego mam zareagować właśnie teraz?

SUGESTIA – naprowadzanie odbiorcy na określony wniosek bez pełnego uzasadnienia. Pytanie kontrolne: co jest rzeczywistym dowodem, a co jedynie podpowiedzią lub wręcz nadinterpretacją nadawcy?

3. Materiał do ćwiczeń: jedno wydarzenie – dwa obrazy

Wersja A: Bunt na lekcji. Uczniowie krzyczą na dyrekcję. Do tekstu dołączono jedną osobę z podniesioną ręką.

Wersja B: Uczniowie i dyrekcja rozpoczęli konsultacje w sprawie korzystania ze sztucznej inteligencji w odrabianiu prac. Do tekstu dołączono szeroki kadr pokazujący uczniów i dyrekcję siedzących przy jednym stole.

Pytanie: Które elementy wykorzystuje każda wersja? Co pomija? Jak działa tytuł? Czy sam fakt autentyczności zdjęcia gwarantuje prawdziwy obraz tego, co się wydarzyło?

4. „STOP" manipulacji

S – sprawdź nadawcę – Kto stworzył przekaz i co wiesz o nadawcy?

T – trop mechanizm – Czy potrafisz odkryć i nazwać wykorzystane mechanizmy?

O – odszukaj kontekst – Co znalazło się poza kadrem? Co mówią inne źródła?

P – Podejmij decyzję – Czy nadal uważasz komunikat za wiarygodny? Czy jesteś gotów go udostępnić?

Podstawa merytoryczna scenariusza

E-book: R. Leśniczak, J. A. Sobkowiak, W. Bartocha (red.), *Biskup Adam Lepa – prekursor religijnej edukacji medialnej w Polsce*, Warszawa 2025.
E-book: P. Drzewiecki, A. Kiciński, R. Leśniczak (red.), *Słownik Edukacji Medialnej według biskupa Adama Lepy*, Warszawa 2026.
https://akademia.demagog.org.pl,
„What the FEJK" - nowy ogólnopolski program edukacji medialnej i walki z dezinformacją, https://www.gov.pl/web/kultura/what-the-fejk--nowy-ogolnopolski-program-edukacji-medialnej-i-walki-z-dezinformacja.

Rafał Leśniczak

Czwarta władza czy służba człowiekowi?
– o roli mediów w społeczeństwie demokratycznym



Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej
Zajęcia realizują wymagania podstawy programowej z wiedzy o społeczeństwie w zakresie funkcjonowania mediów w państwie demokratycznym. Uczeń poznaje rolę mediów jako „czwartej władzy" oraz analizuje ich wpływ na życie publiczne. W efekcie rozwija umiejętność świadomego odbioru informacji i oceny ich znaczenia społecznego.

Cel ogólny: uczeń rozumie rolę mediów w społeczeństwie demokratycznym oraz potrafi w sposób krytyczny analizować ich wpływ na życie publiczne, społeczne i kulturowe, ze szczególnym uwzględnieniem mechanizmów perswazji i kampanii społecznych.

Cele szczegółowe. Uczeń:
- wyjaśnia pojęcie „czwartej władzy" i odnosi je do funkcjonowania mediów w państwie demokratycznym,
- rozpoznaje funkcje mediów na przykładzie kampanii społecznych (informacyjna, edukacyjna, opiniotwórcza, kontrolna),
- analizuje kampanie społeczne dotyczące zdrowia (np. antynikotynowe i antyalkoholowe) pod kątem ich wpływu na odbiorcę,
- identyfikuje mechanizmy perswazji i manipulacji (emocje, framing, selekcja informacji),
- formułuje własną, uzasadnioną ocenę roli mediów jako „władzy" lub „służby społeczeństwu".

Postawy: uczeń rozwija krytyczne myślenie wobec przekazów medialnych (zarówno mediów tradycyjnych, jak i platform), odpowiedzialność za odbiór i przekazywanie informacji, szacunek dla prawdy i obiektywizmu oraz świadomość wpływu mediów na własne poglądy i wartości.

Metody i techniki: analiza przekazu medialnego (kampanie społeczne), praca w grupach, mapa wpływu, dyskusja kierowana, minidebata oksfordzka, analiza mechanizmów perswazji (case study).

Środki dydaktyczne: materiały ze stron internetowych na temat kampanii antynikotynowych i antyalkoholowych.

Przebieg zajęć

1. Wprowadzenie (8 minut)

Nauczyciel rozpoczyna zajęcia od krótkiej rozmowy kierowanej. Na ekranie prezentowane są wybrane materiały wizualne z kampanii społecznych:

- „Nie spal się na starcie" (kampania antynikotynowa),
- „Rzuć, nie żałuj" (akcje związane z rzucaniem palenia).

Uczniowie odpowiadają na pytania:

- co przedstawiają te kampanie?
- do kogo są skierowane?
- czy ich celem jest tylko informowanie, czy również wpływanie na zachowanie?

Nauczyciel wprowadza pojęcie „czwartej władzy", podkreślając, że media nie tylko opisują rzeczywistość, ale ją współtworzą i wpływają na decyzje jednostek oraz całych grup społecznych.

2. Analiza kampanii społecznych w grupach (12 minut)

Uczniowie zostają podzieleni na grupy. Każda grupa otrzymuje materiał dotyczący jednej kampanii społecznej (np. antynikotynowej lub antyalkoholowej). Zadaniem uczniów jest: określić główną funkcję przekazu medialnego (informacyjna,





edukacyjna, opiniotwórcza, kontrolna); wskazać, jakie emocje wywołuje kampania (np. strach, niepokój, refleksja); ocenić, jakie zachowania społeczne ma zmienić; określić, czy przekaz jest neutralny, czy perswazyjny. Następnie grupy prezentują swoje wnioski. Nauczyciel zwraca uwagę, że nawet kampanie o charakterze prospołecznym wykorzystują środki wpływu emocjonalnego.

3. Mechanizmy oddziaływania mediów (10 minut)
Nauczyciel wprowadza trzy kluczowe pojęcia: selekcja informacji (co jest pokazane, a co pominięte), framing (perspektywa interpretacyjna wydarzenia), perswazja emocjonalna (wpływ poprzez strach, współczucie, szok). Uczniowie analizują, w jaki sposób te mechanizmy są obecne w omawianych kampaniach społecznych. Wspólnie wskazują przykłady konkretnych komunikatów i obrazów.

4. Mapa wpływu mediów (12 minut)
Uczniowie tworzą wspólną mapę myśli na tablicy lub flipcharcie, odpowiadając na pytanie: jak kampanie społeczne wpływają na życie jednostki i społeczeństwa?
Analizowane obszary:
- życie społeczne (normy, zachowania, presja społeczna),
- kultura (wzorce zdrowego stylu życia, moda na „niepalenie”),
- postawy jednostek (decyzje zdrowotne, zmiana nawyków).

Podsumowanie: kampanie nie tylko informują, ale aktywnie kształtują rzeczywistość społeczną.

5. Minidebata: media – władza czy służba? (10 minut)
Uczniowie zostają podzieleni na dwie grupy:
- media jako służba społeczeństwu,
- media jako czwarta władza wpływająca na społeczeństwo.

Teza debaty: „Kampanie społeczne pokazują, że media bardziej sprawują władzę niż służą społeczeństwu". Uczniowie przygotowują krótkie argumenty i prezentują je w formie uporządkowanej wypowiedzi. Nauczyciel moderuje dyskusję i dba o równowagę argumentacji.

6. Refleksja indywidualna (5 minut)
Uczniowie kończą zdanie: „Kampanie społeczne wpływają na nasze decyzje, ponieważ…". Chętni uczniowie odczytują swoje odpowiedzi. Nauczyciel podkreśla różnorodność perspektyw.

7. Podsumowanie lekcji (3 minuty)
Nauczyciel podsumowuje zajęcia, wskazując, że media w demokracji pełnią podwójną rolę: informują i edukują społeczeństwo, jednocześnie wpływają na postawy i decyzje obywateli. Kluczowy wniosek: świadomy odbiorca mediów powinien rozumieć zarówno treść przekazu, jak i stosowane w nim mechanizmy wpływu.



Materiały edukacyjne

Kampania „Nie spal się na starcie”, http://www.niespalsienastarcie.pl/[1]



1 https://nowymarketing.pl//wp-content/uploads/2018/11/image-processing20181108-18418-15e3q69.jpg, (dostęp: 18 czerwca 2026 roku), dozwolony użytek dydaktyczny.

Akcja społeczna „Rzuć, nie żałuj” w ramach Światowego Dnia Rzucania Palenia, https://www.rakpluca.szczecin.pl/kampanie-spoleczne.htm[2]



2 https://www.rakpluca.szczecin.pl/images/skojarz-fakty-ulotka.jpg (dostęp: 18 czerwca 2026 roku), dozwolony użytek dydaktyczny.

Jarosław A. Sobkowiak

Etyka na ekranie
– odpowiedzialność i powołanie w zawodzie dziennikarza



Założenia edukacyjne

Podstawa programowa
W ramach zajęć realizuje się te elementy podstawy programowej, które dotyczą etyki w zakresie odpowiedzialności w życiu publicznym. Uczeń poznaje zasady etyki zawodowej, w tym etyki dziennikarskiej, ponadto analizuje dylematy moralne związane z przekazem medialnym. W efekcie rozwija umiejętność oceny działań w kategoriach etycznych. Scenariusz jest pomocą do brania odpowiedzialności za własne wybory moralne w zakresie mediów, kultury i rozrywki.

Cel ogólny: rozwijanie zdolności etycznej oceny decyzji podejmowanych przez twórców przekazów medialnych oraz ukazanie dziennikarstwa – zgodnie z ideą bp. Adama Lepy – jako odpowiedzialnej służby prawdzie, człowiekowi i dobru wspólnemu, która wymaga rzetelności, niezależności i osobistej odpowiedzialności.

Cele szczegółowe. Uczeń:
- wyjaśnia pojęcia etyki dziennikarskiej, odpowiedzialności dziennikarskiej i powołania dziennikarza oraz wskazuje ich związek z prawdą i dobrem człowieka,
- rozpoznaje podstawowe powinności dziennikarza: weryfikacja źródeł, rzetelność, niezależność, szacunek do osoby, odpowiedzialność za skutki publikacji oraz gotowość do korekty własnych decyzji,
- analizuje dylematy medialne, widzi różnicę pomiędzy pytaniem „czy wolno?", a pytaniem „co powinienem zrobić, aby zrealizować etyczną powinność wobec prawdy i dobra?",
- ocenia wpływ presji czasu, klikalności, interesów politycznych oraz narzędzi sztucznej inteligencji na odpowiedzialność nadawcy przekazu,
- podejmuje i uzasadnia decyzje w kluczu triady prawda – odpowiedzialność – rzetelność.

Postawy: uczeń rozwija szacunek dla prawdy, godności człowieka i dobra wspólnego – zasadniczych elementów etyki osób, rozumie odpowiedzialność za słowo, rozumie, co oznacza autonomia sumienia, potrafi uchwycić związek pomiędzy wolnością a odpowiedzialnością.

- **Metody i techniki:** dylemat etyczny w ramach „kolegium redakcyjnego" – symulacja procesu podejmowania decyzji, case studies, metoda czterech pytań etycznych, praca z kodeksem etycznym, karta pracy „Etyczny kręgosłup dziennikarza".

- **Środki dydaktyczne:** zanonimizowane opisy sytuacji redakcyjnych, karty ról dla poszczególnych zespołów. Triada Lepy: prawda – odpowiedzialność – rzetelność. Karta pracy: „czy publikować?", niezbędne fragmenty zasad etyki dziennikarskiej, tablica lub projektor, papier, markery.

Przebieg zajęć

1. Dylemat wprowadzający – mamy materiał: czy go publikujemy? – 4 minuty
Można zaimprowizować pewną sytuację – redakcja otrzymuje nagranie znanej osoby, nagranie jest autentyczne, osoba jest ewidentnie w silnym kryzysie emocjonalnym. Można odnieść wrażenie, że materiał jest pozyskany bez wiedzy tej osoby. Materiał nie dotyczy działania tej osoby jako osoby publicznej, nie jest też związany z funkcją publiczną, jaką pełni ta osoba. Niemniej świadomość, że jest to osoba publiczna niewątpliwie sprawi, że materiał zyska ogromne zasięgi. Co więcej, jest presja czasu. Redakcja ma świadomość, że nie jest jedynym posiadaczem materiału i że w danym momencie kilka redakcji zastanawia się nad podjęciem podobnej decyzji: czy publikować? Presja czasu jest ogromna. Uczniowie mają do dyspozycji trzy



odpowiedzi: „publikować natychmiast", „publikować po głębszej weryfikacji i ewentualnych zmianach/cięciach materiału", „nie publikować".
Prowadzący zajęcia zapisuje na tablicy – może być tablica interaktywna – argumenty uczniów, robi to bez oceniania, po prostu je gromadząc. Po zebraniu od wszystkich uczestników przedstawionych argumentów stawia kilka pytań: czy fakt, że informacja jest prawdziwa i można ją legalnie opublikować jest wystarczającym usprawiedliwieniem etycznym decyzji? Ważne jest tu wprowadzenie różnicy pomiędzy odpowiedzialnością etyczną a odpowiedzialnością prawną. Uczniowie muszą zrozumieć, że odpowiedzialność etyczna jest zakresowo szersza i nie zawsze to, co legalne, jest etyczne. Czasem legalne sprowadza się do depenalizacji, czyli z punktu widzenia prawa ktoś nie poniesie kary – zrobi coś legalnie. Nie oznacza to jednak, że działanie zawsze musi być etyczne.

2. Miniwykład: dziennikarz strażnikiem rzetelnego informowania – 6 minut
Nauczyciel przedstawia trzy pojęcia zaczerpnięte z refleksji etycznej biskupa Lepy. Przede wszystkim pokazuje, że etyka dziennikarska nie jest „nadbudową" warsztatu dziennikarskiego. Etyka nie ma też charakteru wyłącznie opisowego. Jest zespołem norm i powinności wynikających z wartości, na których system etyczny jest budowany. Drugie pojęcie dotyczy odpowiedzialności dziennikarskiej. Oznacza ona świadomą postawę wobec prawdy, dobra wspólnego i skutków, czyli odpowiedzialności za przekazaną informację. Trzecie pojęcie – powołanie dziennikarza – oznacza „misyjność" zawodu. Konkretyzując, dziennikarz występuje w misji służenia prawdzie, a jednocześnie główne umocowanie jego zawodu to zaufanie społeczne. Oznacza to, że dziennikarz nie jest neutralnym producentem treści, ale odpowiedzialnym podmiotem w procesie komunikacji.
Na tablicy pojawia się triada: Prawda ➠ Odpowiedzialność ➠ Rzetelność. Prowadzący wyjaśnia, że u Lepy wierność prawdzie jest podstawowym kryterium odpowiedzialności. Prawda jest zawsze prawdą osoby, co oznacza, że osoba ją komunikuje i bierze osobiście za nią odpowiedzialność. Osoba nie tylko mówi, ale „daje słowo", jednocześnie zabezpieczając je swoją osobową godnością. Słowo przestaje być narzędziem komunikacji, a staje się komunikacją osób nadawcy i odbiorcy za pośrednictwem słowa. Dlatego słowność dziennikarza jest poprzedzona procesem etycznego sposobu pozyskiwania, weryfikacji informacji, ustalania właściwego kontekstu przekazu, zachowania proporcji i przewidywania skutków dla odbiorcy.

3. Kolegium redakcyjne: cztery dylematy – 12 minut
Uczniowie dzielą się na cztery zespoły. Każda grupa otrzymuje inną rolę: reporter, redaktor prowadzący, osoba odpowiedzialna za pozyskiwanie i weryfikację informacji, rzecznik etyczny. Zespół musi podjąć decyzję i w każdej z ról trzeba odpowiedzieć na następujące pytania:



- co wiemy i skąd?
- komu służy publikacja?
- kto może ponieść szkodę?
- jakie skutki społeczne może mieć ta decyzja i kto weźmie za nią odpowiedzialność?

Dylemat 1: prawda a szybkość przekazu

W mediach społecznościowych pojawia się nagranie sugerujące poważne zaniedbanie osoby publicznej, jak wspomniano nie ma to jednak związku z wykonywaniem funkcji publicznej. Film ma już tysiące udostępnień ze względu na to, że jest to osoba publiczna. Trudno jednak ustalić autora filmu w mediach społecznościowych. Konkurencja już publikuje. Czy wystarczy czasu na głębszy namysł przed ewentualną publikacją?

Dylemat 2: prawda i potencjalna szkoda

Reporter pozyskał dostęp do funkcjonującego w mediach społecznościowych materiału. Szczegóły są atrakcyjne dla odbiorców. Tak naprawdę – poza tym, że materiał jest o osobie publicznej – jest w istocie o niczym. Opowiada o pewnym zachowaniu, które może wywołać skandal, ale nie ma to żadnego związku z wykonywaną funkcją. Zespół musi rozważyć granice pomiędzy sferą publiczną a sferą prywatną. Osoba publiczna ma bowiem prawo do uszanowania sfery prywatnej, chyba że sama informacje ze sfery prywatnej wprowadzi do przestrzeni publicznej. W tym przypadku nie miało to miejsca.

Dylemat 3: niezależność a presja

Redakcja otrzymuje telefon, aby pod żadnym pozorem nie publikować materiału. Telefon pochodzi od dużego reklamodawcy. Między wierszami sugeruje, że dalsza współpraca z redakcją zależy od decyzji co do tego materiału. Zespół ma już do rozważenia dwie kwestie: czy publikować materiał osoby publicznej dotyczącej sfery prywatnej i drugie – czy nie publikować tylko dlatego, że wystąpiły naciski ze strony reklamodawcy.

Dylemat 4: AI i odpowiedzialność
Okazuje się, że materiał zamieszczony w mediach społecznościowych zawiera część informacji niewątpliwie pozyskanych w oparciu o fakty, część jednak „dopisano" na bazie tego, czego dostarczyła sztuczna inteligencja. Część informacji jest nie do sprawdzenia, przynajmniej w tak krótkim czasie, jakim dysponuje redakcja. Zespół stawia jasno sprawę: kto poniesie odpowiedzialność, bo chociaż narada jest kolektywna, ostatecznie ktoś musi wziąć ciężar publikacji na siebie. Tym bardziej, że w podjęciu odpowiedzialności przez redaktora prowadzącego zawierają się odpowiedzialności osób, które dostarczyły i próbowały zweryfikować materiał. Jest to typowy przykład odpowiedzialności zależnej, gdzie podejmuje się decyzje w oparciu o zaufanie co do rzetelności pozostałych podmiotów przygotowujących ostateczną treść informacji.



4. Konfrontacja decyzji: legalne nie oznacza etyczne – 5 minut
Reprezentanci grup schodzą się, by zaprezentować decyzje. Po każdej zaprezentowanej decyzji grupa musi odpowiedzieć na dwa pytania: jedno z perspektywy bohatera materiału, drugie z perspektywy odbiorcy. Nauczyciel porządkuje argumenty w czterech kolumnach: prawda i rzetelność, człowiek i możliwa szkoda, niezależność, odpowiedzialność. Nauczyciel podkreśla dwa istotne elementy dla podjęcia decyzji: odpowiedzialność prospektywną – poprzedza emitowanie materiału, i odpowiedzialność retrospektywną – co redakcja powinna zrobić, jeśli okaże się, że „skutki" wymkną się spod kontroli i wyrządzą niewspółmierną szkodę w stosunku do prawa odbiorcy do informacji.

5. Dziennikarz: misja czy usługa informacyjna? – 5 minut
Nauczyciel kreśli dwa bieguny odpowiedzi. Pierwszy: dziennikarz dostarcza treści, których chce odbiorca. Drugi: dziennikarz powinien mieć świadomość misji wobec

społeczeństwa i umieć podjąć decyzję o niepublikowaniu materiału, jeśli można założyć niewspółmierne negatywne skutki. Uczniowie dzielą przestrzeń klasową na dwie strefy odpowiadające dwóm stanowiskom. Następnie wybierają miejsce i uzasadniają decyzję. Po wysłuchaniu wszystkich grup mogą raz jeszcze zmienić decyzję i zająć miejsce odpowiadające ostatecznemu wyborowi.

6. Kodeks etyczny: pięć zasad pozwalających przetrwać presję – 10 minut
Nauczyciel proponuje kilka możliwych zasad: sprawdź przed publikacją; oddziel informację od komentarza; nie publikuj tylko dlatego, że możesz; ujawnij konflikt interesów; szanuj prywatność; daj możliwość obrony; nie używaj AI jako alibi.
Na forum klasy powstaje kodeks pięciu najważniejszych zasad etycznych. Uczniowie próbują stworzyć definicję każdej z zasad. Nauczyciel czuwa, aby kodeks nie był wyłącznie sformułowaniem zasad w kluczu negatywnym. Uczniowie mają zrozumieć, że etyka nie jest ograniczeniem działania, lecz horyzontem dla działania odpowiedzialnego.

7. Podsumowanie – 2 minuty
- Uczestnicy wracają do czterech filarów etyki odpowiedzialności i próbują je na nowo zrozumieć:
- Prawda – czy wiem, że informacja jest sprawdzona na tyle, że mogę powiedzieć, iż jest pewna?
- Człowiek – czy wziąłem pod uwagę godność bohatera i odbiorcy?
- Niezależność – czy decyzja nie została „kupiona", wymuszona interesem ekonomicznym, wymuszona w inny sposób?
- Odpowiedzialność – czy potrafię „opowiedzieć" decyzję w trzech etapach – przygotowania, podejmowania i skutków?





Materiały edukacyjne
Do wydruku/pracy w klasie

1. Karta pracy: Czy publikować?

Co wiemy na pewno? Jakie mamy źródło?

.....

Jaki jest interes publiczny w udostępnieniu materiału?

.....

Kto może odnieść korzyść, a kto ponieść szkodę?

.....

Czy zaistniała presja: czasu, pieniędzy, polityki, algorytmu?

.....

Jakie wartości są w konflikcie?

.....

Decyzja: publikujemy – modyfikujemy – nie publikujemy – uzasadnij w kilku zdaniach

.....

Co zrobi redakcja, gdy okaże się po publikacji, że popełniła błąd?

.....

2. Triada etyczna: prawda – odpowiedzialność – rzetelność
PRAWDA – obejmuje nie tylko unikanie fałszu, ale także dokładność, weryfikację, kontekst. Można powiedzieć, że kompetencja jest istotnym kryterium prawdy.
ODPOWIEDZIALNOŚĆ – gotowość nie tylko do podjęcia decyzji, ale do przyjęcia jej skutków. Również uświadomienie sobie, że każdy dziennikarz ponosi odpowiedzialność za decyzję kolegialną. Każdy musi też odpowiedzieć na trzy pytania dotyczące odpowiedzialności: Jaki zakres – za co? Przed kim – kto jest podmiotem

odpowiedzialności? W jakim stopniu – czy każdy z uczestników decyzji ponosi taką samą odpowiedzialność?
RZETELNOŚĆ – nie oznacza zrobienia minimum. Oznacza zauważenie trzech stopni rzetelności: wystarczające kompetencje do podjęcia tematu, staranność w zbieraniu, publikowaniu informacji, jeśli informacja dotyczy dobra osoby – konieczność dołożenia szczególnej staranności w celu dodatkowej weryfikacji informacji.

3. Karta: Kręgosłup dziennikarza
Uczniowie sami definiują następujące pojęcia:

.....

.....

Prawda

.....

.....

Człowiek

.....

.....

Niezależność

.....

.....

Odpowiedzialność

.....

.....

4. Dyskusja – pomiędzy legalnym a dobrym.

Podstawa merytoryczna scenariusza
Adam Lepa, *Media a postawy*, Łódź 2001.
Adam Lepa, *Media – czwarta władza, czy służba człowiekowi?*, „Łódzkie Studia Teologiczne" 9 (2000), s. 171–180.
Adam Lepa, *Logosfera a etyka społeczeństwa komunikacji*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym" 11 (2008), nr 2, s. 133–144.
E-book: R. Leśniczak, J.A. Sobkowiak, W. Bartocha (red.), *Biskup Adam Lepa – prekursor religijnej edukacji medialnej w Polsce*, Warszawa 2025.
E-book: P. Drzewiecki, A. Kiciński, R. Leśniczak (red.), *Słownik Edukacji Medialnej według biskupa Adama Lepy*, Warszawa 2026.
Karta Etyczna Mediów – https://www.rem.net.pl/services.php.

Piotr Drzewiecki

Medialne „antywychowanie”
– jak identyfikować treści destrukcyjne dla rozwoju osobowości



Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej
Zajęcia realizują wymagania podstawy programowej z etyki w zakresie analizy wpływu mediów na rozwój człowieka. Uczeń identyfikuje treści mogące negatywnie oddziaływać na postawy i wartości. W efekcie rozwija umiejętność krytycznego odbioru przekazów oraz dokonywania świadomych wyborów. Tematyka ta koreluje z celami godzin wychowawczych i religii w zakresie ochrony godności człowieka, budowania dojrzałego systemu wartości oraz przeciwdziałania cyberprzemocy i treściom patologicznym.

Cel ogólny: rozwijanie moralnej wrażliwości ucznia oraz umiejętności kategoryzowania i odrzucania treści medialnych, które degradują godność ludzką i hamują rozwój osobowości.

Cele szczegółowe. Uczeń:
- definiuje pojęcie „antywychowania” w kontekście toksycznych i destrukcyjnych treści medialnych,
- rozpoznaje w przestrzeni sieciowej przejawy patostreamingu, mowy nienawiści, wulgaryzacji życia oraz promocji destrukcyjnych antywzorców,
- analizuje mechanizmy finansowe i psychologiczne, które sprawiają, że skandal i agresja w sieci stają się opłacalne,
- argumentuje, dlaczego długotrwały kontakt z treściami toksycznymi wpływa negatywnie na empatię, psychikę i relacje rówieśnicze,
- opracowuje strategię reagowania i zgłaszania (reaguj – nie promuj) treści szkodliwych w sieci.

Postawy: uczeń przyjmuje postawę aktywnego sprzeciwu wobec wulgarności i agresji w mediach, szanuje godność własną i drugiego człowieka w świecie cyfrowym.

Metody i techniki: burza mózgów: krótka dyskusja na początku zajęć, służąca zidentyfikowaniu przez uczniów przejawów antywychowania, patostreamingu i destrukcyjnych antywzorców w sieci. Analiza przypadku: praca na opisie (zanonimizowanym i bezpiecznym pedagogicznie) zjawiska popularności konkretnego patoinfluencera lub groźnego trendu (np. challenge’u sieciowego), połączona

z szukaniem przyczyn i skutków społecznych. Drama: uczniowie wcielają się w role obrońców, oskarżycieli i ławy przysięgłych, debatując nad szkodliwością społeczną określonego formatu rozrywki internetowej. Praca z tekstem: analiza fragmentów rządowego dekalogu netykiety jako etycznego punktu odniesienia do stworzenia własnej strategii obrony przed toksycznymi treściami.

Środki dydaktyczne: zanonimizowane opisy przypadków (case study) dotyczących szkodliwych trendów sieciowych, pakiety ról i instrukcje procesowe dla uczestników dramy sądowej, arkusze papieru do mapowania powiązań ekonomiczno-algorytmicznych oraz egzemplarze kodeksu etycznego internauty jako etycznego punktu odniesienia w dyskusji.

Przebieg zajęć

1. Wprowadzenie i burza mózgów (5 minut)

Wprowadzenie w temat. Krótka rozmowa z klasą o tym, ile czasu spędzają w sieci i na jakich influencerów trafiają. Nauczyciel wprowadza pojęcie „antywychowania” – jako celowego lub bezrefleksyjnego promowania w mediach zachowań destrukcyjnych, które zamiast rozwijać, degradują naszą wrażliwość i godność. Burza mózgów. Uczniowie wymieniają przejawy tego zjawiska w przestrzeni internetowej (np. patostreaming, mowa nienawiści, wulgaryzacja, niebezpieczne wyzwania/challenge). Wszystkie hasła są zapisywane na tablicy.





2. Analiza przypadku (10 minut)
Uczniowie dzielą się na małe grupy. Każda grupa otrzymuje zanonimizowany, bezpieczny pedagogicznie opis popularnego, ale toksycznego trendu lub profilu internetowego. Zadaniem grup jest przeanalizowanie mechanizmów psychologicznych i finansowych stojących za tym zjawiskiem. Na arkuszach papieru uczniowie rozpisują relację:

Skandal/Agresja → Kliknięcia/Zasięgi → Algorytm promujący kontrowersję → Współpraca reklamowa/Wpłaty od użytkowników → Zysk twórcy

Krótkie omówienie na forum – dlaczego algorytmom i twórcom opłaca się promować zło oraz jak długotrwałe oglądanie takich rzeczy znieczula naszą empatię i niszczy relacje.

3. Drama (20 minut)
Nauczyciel aranżuje przestrzeń klasy na salę sądową. Uczniowie wchodzą w role. Oskarżyciele wskazują szkodliwość społeczną formatu, obrońcy próbują tłumaczyć to „wolnością słowa” lub „tylko głupią rozrywką”. Ława przysięgłych to neutralni obserwatorzy, którzy wydadzą werdykt. Strony ścierają się na argumenty, bazując na przeanalizowanym wcześniej case study. Ława przysięgłych ocenia, czy dany format rozrywki degraduje godność ludzką i czy powinien zostać odrzucony przez świadomego odbiorcę.

4. Praca z tekstem i podsumowanie (10 minut)
Nauczyciel wyświetla lub rozdaje fragmenty rządowego dekalogu netykiety (z portalu gov.pl). Uczniowie konfrontują zachowania patoinfluencerów z oficjalnymi zasadami *savoir-vivre'u* w sieci (np. szacunek dla drugiego człowieka, zakaz hejtu, niekarmienie trolli). Klasa wspólnie tworzy krótką, punktową strategię aktywnego sprzeciwu. Zapisują kluczowe zasady: nie klikam (nie daję zasięgów), nie komentuję (algorytm to lubi), zgłaszam konto (raportowanie), rozmawiam z rówieśnikami. Każdy uczeń kończy rundę jednym zdaniem: „Świadomy internauta to dla mnie ktoś, kto...”.



Materiały edukacyjne

1. Karta analizy przypadku

Max to influencer (prowadzi kanał MaxKontrowersja), który organizuje transmisje na żywo na TikToku i YouTube. Obserwuje go aż 850 tysięcy osób, z czego większość to Twoi rówieśnicy. Jego pomysł na internet jest prosty: organizuje szalone wyzwania, zaczepia ludzi na ulicy, a potem publicznie ich wyśmiewa i przedrzeźnia. Podczas swoich programów bardzo często krzyczy, przeklina i celowo obraża swoich rozmówców. Ostatnio zrobił coś, co oburzyło wiele osób – obiecał koledze sporą gotówkę w zamian za to, że ten zniszczy przed kamerą ważną pamiątkę po zmarłym dziadku i powie o sobie, że jest nikim. Choć brzmi to strasznie, Max zauważył prostą zasadę: im bardziej kogoś upokorzy, tym więcej osób wchodzi na jego profil.

Dlaczego Max w ogóle to robi? Chodzi o ogromne pieniądze i popularność, w czym pomagają mu sami widzowie oraz komputery. Kiedy pod filmem Maxa wybucha kłótnia i ludzie piszą setki komentarzy, systemy społecznościowe uznają to za świetną rozrywkę. Komputerowy algorytm zaczyna automatycznie podsuwać jego filmy kolejnym osobom na stronie głównej. Wtedy na żywo wchodzi mnóstwo widzów, którzy wysyłają Maxowi tak zwane wirtualne prezenty. Kosztują one realne pieniądze, a Max podkręca atmosferę, mówiąc: „Jak wpłacicie jeszcze 50 złotych, to zrobię coś jeszcze gorszego!”. Widząc te gigantyczne zasięgi, znane firmy produkujące napoje energetyczne i modne ubrania płacą mu krocie za to, żeby reklamował ich logo podczas swoich streamów.

Niestety, zachowanie Maxa przeniosło się z ekranów telefonów wprost na szkolne korytarze. Uczniowie zaczęli kopiować odzywki influencera i traktować innych z pogardą, mówiąc o słabszych kolegach, że są tylko „materiałem do zniszczenia”. Nauczyciele zauważyli, że w szkole jest coraz mniej współczucia. Kiedy ktoś przypadkowo przewróci się na korytarzu albo obleje bluzę sokiem, zamiast pomocy spotyka się z wyciągniętymi telefonami. Rówieśnicy nagrywają jego wstyd, żeby wrzucić filmik do sieci i zdobyć lokalną sławę oraz lajki. W ten sposób, naśladując Maxa, niszczą zaufanie i ranią innych dla głupiego żartu.

2. Instrukcje procesowe dla uczestników dramy

Instrukcja dla zespołu oskarżycieli

Waszym celem jest udowodnienie, że analizowany format internetowy niszczy wrażliwość odbiorców i promuje destrukcyjne antywzorce. W mowie oskarżycielskiej skupcie się na trzech kluczowych liniach: degradacji godności ludzkiej (twórcy i jego ofiar), realnych szkodach społecznych (znieczuleniu na przemoc i naśladowaniu agresji w szkole) oraz cynizmie ekonomicznym, czyli celowym wywoływaniu skandali dla zysku z reklam i wpłat. Waszym zadaniem jest przygotowanie krótkiego wystąpienia opartego na tych punktach oraz wybranie prokuratora i 1–2 świadków (np. rówieśnika, nauczyciela lub ofiary takiego zachowania), którzy swoimi zeznaniami obciążą twórcę przed sądem.

Instrukcja dla zespołu obrońców

Waszym celem jest obrona prawa do wolności twórczości w internecie oraz oddalenie odpowiedzialności od samego autora materiałów. W mowie obronnej argumentujcie, że internet to przestrzeń wolnego wyboru, a sam format to jedynie przerysowana konwencja artystyczna, show i rozrywka. Wskażcie również, że twórca jedynie zaspokaja istniejący popyt rynkowy – skoro widzowie dobrowolnie oglądają i finansują te treści, to problem leży po stronie społeczeństwa, a nie jednostki. Waszym zadaniem jest przygotowanie linii obrony oraz wybranie adwokata i 1–2 świadków

(np. oddanego fana programu lub innego influencera), którzy swoimi zeznaniami pomogą odeprzeć zarzuty oskarżenia.

Instrukcja dla ławy przysięgłych
Waszym celem jest zachowanie absolutnego obiektywizmu, uważne wysłuchanie obu stron i wydanie sprawiedliwego wyroku w oparciu o wartości moralne oraz nadrzędną zasadę ochrony godności człowieka. Podczas debaty oceniajcie, czy wolność słowa i mechanizmy rynkowe dają prawo do niszczenia wrażliwości młodego pokolenia dla zysku oraz czy argumenty obrony są poparte faktami, czy jedynie emocjonalnym relatywizowaniem winy. Waszym zadaniem jest notowanie najsilniejszych punktów procesu, przeprowadzenie krótkiej narady i ogłoszenie przez przewodniczącego werdyktu, czy dany format rozrywki powinien zostać jednoznacznie odrzucony przez świadomego internautę.

3. Zasady netykiety[1]

- **Szanuj innych w internecie** – traktuj ich tak, jak sam chcesz być traktowany. Nie obrażaj i nie poniżaj;
- **Pisz poprawnie** – pamiętaj o ortografii i interpunkcji, uważaj na błędy stylistyczne, nie bądź wulgarny;
- **Przestrzegaj regulaminu danego portalu, forum czy czatu** – sprawdzaj zasady ustalone przez administratorów danej grupy i zawsze staraj się do nich dopasować;
- **Nie pisz swoich wiadomości wielkimi literami** – w internecie oznacza to krzyk;
- **Nie nadużywaj emotikonów** – buźki i inne sympatyczne ikony powinny być jedynie ozdobnikami i dodatkami do zasadniczej treści Twoich wiadomości;
- **Nie bądź trollem** – nie prowokuj innych do niepotrzebnych, nieuzasadnionych kłótni;
- **Nie spamuj** – nie wysyłaj łańcuszków szczęścia ani zbędnych wiadomości czy linków – bardzo często takie łańcuszki są wykorzystywane przez cyberprzestępców – mogą zawierać wirusy lub prowadzić na fałszywą stronę internetową;
- **Szanuj cudzą własność intelektualną** – nie kradnij zdjęć czy tekstów, zawsze wskazuj autora materiału, z którego korzystasz;
- **Sprzeciwiaj się hejtowi** – reaguj, gdy zauważysz, że ktoś jest poniżany w internecie;
- **Uważaj na fake newsy** – zawsze sprawdzaj, czy wiadomość, którą przekazujesz dalej, pochodzi z wiarygodnego źródła;
- **Dbaj o swój wizerunek w sieci** – nie publikuj w sieci wrażliwych danych, prywatnych informacji czy zdjęć i filmów.

1 *Netykieta, czyli savoir-vivre w internecie*, https://www.gov.pl/web/baza-wiedzy/netykieta-czyli-savoir-vivre-w-internecie (dostęp: 21 maja 2026 roku).

Rafał Leśniczaki

Pułapki stereotypów
– o mechanizmach uproszczeń i ich szkodliwości w mediach

Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej

Zajęcia realizują wymagania podstawy programowej z języka polskiego i wiedzy o społeczeństwie w zakresie komunikacji społecznej. Uczeń rozpoznaje stereotypy w języku i przekazach medialnych oraz analizuje ich wpływ na postrzeganie innych. W efekcie rozwija postawę otwartości i krytycznego myślenia.

Cel ogólny: kształtowanie świadomego odbioru treści w internecie poprzez analizę sposobu przedstawiania migrantów w mediach oraz refleksję nad wpływem tych przekazów na własne postrzeganie siebie i innych.

Cele szczegółowe. Uczeń:

- potrafi wyjaśnić, jak powstaje stereotyp na przykładzie wizerunku migrantów w mediach,
- rozpoznaje stereotypy dotyczące migrantów w internecie,
- analizuje, jak media wpływają na postrzeganie migrantów oraz własną samoocenę,
- wskazuje zagrożenia wynikające z powielania uproszczonych opinii,
- proponuje sposoby odpowiedzialnego reagowania na stereotypowe treści.



- **Postawy:** postawa odpowiedzialności za słowo, postawa krytycznego myślenia, postawa szacunku wobec siebie i innych.

- **Metody i techniki:** dyskusja kierowana, analiza przypadków (posty z mediów społecznościowych, fora dyskusyjne), praca indywidualna i w grupach, burza mózgów.

- **Środki dydaktyczne:** prezentacja multimedialna, przykłady profili z mediów społecznościowych (screeny postów i komentarzy z internetu dotyczących migrantów).



Przebieg zajęć

1. Wprowadzenie (ok. 5 minut)
Nauczyciel pyta: „jak w internecie przedstawiani są migranci?". Uczniowie podają swoje skojarzenia i przykłady. Następnie nauczyciel zapowiada analizę konkretnych postów.

2. Definicja i wyjaśnienie (ok. 10 minut)
Nauczyciel wyjaśnia pojęcie stereotypu. Odnosi się do tego, że wizerunek migrantów w sieci często bywa uproszczony i jednostronny. Podkreśla, że pojedyncze przekazy nie pokazują pełnego obrazu rzeczywistości.

3. Analiza przykładów (ok. 15 minut)
Uczniowie pracują w grupach i analizują konkretne przykłady. Nauczyciel podkreśla, że nie oceniamy ludzi, lecz język mediów. Ponadto zwracamy uwagę, czy nie mamy do czynienia z fake newsami:
Zadania dla uczniów:
- wskaż stereotyp (jeśli występuje), np. uogólnienia, emocjonalny język, brak źródeł, dehumanizacja,
- określ, jaki obraz migrantów tworzy przekaz,
- oceń, czy przekaz jest jednostronny.

4. Omówienie wyników (ok. 10 minut)
Grupy prezentują swoje analizy. Uczniowie porównują różne sposoby przedstawiania migrantów. Nauczyciel zwraca uwagę na emocjonalny język i uogólnienia.

5. Wpływ na samoocenę (ok. 10 minut)
Uczniowie zastanawiają się, jak takie treści mogą wpływać na osoby, których dotyczą. Omawiają, jak stereotypy mogą obniżać poczucie własnej wartości i poczucie bezpieczeństwa. Rozważają także wpływ na odbiorców tych treści.

6. Jak reagować? (ok. 10 minut)
Uczniowie proponują konkretne reakcje, np.:
- nieudostępnianie niesprawdzonych informacji,

- zgłaszanie fake newsów i mowy nienawiści,
- komentowanie w sposób rzeczowy i merytoryczny.

Nauczyciel podsumowuje zasady odpowiedzialnego działania w sieci.

7. Podsumowanie (ok. 5 minut)

Uczniowie kończą zdanie: „Po tej lekcji wiem, że stereotypy w mediach…". Kilka osób dzieli się refleksją. Nauczyciel podkreśla znaczenie krytycznego myślenia i empatii.

Materiały edukacyjne

1. „Migranci znowu powodują chaos na granicy – sytuacja wymyka się spod kontroli". A. Widzyk, *Media: sytuacja na granicy z Polską wymyka się spod kontroli,* Deutsche Welle, 25 sierpnia 2023 roku. https://www.dw.com/pl/media-sytuacja-na-granicy-z-polsk%C4%85-wymyka-si%C4%99-spod-kontroli/a-66631184 (dostęp: 18 czerwca 2026 roku)[1].

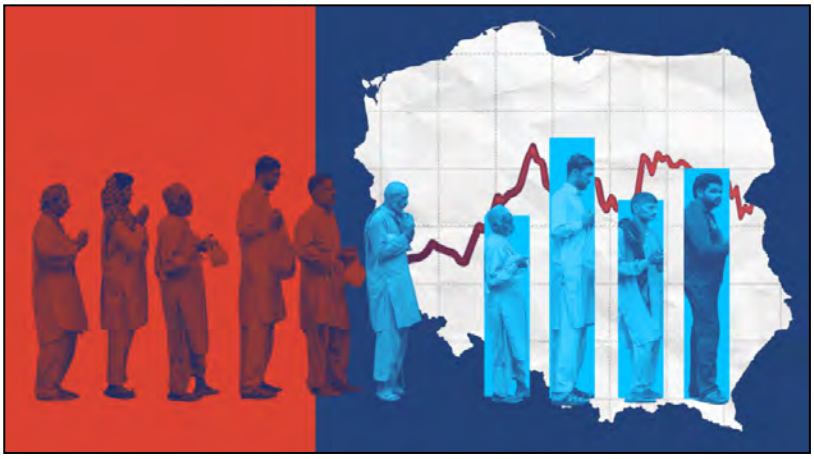


2. Czy pomagać migrantom? Post w social mediach. *Krzysztof Bosak: Imigracja nie jest żadną odpowiedzią na kryzys demograficzny, tylko sposobem na jego pogłębienie (...),* Facebook, 14.06.2026. https://www.facebook.com/watch/?v=2267682507101073 (dostęp: 18 czerwca 2026 roku).

3. H. Jędrzejczak, *Migranci: zagrożenie, szansa czy po prostu ludzie?,* Nowa Konfederacja, 16.12.2025. https://nowakonfederacja.pl/migranci-zagrozenie-szansa-czy-po-prostu-ludzie/ (dostęp: 18 czerwca 2026 roku)[2].

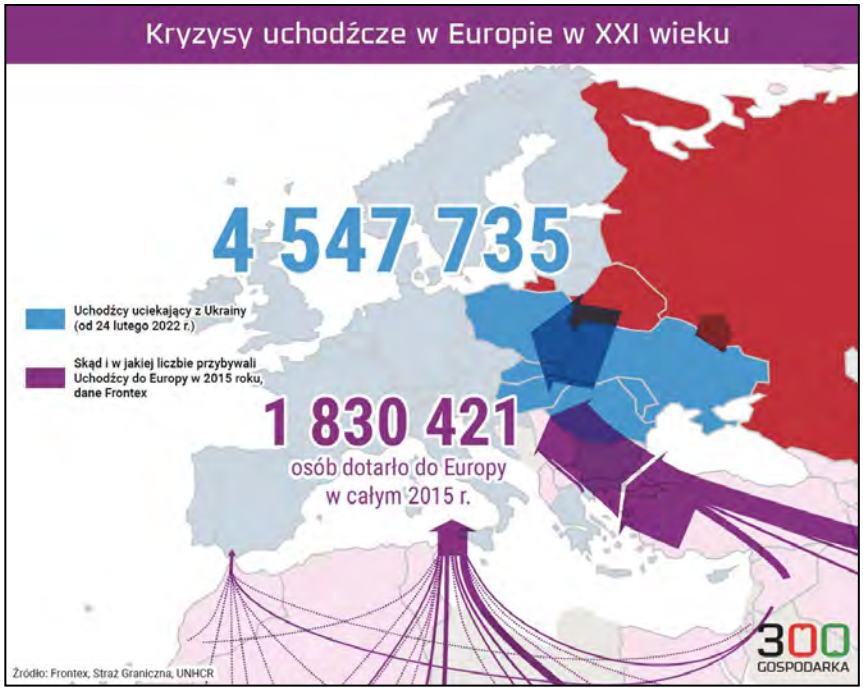
1 https://static.dw.com/image/59600768_906.jpeg (dostęp: 18 czerwca 2026 roku), dozwolony użytek dydaktyczny.

2 https://nowakonfederacja.pl/wp-content/uploads/2025/12/Tekst-Heleny-Jedrzejczak-1-1024x683.png (dostęp: 18 czerwca 2026 roku), dozwolony użytek dydaktyczny.



4. D. Pietrzyk, *Uchodźcy na rynku pracy: bilans na plus i liczne wyzwania,* Obserwator Finansowy, 4.04.2022. https://www.obserwatorfinansowy.pl/bez-kategorii/rotator/uchodzcy-na-rynku-pracy-bilans-na-plus-i-liczne-wyzwania/ (dostęp: 18 czerwca 2026 roku).

5. Kryzysy uchodźcze w Europie w XXI wieku[3].



3 https://static.300gospodarka.pl/media/2022/03/Europejskie-w%C4%99dr%C3%B3wki-lud%C3%B3w-XXI-wieku_4.png (dostęp: 18 czerwca 2026 roku), dozwolony użytek dydaktyczny.

Rafał Leśniczak

Tożsamość w sieci
– jak media kształtują nasz wizerunek i poczucie własnej wartości



Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej
Zajęcia realizują wymagania podstawy programowej z informatyki w zakresie funkcjonowania w środowisku cyfrowym. Uczeń poznaje zasady budowania wizerunku w sieci oraz ochrony prywatności. W efekcie rozwija umiejętność świadomego i odpowiedzialnego korzystania z mediów cyfrowych. Treści te korelują z nauczaniem religii w obszarze budowania poczucia własnej wartości oraz odkrywania godności człowieka stworzonego na obraz Boży w świecie wirtualnym.

Cel ogólny: kształtowanie świadomej i krytycznej postawy wobec mediów cyfrowych oraz rozwijanie umiejętności rozpoznawania zagrożeń związanych z uzależnieniem od internetu i presją wizerunkową, a także wzmacnianie poczucia własnej wartości opartego na godności osoby.

Cele szczegółowe. Uczeń:
- definiuje pojęcie uzależnienia od internetu i rozpoznaje jego objawy,
- analizuje wpływ mediów społecznościowych na samoocenę i obraz ciała,
- rozpoznaje mechanizmy manipulacji w mediach (filtry, selekcja treści, algorytmy),
- wskazuje zagrożenia wynikające z promowania nierealistycznych wzorców (np. skrajne odchudzanie, „idealne ciało”),
- formułuje zasady higieny cyfrowej i świadomego korzystania z internetu.

Postawy: krytyczne i refleksyjne podejście do treści medialnych, odpowiedzialność za własne zdrowie psychiczne i fizyczne, szacunek do własnej godności niezależnie od wyglądu i popularności online, świadomość zagrożeń wynikających z nadmiernego korzystania z internetu, otwartość na budowanie zdrowej relacji z mediami cyfrowymi. Metody i techniki: rozmowa kierowana, dyskusja, burza mózgów, analiza przypadku (case study), elementy wykładu interaktywnego.

Metody i techniki: prezentacja multimedialna, przykłady treści z mediów (edukacyjnie dobrane), tablica/flipchart, krótkie scenariusze sytuacyjne.



Przebieg zajęć

1. Wprowadzenie (5 minut)
Pytanie otwierające (burza mózgów):
Czy to, kim jesteśmy w internecie, to to samo co w rzeczywistości?
Zapis na tablicy: „ja realny" – „ja w sieci"
Krótka rozmowa kierowana.

2. Część problemowa – wpływ mediów (10 minut)
Miniwykład interaktywny + pytania do uczniów:
- Jak działają algorytmy?
- Dlaczego widzimy „idealne życia"?
- Co to są filtry i selekcja treści?

Wniosek do zapamiętania: internet pokazuje wycinek rzeczywistości, nie całość.

3. Analiza przypadku (case study) (10–12 minut)
Przykładowe scenariusze:
- Nastolatka porównuje się do influencerek i zaczyna się odchudzać
- Uczeń spędza 5–6 h dziennie na social mediach i spada mu samoocena
- Pytania do grup: Co czuje ta osoba? Jakie mechanizmy na nią wpływają?
- Co mogłoby jej pomóc?

4. Uzależnienie od internetu i higiena cyfrowa (10 minut)
Uczniowie wspólnie definiują: objawy uzależnienia (np. rozdrażnienie bez telefonu, brak kontroli czasu). Następnie tworzą „zasady higieny cyfrowej", np.: limit czasu ekranowego, brak telefonu przed snem, świadome obserwowanie treści

5. Podsumowanie – wartość osoby (5–8 minut)
Krótka refleksja:
- co buduje moją wartość, jeśli nie liczba lajków?
- czy mój wizerunek online mnie opisuje?

Można zakończyć zdaniem: „Wartość człowieka nie zależy od popularności, tylko od jego godności."
Na koniec zajęć uczniowie wypowiadają jedno zdanie osobistej refleksji na temat własnych postanowień dotyczących przyszłych zachowań w internecie w perspektywie szacunku dla własnej tożsamości.



Materiały edukacyjne

1. Z. Opała, *Dlaczego restrykcyjne diety nie działają długoterminowo?*, MediUSG Centrum Medyczne, 16.04.2026. https://mediusg.pl/blog/dlaczego-restrykcyjne-diety-nie-dzialaja-dlugoterminowo (dostęp: 18 czerwca 2026 roku).
FAQ – najczęściej zadawane pytania
Dlaczego diety kończą się porażką?
Składa się na to bardzo wiele czynników, a odchudzanie wygląda inaczej u każdej osoby. Natomiast „porażka" jest najczęściej wynikiem diet, które są ciężkie do utrzymania.
Czy restrykcje prowadzą do efektu jo-jo?
Najczęściej tak, ponieważ po takiej diecie wraca apetyt, a metabolizm jest spowolniony. Dieta tak naprawdę nie powinna być stosowana tylko przez krótki czas. Wychodząc z diety redukcyjnej ważne jest dalsze zachowanie jakości diety.
Jak schudnąć trwale?
Najlepsze efekty dają stopniowe zmiany i umiarkowany deficyt kaloryczny (około -500 kcal od całkowitej przemiany materii). Budowanie zdrowych nawyków żywieniowych to coś co zapewni nam trwałe efekty. Dobrym początkiem jest wprowadzenie regularnych posiłków, odpowiednie nawodnienie, spożywanie posiłków na wzór Talerza Zdrowego Żywienia i aktywność fizyczna.

2. D. Minta, *Dlaczego nastolatki i dzieci się odchudzają? Rozmowa z psychologiem,* Uzależnienia Behawioralne, https://uzaleznieniabehawioralne.pl/zaburzenia-odzywiania/zdaniem-ekspertow-zaburzenia-odzywiania/dlaczego-nastolatki-i-dzieci-sie-odchudzaja-rozmowa-z-psychologiem/ (dostęp: 18 czerwca 2026 roku).
Redakcja: Ogólnopolskie Centrum Zaburzeń Odżywiania informowało, że próby odchudzania ma za sobą 33 proc. polskich nastolatków, 40 proc. obawia się otyłości, a blisko 30 proc. odczuwa jadłowstręt. Z kolei dane Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej podają, że od 2010 roku stale wzrasta liczba odchudzających się dzieci.
Dlaczego młodzi Polacy dążą do radykalnego obniżenia wagi?
Dorota Minta: Przyczyn jest wiele. Najbardziej trywialną i oczywistą jest obraz idolek, artystów, ludzi show-biznesu kreowany w mediach. Te osoby są szczupłe, często

nadmiernie, ale jest to tylko pierwsza warstwa problemu. Z mojego doświadczenia wynika, że odchudzanie niekoniecznie jest związane z chęcią bycia chudym, o wiele częściej chodzi o kontrolę nad swoim życiem. Dzieci są przytłoczone nauką, nie rozumieją świata. W tym roku mieliśmy okazję obserwować ogromne problemy emocjonalne uczniów ósmych klas szkół podstawowych i ostatnich klas gimnazjalnych. Młodzi ludzie byli tak zestresowani tym, co się dzieje wokół egzaminów oraz samymi egzaminami, dostaniem się do szkół oraz nadmierną konkurencją, że jedynym dostępnym sposobem zapanowania nad rzeczywistością stawała się kontrola ciała, więc przestawały jeść. Z drugiej strony, w tej samej grupie wiekowej mamy do czynienia z epidemią otyłości. Śmieciowe jedzenie wciąż króluje wśród nastolatków. Odchudzanie to tylko jedna strona medalu. To także należy wziąć pod uwagę, przyglądając się kwestiom zaburzeń odżywiania. W mojej pracy zawodowej niejednokrotnie przekonałam się, że zaburzenia odżywiania, m.in. bulimia i anoreksja, bardzo często są związane z depresją. Szacuje się, że nawet 20 proc. polskiej młodzieży cierpi z powodu zaburzeń depresyjnych, a niektóre dane wskazują, że objawy depresyjne można stwierdzić nawet u co trzeciego nastolatka.

3. *Dlaczego restrykcyjne zasady utrudniają trwałe efekty*, Mój Dietetyk, https://mojdietetyk.pl/dlaczego-restrykcyjne-zasady-utrudniaja-trwale-efekty-1/ (dostęp: 18 czerwca 2025 roku)[1].



1 https://mojdietetyk.pl/wp-content/uploads/output1-1756.webp (dostęp: 18 czerwca 2026 roku), dozwolony użytek dydaktyczny.

Rafał Leśniczak

Infoasceza, czyli sztuka wyboru
– o konieczności selekcji informacji i krytycznym odbiorze treści



Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej
Zajęcia realizują wymagania podstawy programowej z informatyki i języka polskiego w zakresie selekcji i krytycznej analizy informacji. Uczeń uczy się wyszukiwania, porządkowania i oceny treści. W efekcie rozwija umiejętność świadomego wyboru informacji oraz ich wartościowania. Tematyka ta odnosi się bezpośrednio do chrześcijańskiej cnoty umiarkowania, ascezy jako wolności od przymusu konsumpcji oraz umiejętności rezygnacji z nadmiaru bodźców na rzecz rozwoju wewnętrznego i wolności osobistej.

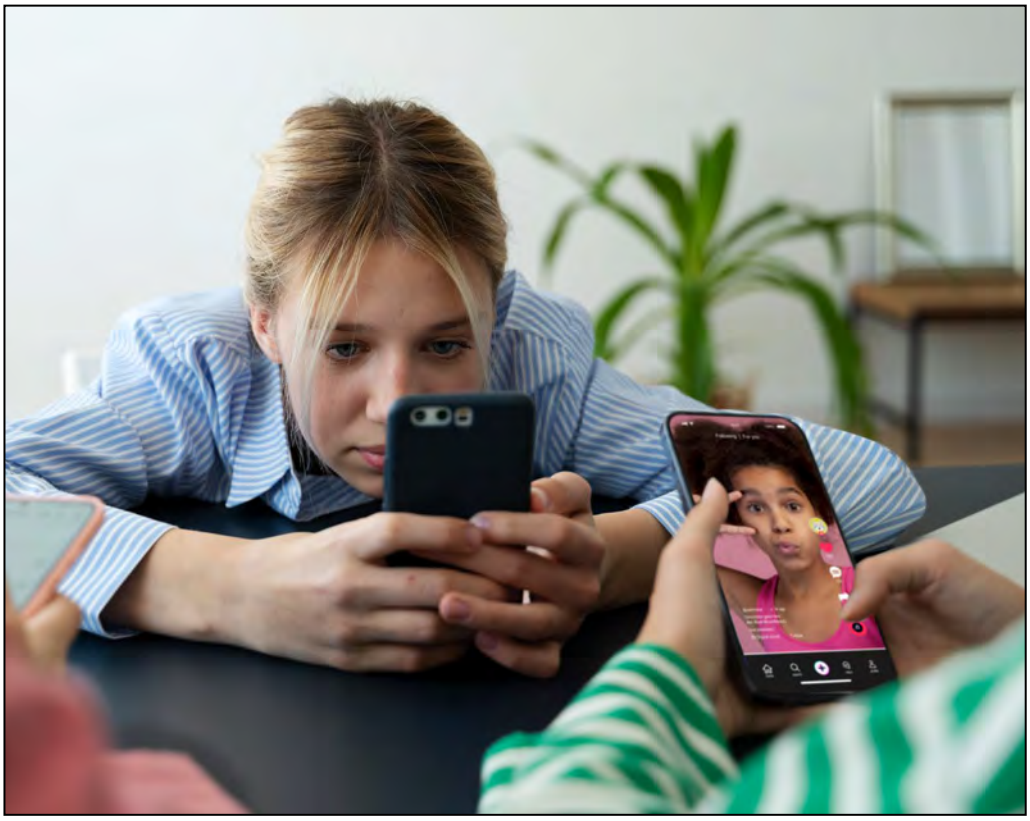
Cel ogólny: uświadomienie uczniom zagrożeń wynikających z FOMO (strachu przed odcięciem od informacji) oraz wykształcenie nawyków celowego, minimalistycznego i selektywnego korzystania z technologii cyfrowych.

Cele szczegółowe. Uczeń:
- wyjaśnia pojęcia infoascezy, przebodźcowania, detoksu cyfrowego oraz syndromy FOMO i JOMO (radość z odcięcia się),
- wskazuje, jak nadmiar bodźców (overload informacyjny) wpływa na zdolność koncentracji, pamięć i dobrostan psychiczny,
- analizuje pojęcie chrześcijańskiego umiarkowania jako narzędzia budowania wewnętrznej wolności i niezależności od algorytmów,
- selekcjonuje źródła wiedzy, odrzucając te o niskiej wartości merytorycznej na rzecz wartościowych tekstów kultury i nauki,
- projektuje indywidualny plan „higieny cyfrowej" na nadchodzący tydzień.

Postawy: uczeń świadomie ogranicza czas spędzany przed ekranem, ceni ciszę i skupienie jako warunki rozwoju osobistego oraz dąży do samokontroli w korzystaniu z nowych technologii.

Metody i techniki: kula śnieżna – uczniowie najpierw sami, potem w parach, czwórkach i na forum klasy wybierają trzy najważniejsze zasady przetrwania w świecie cyfrowego smogu, tworząc wspólny dekalog. Mapowanie nawyków: uczniowie na bazie schematu smartfona rysują swoją „idealną, bezpieczną dla zdrowia dietę informacyjną" (co zostaje, co ląduje w koszu, jakie limity czasowe wprowadzamy).

Środki dydaktyczne: krótki tekst źródłowy dotyczący klasycznego ujęcia cnoty umiarkowania, indywidualne karty do notowania pomysłów w metodzie kuli śnieżnej, arkusze papieru z graficznym schematem smartfona do rozrysowania „diety informacyjnej" oraz stoper do odmierzenia treningowej pauzy w ciszy.



Przebieg zajęć

1. Wprowadzenie i eksperyment z ciszą (10 minut)

Lekcja rozpoczyna się od eksperymentu angażującego uwagę. Nauczyciel prosi o schowanie telefonów do plecaków i spędzenie minuty w absolutnej ciszy (odmierza czas stoperem). Zadaniem młodzieży jest skupienie się na oddechu i zaobserwowanie, czy pojawi się impuls, by sięgnąć po ekran. Po minucie nauczyciel inicjuje krótką rozmowę o odczuciach – czy ten czas się dłużył i czy uczniowie poczuli niepokój związany z odcięciem od sieci. Na tablicy zapisuje pojęcia: FOMO (strach przed pominięciem informacji) oraz JOMO (radość z bycia poza zasięgiem). Prowadzący wyjaśnia, że overload informacyjny niszczy zdolność koncentracji oraz pamięć. W tym kontekście wprowadza temat info-ascezy, tłumacząc, że chrześcijańska cnota umiarkowania staje się nowoczesnym narzędziem wolności, chroniącym przed dyktatem algorytmów.

2. Praca z tekstem i tworzenie kodeksu (15 minut)
Metoda Kuli Śnieżnej. Uczniowie analizują tekst źródłowy, łącząc tradycyjne ujęcie umiarkowania ze współczesną krytyką świata cyfrowego. Każdy uczestnik samodzielnie wypisuje na karcie trzy zasady radzenia sobie z informacyjnym smogiem. Następnie rozpoczyna się grupowe wypracowywanie rozwiązań metodą kuli śnieżnej. Uczniowie łączą się w pary, konfrontują pomysły i wybierają wspólnie trzy najważniejsze reguły. W kolejnym kroku pary dobierają się w czwórki, powtarzając dyskusję i selekcję. Na koniec reprezentanci grup prezentują wnioski na forum klasy. Nauczyciel zapisuje je na tablicy, eliminując powtórzenia, dzięki czemu powstaje wspólny Klasowy Kodeks Higieny Cyfrowej.

3. Mapowanie nawyków – warsztat (12 minut)
Dieta informacyjna. Ta część fazy realizacyjnej ma charakter wybitnie praktyczny i polega na stworzeniu osobistego planu higieny cyfrowej. Uczniowie otrzymują arkusze papieru z graficznym schematem smartfona, na którym dokonują wizualnego podziału swoich nawyków. Wewnątrz rysunku ekranu uczniowie wpisują to, co decydują się świadomie zostawić w swoim życiu – wartościowe źródła wiedzy,



inspirujące teksty kultury, aplikacje edukacyjne oraz czas na realne budowanie relacji. Obok konturu telefonu narysowany jest kosz na śmieci, do którego trafiają elementy przeznaczone do odrzucenia: clickbaity, bezmyślne scrollowanie social mediów czy toksyczne profile. Na dole karty każdy uczeń określa konkretne, mierzalne limity czasowe oraz zasady, takie jak wyłączenie ekranów na godzinę przed snem.

4. Podsumowanie i wyzwanie tygodniowe (8 minut)

Refleksja i wdrożenie. Chętne osoby krótko omawiają na forum klasy swoje mapy nawyków oraz stworzone diety informacyjne. Nauczyciel spina całą lekcję klamrą kompozycyjną, przypominając, że rezygnacja z nadmiaru bodźców nie jest stratą ani zacofaniem, lecz zyskiem w postaci wolnego czasu, spokoju i przestrzeni na rozwój wewnętrzny. Na koniec lekcji uczniowie otrzymują zadanie wdrożeniowe. Zobowiązują się do przetestowania zaprojektowanego przez siebie planu higieny cyfrowej przez najbliższy tydzień, traktując to jako osobiste wyzwanie i formę nowoczesnego detoksu cyfrowego. Każdy uczeń kończy rundę jednym zdaniem: „Info-asceza to dla mnie sposób na...”.





Materiały edukacyjne

1. Tekst źródłowy[1]

Cnoty ludzkie są trwałymi postawami, stałymi dyspozycjami, habitualnymi[2] przymiotami umysłu i woli, które regulują nasze czyny, porządkują nasze uczucia i kierują naszym postępowaniem zgodnie z rozumem i wiarą. Zapewniają one łatwość, pewność i radość w prowadzeniu życia moralnie dobrego. Człowiek cnotliwy to ten, który dobrowolnie czyni dobro. Cnoty moralne zdobywa się wysiłkami człowieka. Są one owocami i zalążkami czynów moralnie dobrych; uzdalniają one wszystkie władze człowieka, by doszedł do zjednoczenia z miłością Bożą. (...)

Cztery cnoty odgrywają kluczową rolę i dlatego nazywa się je cnotami „kardynalnymi"; wszystkie inne grupują się wokół nich. Są nimi: roztropność, sprawiedliwość, męstwo i umiarkowanie. „I jeśli kto miłuje sprawiedliwość - jej to dziełem są cnoty: uczy bowiem umiarkowania i roztropności, sprawiedliwości i męstwa" (Mdr 8,7).

Umiarkowanie jest cnotą moralną, która pozwala opanować dążenie do przyjemności i zapewnia równowagę w używaniu dóbr stworzonych. Zapewnia panowanie woli nad popędami i utrzymuje pragnienia w granicach uczciwości. Osoba umiarkowana kieruje do dobra swoje pożądania zmysłowe, zachowuje zdrową dyskrecję i „nie daje się uwieść... by iść za zachciankami swego serca" (Syr 5,2). Umiarkowanie jest często wychwalane w Starym Testamencie: „Nie idź za twymi namiętnościami: powstrzymaj się od pożądań!" (Syr 18,30). W Nowym Testamencie jest ono nazywane „skromnością" lub „prostotą". Powinniśmy żyć na tym świecie „rozumnie i sprawiedliwie, i pobożnie" (Tt 2,12).

2. Moje zasady radzenia sobie z cyfrowym smogiem

a. Moje trzy własne zasady (zapisz samodzielnie po przeczytaniu tekstów):

1. .....

2. .....

3. .....

b. Decyzja w parze (wybierzcie wspólnie trzy najważniejsze zasady):

1. .....

2. .....

3. .....

1 *Katechizm Kościoła Katolickiego,* Poznań 1994, nr 1804, 1805, 1809.

2 *Habitualny* – stały, zakorzeniony i trwały, stanowiący stałą dyspozycję psychiczną lub moralną człowieka, będącą przeciwieństwem stanów chwilowych (przyp. aut.).

c. Decyzja w czwórce (ostateczne trzy zasady waszej grupy do podania klasie):

1. .....

2. .....

3. .....

3. Arkusz warsztatowy: moja dieta informacyjna

a. To zostaje w moim życiu (schemat smartfona)

Wpisz poniżej wartościowe źródła wiedzy, inspirujące teksty kultury, aplikacje edukacyjne oraz czas przeznaczony na realne budowanie relacji:

1. .....

2. .....

3. .....

4. .....

b. To całkowicie odrzucam (kosz na śmieci)

Wpisz poniżej elementy przeznaczone do eliminacji: clickbaity, bezmyślne scrollowanie social mediów, doomscrolling (nałogowe przeglądanie złych wiadomości) czy toksyczne konta:

1. .....

2. .....

3. .....

4. .....

c. Moje limity czasowe

Określ konkretne, mierzalne zasady czasowe korzystania z technologii (np. wyłączenie ekranów na godzinę przed snem, limity na aplikacje):

– .....

– .....

– .....

Jarosław A. Sobkowiak

Makiawelizm medialny
– o grze o uwagę odbiorcy i jej etycznych skutkach



Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej

W ramach zajęć realizuje się te elementy wymagań zawarte w podstawie programowej, które dotyczą etyki w zakresie działań komunikacyjnych. Uczeń potrafi rozpoznać strategie manipulacyjne, które są nastawione na osiągnięcie celów za wszelką cenę – makiawelizm: „cel uświęca środki!" Rozwija umiejętność krytycznej oceny przekazów medialnych według kryterium wartości oraz społecznych konsekwencji.

Cel ogólny: kształtowanie zdolności rozpoznawania elementów makiawelizmu jako braku szacunku dla drugiej osoby i manipulowania nią, stosowanych w przekazie medialnym. Współczesną formą makiawelizmu są niewątpliwie skuteczność, zasięg, korzyści różnego typu stawiane wyżej niż prawda przekazu oraz nieliczenie się z godnością osoby i dobrem wspólnym.

Cele szczegółowe. Uczeń:

- uczeń wyjaśnia znaczenie makiawelizmu w aspekcie zaproponowanym przez A. Lepę jako świadome przyjmowanie postawy manipulowania drugim człowiekiem dla osiągnięcia założonych celów,
- rozpoznaje przejawy makiawelizmu, takie jak instrumentalne traktowanie ludzi, brak empatii, pogardę wobec prawdy, przebiegłość i brak skrupułów w doborze środków,
- analizuje elementy logiki makiawelistycznej wyrażonej w sensacyjności przekazu, dążenia do polaryzacji postaw oraz walki o uwagę, która przeradza się w grę o uwagę odbiorcy,
- ocenia konkretne decyzje nadawcy, odróżniając skuteczność od etyczności, rozumie, że osiągnięcie celu nie jest kryterium etycznym,
- formułuje zasady, które mają na celu ochronę podmiotowości osoby i zachowanie więzi społecznych przed zgubnym wpływem zasady „cel uświęca środki".

Postawy: uczeń rozwija w sobie szacunek dla drugiego człowieka oraz dla prawdy i uczciwości komunikacyjnej, nie myli skuteczności ze słusznością postępowania, zajmuje krytyczną postawę wobec przekazów odwołujących się wyłącznie do emocji jako narzędzi wpływu na odbiorcę.

Metody i techniki: analiza przypadku polegająca na wybranym przekazie medialnym czy kampanii reklamowej, identyfikacja celu komunikatu, zastosowanych technik perswazyjnych oraz ewentualnych konsekwencji dla odbiorcy; „aukcja uwagi" chodzi o to, by zidentyfikować i odwzorować hierarchię narzędzi, jakie wykorzystuje się w celu zdobycia uwagi odbiorcy; metoda STOP – cel, środek, osoba, skutek – czteroelementowy schemat etycznej analizy przekazu; Karta pracy: czy cel uświęca środki?

Środki dydaktyczne: przygotowane przez nauczyciela konkretne materiały pokazujące wpływ na odbiorcę poprzez tytuły, krótkie i silne emocjonalnie posty; karty przypadków, mała diagnoza makiawelizmu w oparciu o propozycje zawarte w twórczości bp. A. Lepy, karta pracy STOP, projektor lub tablica, papier – najlepiej duży format, markery.



Przebieg zajęć

1. Aukcja uwagi – czym zdobyć uwagę odbiorcy? – 5 minut

Nauczyciel pokazuje kilka zapowiedzi tego samego neutralnego wydarzenia. Pierwsza zapowiedź jest rzeczowa, druga próbuje zdramatyzować szczegół, trzecia sugeruje skandal. Uczniowie głosują, który tytuł najskuteczniej przyciągnął ich uwagę. Może to dotyczyć jakiegoś ograniczenia, na przykład korzystania ze smartfonów.

- Zapowiedź rzeczowa: Od września nowe zasady korzystania ze smartfonów w czasie lekcji.
- Zapowiedź oparta na emocjach: Koniec ze smartfonami w szkole. Dyrekcja wprowadza obostrzenia.
- Zapowiedź sugerująca konflikt: Czy szkoła ma prawo decydować o twoim telefonie? Nowe zasady już od września.

Następnie – w znanym już kluczu etycznym – stawiają pytanie, co zyskał nadawca, co stracił odbiorca? Starają się odpowiedzieć również na pytanie, czy skuteczność może być najważniejszym kryterium etycznym.

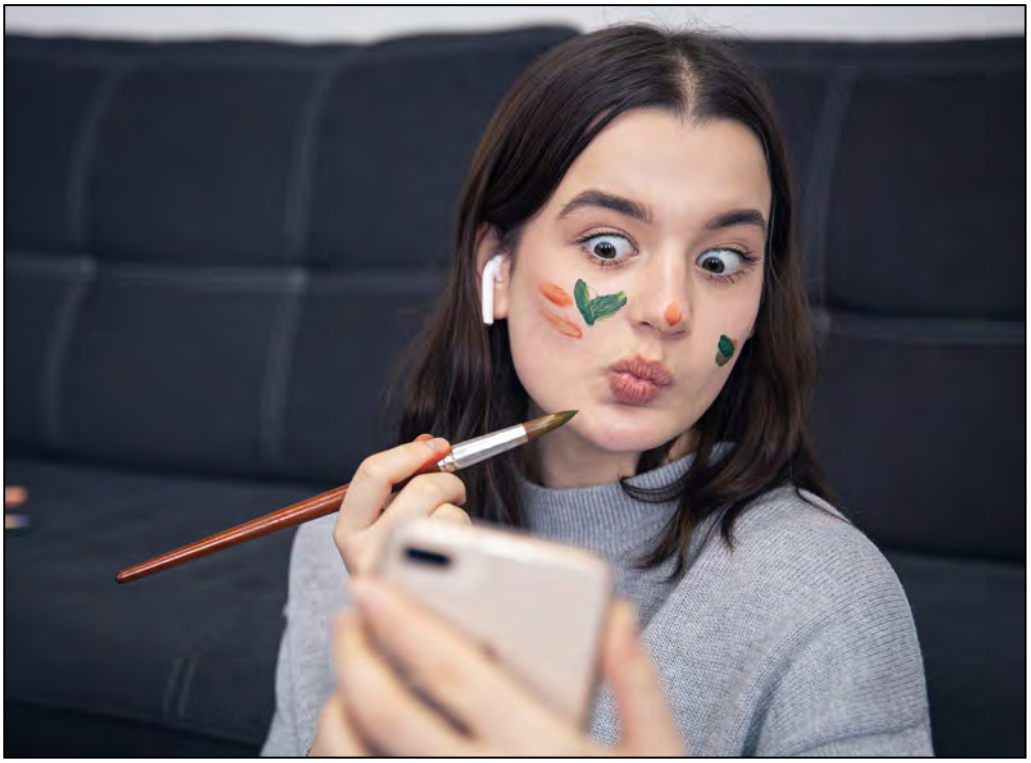
Prowadzący dyskusję zapisuje dwa słowa: SKUTECZNOŚĆ i ODPOWIEDZIALNOŚĆ. W tym kontekście prowadzący stawia pytanie: co dzieje się wtedy, gdy osiągnięcie celu staje się ważniejsze niż prawda i człowiek?

2. Makiawelizm jako postawa – 10 minut

W kluczu rozumienia etyki mediów w ujęciu A. Lepy prowadzący nie ogranicza się do zbudowania definicji skuteczności według N. Machiavellego, ale raczej pokazuje ją jako budowanie negatywnej postawy wobec prawdy o rzeczywistości. Skuteczność staje się impulsem do działań manipulacyjnych wobec drugiej osoby. W imię osiągnięcia celu zostają podporządkowane jego osiągnięciu takie elementy osobowości człowieka jak intelekt, wola i emocje.

Na tablicy można wypisać symptomy takiej postawy:
- instrumentalne traktowanie człowieka,
- brak autentycznego zainteresowania drugim człowiekiem,
- brak empatii,
- lekceważenie praw i oczekiwań drugiej osoby – szczególnie jako odbiorcy przekazu medialnego,
- przebiegłość jako narzędzie perswazji,
- brak skrupułów w doborze środków.

Nauczyciel podsumowuje postawę makiawelizmu w kontekście etyki biskupa Lepy – zagrożenie w budowaniu prawdziwej wspólnoty, niszczenie relacji poprzez narzędziowe traktowanie drugiego człowieka, zanik wzajemnego zaufania jako warunku efektywnej komunikacji, odbiorca przestaje być osobą, a staje się zasięgiem, targetem, elementem gry o uwagę.



3. Kształtowanie się decyzji: metoda STOP – 15 minut

Nauczyciel wraca do trzech zapowiedzi dotyczących nowych zasad korzystania ze smartfonów w czasie lekcji, wykorzystanych w punkcie „Aukcja uwagi". Raz jeszcze przywołuje trzy zapowiedzi o różnym zabarwieniu: rzeczową, emocjonalną i nastawioną na konflikt. Tym razem uczniowie nie oceniają już, która wypowiedź najskuteczniej przyciąga uwagę, ale analizują środki wykorzystane do osiągnięcia skuteczności zdobycia uwagi, a także sposobu traktowania odbiorcy.

Klasa dzieli się na zespoły. Każdy z zespołów analizuje powyższe zapowiedzi wobec czterech pytań STOP.
S – Skutek. Jaki rezultat chce osiągnąć nadawca? Czy chce tylko poinformować, zainteresować czy wzbudzić reakcje i emocje?
T – Technika/Środek. Jakich środków używa, aby osiągnąć zamierzony rezultat? Uczniowie zwracają uwagę na dobór słów, wyolbrzymienia, język emocji, sugerowanie konfliktu lub budowanie poczucia zagrożenia.
O – Osoba. Jak traktowany jest odbiorca przekazu? Czy przekazana informacja pozwala mu zająć stanowisko, podjąć decyzję, ustosunkować się? Czy pobudzenie emocjonalne nadawcy ma być skutecznym narzędziem w celu osiągnięcia konkretnej postawy u odbiorcy?
P – Prawda. Co dzieje się z prawdą i kontekstem wydarzenia? Czy zapowiedź adekwatnie naświetla zmianę zasad, czy też selekcjonuje lub wzmacnia niektóre jej elementy? Czy używa języka, który wymusza już określoną interpretację?

4. Od mechanizmu do skutku. Co machiawelizm robi z mediosferą? – 10 minut
Grupy prezentują wyniki. Nauczyciel porządkuje wyniki w odniesieniu do trzech poziomów: osobowego, relacyjnego, społecznego. Na poziomie osoby: utrata autonomii przez odbiorcę; wzbudzenie emocji dla osiągnięcia celu, z dopowiedzeniem – cudzego; naruszenie godności osoby. Na poziomie relacji: spadek zaufania; podejrzliwość, uprzedmiotowienie. Na poziomie społecznym: silna i niepotrzebna polaryzacja, osłabienie więzi, degradacja ewentualnej debaty do nasyconych emocjami wypowiedzi, wyrabianie nawyku, że zwycięzcy nie pyta się o racje.
W tym momencie prowadzący wraca do koncepcji bp. A. Lepy, pokazując, że media są środowiskiem wychowawczym. Problemem są nie tylko pojedyncze manipulacje, ale powtarzalne pokazanie, że spryt, nadinterpretacja, potencjał emocjonalny wypowiedzi są czymś, co staje się normą komunikacyjną. Przebiegłość zaczyna być traktowana jako kompetencja społeczna, a instrumentalizacja innych jako niezbędna „cena" sukcesu medialnego, który sprowadza się do „gry o uwagę".

5. Podsumowanie: test „cel – środek – człowiek" – 5 minut
Uczniowie kończą trzy zdania:
- Cel przekazu staje się niebezpieczny, gdy…
- Środek jest nieetyczny, gdy…
- Odbiorca jest traktowany podmiotowo, gdy…

Lekcję zamyka wniosek, że w makiawelizmie medialnym chodzi nie tylko o skuteczność, ale przede wszystkim o to, że skuteczność przeradza się w podporządkowanie drugiego człowieka własnemu celowi. Edukacja medialna ma więc nie tylko demaskować techniki, ale kształtować postawę przeciwną prawdomówności, empatii, odpowiedzialności i zdolności budowania więzi.

Materiały edukacyjne

Materiały do wydruku/pracy w klasie

1. Karta „Symptomy makiawelizmu według A. Lepy”

- instrumentalne traktowanie człowieka,
- brak autentycznego zainteresowania człowiekiem,
- brak empatii,
- lekceważenie praw i oczekiwań drugiej osoby,
- przebiegłość jako narzędzie perswazji,
- brak skrupułów w doborze środków.

Pytanie kontrolne: czy odbiorca jest traktowany jako osoba, której przekaz pozwala samodzielnie zająć stanowisko, czy przede wszystkim jako środek do osiągnięcia celu nadawcy?

2. Karta pracy STOP – analiza zapowiedzi o smartfonach

Przeanalizuj trzy zapowiedzi wykorzystane podczas „aukcji uwagi”: rzeczową, opartą na emocjach oraz sugerującą konflikt.

S – Skutek. Jaki rezultat chce osiągnąć nadawca? Czy chce tylko poinformować, zainteresować, czy wzbudzić reakcje i emocje?

.....

.....

T – Technika/Środek. Jakich środków używa, aby osiągnąć zamierzony rezultat? Zwróć uwagę na dobór słów, wyolbrzymienia, język emocji, sugerowanie konfliktu lub budowanie poczucia zagrożenia

.....

.....



O – Osoba. Jak traktowany jest odbiorca przekazu? Czy informacja pozwala mu zająć stanowisko i podjąć decyzję, czy pobudzenie emocjonalne ma skłonić go do określonej reakcji?

.....

.....

P – Prawda. Co dzieje się z prawdą i kontekstem wydarzenia? Czy zapowiedź adekwatnie przedstawia zmianę zasad, czy selekcjonuje lub wzmacnia wybrane elementy i narzuca interpretację?

.....

.....

Wniosek: które elementy zapowiedzi można uznać za przejaw logiki makiawelistycznej i dlaczego?

.....

.....

3. Karta „cel – środek – człowiek"

Dokończ zdania, odwołując się do analizy wykonanej podczas zajęć.

- Cel przekazu staje się niebezpieczny,

  gdy.....

- Środek jest nieetyczny,

  gdy.....

- Odbiorca jest traktowany podmiotowo,

  gdy.....

Podsumowanie: w makiawelizmie medialnym skuteczność staje się problemem etycznym wtedy, gdy prowadzi do podporządkowania drugiego człowieka własnemu celowi.

Podstawa merytoryczna scenariusza

E-book: R. Leśniczak, J. A. Sobkowiak, W. Bartocha (red.), *Biskup Adam Lepa – prekursor religijnej edukacji medialnej w Polsce,* Warszawa 2025.
E-book: P. Drzewiecki, A. Kiciński, R. Leśniczak (red.), *Słownik Edukacji Medialnej według biskupa Adama Lepy,* Warszawa 2026.

Waldemar Bartocha

Media a rodzina: bliskość czy izolacja?
– o wpływie technologii na relacje z najbliższymi



Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej
Zajęcia realizują wymagania podstawy programowej z zakresu wychowania do życia w rodzinie oraz etyki. Uczeń analizuje wpływ mediów na relacje międzyludzkie, zwłaszcza rodzinne. W efekcie rozwija umiejętność refleksji nad własnym funkcjonowaniem w relacjach oraz świadomego korzystania z technologii. Temat ten bezpośrednio wspiera nauczanie o wartości wspólnoty rodzinnej oraz o chrześcijańskiej odpowiedzialności za jakość relacji z najbliższymi.

Cel ogólny: kształtowanie krytycznego podejścia do używania mediów w środowisku rodzinnym (pozytywne i negatywne ujęcie), rozwijanie obrazu rodziny w ujęciu chrześcijańskim.

Cele szczegółowe. Uczeń:
- wymienia pozytywne i negatywne skutki korzystania z mediów w środowisku rodzinnym,
- proponuje zasady higieny cyfrowej w relacjach rodzinnych,
- przedstawia obraz rodziny jako wspólnoty miłości,
- ocenia własne zachowania medialne w domu pod kątem bliskości oraz izolacji.

Postawy: Uczeń potrafi krytycznie podejść do zagadnienia mediów w środowisku rodzinnym, kształtuje postawę bliskości w świecie realnym.

Metody i techniki: rozmowa kierowana, analiza tekstu, burza mózgów, metoda porównawcza, dyskusja.

Środki dydaktyczne: film, tekst źródłowy, karta pracy, tablica.



Przebieg zajęć

1. Wprowadzenie (3 minuty)
Uczniowie odpowiadają na pytania wprowadzające w temat (burza mózgów):
- jak media wpływają na relacje z najbliższymi?
- czy media przybliżają ludzi do siebie czy powodują oddalenie?

2. Analiza tekstów i filmu wraz z ich porównaniem (30 minut)
Uczniowie zostają podzieleni na dwie grupy. Każda z grup otrzymuje formularz do wypełnienia oraz kartki z fragmentem Orędzia na 38. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Media w rodzinie: ryzyko i bogactwo*. Następnie nauczyciel przedstawia krótki filmik: *Pass the salt* (https://www.youtube.com/watch?v=6_-xTxP1hD4). Uczniowie podczas oglądania filmu mają zwrócić uwagę na zachowania bohaterów, ich relacje oraz sposób reagowania na potrzeby drugiego człowieka.
Po zapoznaniu się z filmem i tekstem dokonują analizy porównawczej. Po skończonej pracy przedstawiciele poszczególnych grup prezentują to, co zostało zapisane na formularzach.

3. Dyskusja (10 minut)
Nauczyciel zadaje pytanie: „czy media zbliżają ludzi do siebie, czy budują mur między ludźmi"? Następnie rozpoczyna się dyskusja. W ciągu rozmowy na tablicy zapisywane są zalety i wady korzystania z mediów w środowisku rodzinnym.

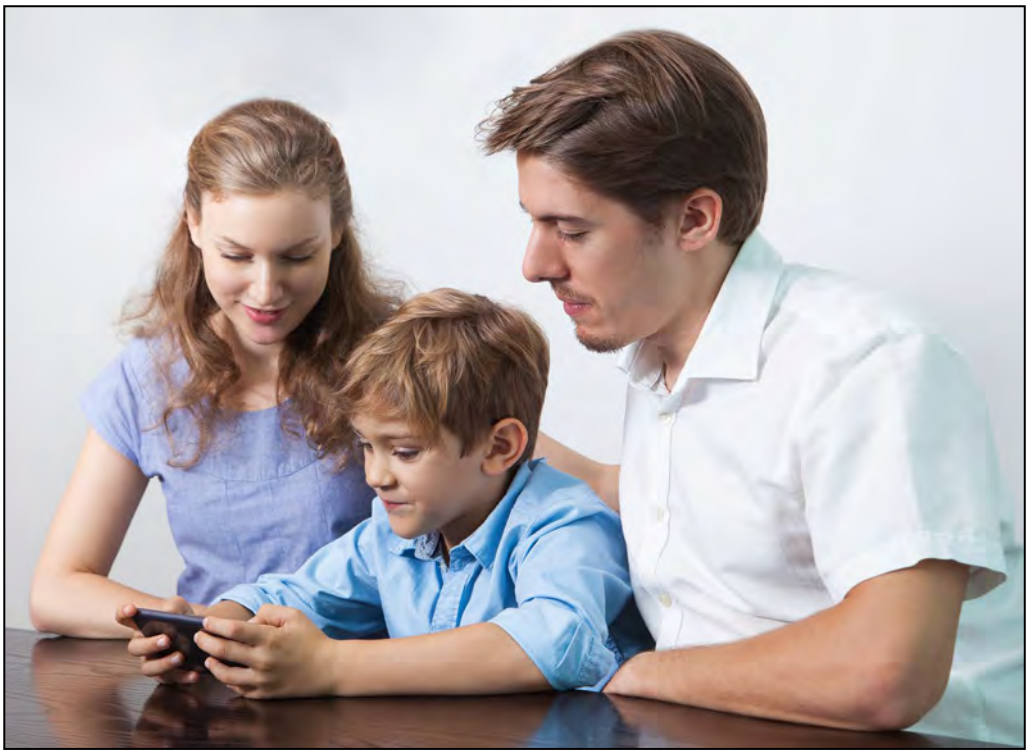
4. Podsumowanie (1 minuta)
Nauczyciel podsumowuje podjęty temat lekcji. Zwraca uczniom uwagę, że media w środowisku rodzinnym nie są rzeczywistością jednorodną, mogą one stanowić zarówno szansę, jak i zagrożenie. Podkreśla również fakt, iż najważniejsze jest budowanie relacji międzyludzkich opartych na fizycznym kontakcie.



Materiały edukacyjne[1]

Rodzice jako pierwsi i najważniejsi wychowawcy swoich dzieci są też dla nich pierwszym źródłem wiedzy o mediach. Ich zadaniem jest wpojenie potomstwu umiejętności korzystania z umiarem, krytycznie, czujnie i roztropnie z tych środków w rodzinnym domu (por. *Familiaris consortio* 76). Gdy rodzice wywiązują się z tego zadania dobrze i konsekwentnie, życie rodzinne ogromnie na tym zyskuje. Nawet małym dzieciom można przekazać istotne informacje na temat mediów: że są one tworzone przez ludzi, którym zależy na przekazywaniu pewnych treści; że treści te mają często zachęcać do określonych zachowań – do kupienia jakiegoś towaru albo do postępowania w sposób budzący zastrzeżenia – które nie leżą w rzeczywistym interesie dziecka i nie są zgodne z prawdą moralną; że dzieci nie powinny bezkrytycznie przyjmować ani naśladować tego, co znajdują w mediach.
Rodzice powinni także ustalać reguły korzystania ze środków społecznego przekazu w domu. Powinno to polegać między innymi na planowaniu i programowaniu korzystania z mediów, na ścisłym ograniczaniu czasu, jaki dzieci im poświęcają, organizowaniu wspólnych rozrywek w gronie rodziny, całkowitym zabranianiu

1 Jan Paweł II, *Media w rodzinie: ryzyko i bogactwo*. Orędzie na 38. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, https://mediadlaewangelii.pl/content.php?ContentId=109pl (dostęp: 18.09.2026).



dostępu do niektórych środków przekazu oraz okresowej rezygnacji z korzystania ze wszystkich mediów na rzecz innych form wspólnego spędzania czasu. Przede wszystkim rodzice powinni dawać dzieciom dobry przykład swym rozważnym i wybiórczym korzystaniem z mediów. W wielu przypadkach przydatne może być współdziałanie rodzin, które razem zastanawiają się, jakie problemy i możliwości stwarza korzystanie z mediów. Rodziny powinny otwarcie mówić producentom, twórcom reklam i władzom publicznym, co im się podoba, a co nie.

Karta pracy

1. Pytania do filmu *Pass the salt*.

Co jest głównym problemem przedstawionej rodziny?

.....

.....

Jakie emocje można zauważyć u bohaterów?

.....

.....

Jak technologia wpływa na ich relacje?

.....

.....

2. Pytania do fragmentu orędzia papieskiego.
a) Jakie zadania wobec mediów mają rodzice według tego tekstu?

.....

.....

b) Jakie zagrożenia dla dzieci wskazuje papież?

.....

.....

c) Jakie konkretne działania powinni podejmować rodzice?

.....

.....

3. Uzupełnij tabelę.

	Pass the salt	Orędzie
Obraz rodziny		
Problem		
Rola rodziców		
Wpływ mediów		
Rozwiązanie problemu		

Znajdź trzy wspólne przesłania filmu i nauczania Kościoła:

1. .....

2. .....

3. .....

Jarosław A. Sobkowiak

Patologie przekazu
– od hejtu do medialnego linczu: jak reagować na zło w sieci?



Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej
Zajęcia realizują wymagania z informatyki oraz wiedzy o społeczeństwie dotyczące zagrożeń w przestrzeni medialnej, krytycznej analizy informacji i odpowiedzialnego, podmiotowego uczestnictwa w komunikacji. Scenariusz może być wykorzystany również na lekcji religii w odniesieniu do zagadnień dotyczących godności osoby, fałszywego świadectwa, sposobów reagowania na przemoc i kształtowania sumienia w środowisku cyfrowym.

Cel ogólny: kształtowanie moralnej wrażliwości ucznia na patologie przekazu oraz rozwijanie umiejętności rozpoznawania, oceny i przeciwdziałania skutkom komunikacji, która narusza odniesienie do fundamentalnych wartości prawdy i godności osoby. Uderza także w dobre imię, niszczy zaufanie społeczne i szeroko pojętą mediosferę.

Cele szczegółowe. Uczeń:
- wyjaśnia pojęcie patologii przekazu medialnego i wskazuje jej wymiar etyczny, poznawczy i społeczny,
- analizuje skutki patologicznego przekazu dla osoby, relacji i mediosfery,
- rozpoznaje manipulacje, propagandę szeptaną, dezinformację oraz różne formy kłamstwa: pominięcie, kontekst, język,
- odróżnia krytykę konkretnego działania lub prezentowanego poglądu od ataku na osobę, hejtu i nagonki medialnej,
- formułuje zasady odpowiedzialnego odbioru, komentowania i udostępniania treści.

Postawy: uczeń rozwija szacunek dla prawdy, godności i dobrego imienia drugiej osoby, empatię wobec osoby krzywdzonej, odpowiedzialność za własne słowa, poglądy i działania, a także rozumie potrzebę odbudowania rzetelnej komunikacji.

Metody i techniki: „termometr hejtu" – pojęcie zbudowane przez analogię do propozycji badań dr. M. Robaka dotyczących „hejtometru" – por. https://centrum.uksw.edu.pl/badania/, miniwykład problemowy, analiza przypadku, praca zespołowa, mapa konsekwencji, odwrócona redakcja komunikatu bardziej profesjonalnie zwana techniką odwróconej piramidy, karta wyjścia.

Środki dydaktyczne: zanonimizowane, fikcyjne przykłady postów, komentarzy i nagłówków, karty przypadków, karta „Patologia czy krytyka?", projektor lub tablica, papier, markery.

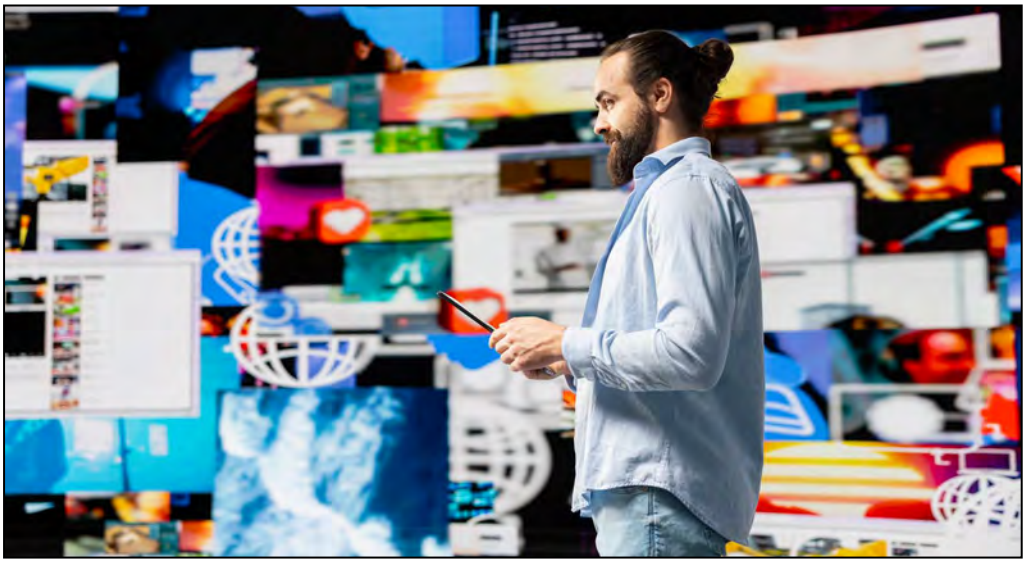
Przebieg zajęć

1. Termometr szkody – 7 minut

Nauczyciel przedstawia kilka krótkich wypowiedzi: rzeczową krytykę decyzji, ironiczną uwagę, obraźliwy komentarz skierowany w stronę osoby oraz wezwanie do zbiorowego ośmieszania konkretnej osoby. Uczniowie ustawiają przykłady na skali 0–5; od sporu bez naruszenia godności osoby do poważnej krzywdy. Dodatkowo każda decyzja wymaga wskazania jednego kryterium, które posłużyło do stworzenia wypowiedzi: prawda, godność, intencja, zasięg, powtarzalność, przewidywany skutek. Ważne, by uczulić uczniów, że patologia przekazu nie rozpoczyna się w momencie popełnienia zabronionego czynu, ale zaczyna się znacznie wcześniej, gdy komunikacja przestaje służyć prawdzie i budowaniu relacji, a zaczyna niszczyć pojmowanie rzeczywistości, poniżać osoby lub niszczyć zaufanie.

2. Miniwykład: patologia przekazu niszczy infosferę – 10 minut

Próba zbudowania definicji patologii przekazu medialnego: patologie przekazu są to formy i mechanizmy nieprawidłowego funkcjonowania komunikatu, które naruszają normy etyczne, poznawcze i społeczne, dotyczące rzetelnego komunikowania. W refleksji biskupa Adama Lepy szczególne miejsce w tym zakresie zajmują: manipulacja, propaganda, kłamstwo, dezinformacja i niszczenie infosfery. Pojawiają się u niego nawet takie pojęcia, jak zatrucie informacyjne, plotka medialna, nowa mitologia czy manipulacyjna selekcja informacji.



Na tablicy powstaje komunikat: patologiczny komunikat ➞ deformacja obrazu rzeczywistości ➞ krzywda osoby ➞ utrata zaufania ➞ skażenie infosfery.
Nauczyciel dopowiada, że zniekształcona informacja w przestrzeni medialnej nie pozostaje jednostkowym błędem, ale zaczyna zataczać coraz szersze kręgi, dezorientując opinię publiczną, utrudniając realny dialog i osłabiając zdolność rozróżniania pomiędzy prawdą a fałszem. Następnie, odwołując się do myśli bp. Adama Lepy, wprowadza trzy płaszczyzny kłamstwa:

- przez pominięcie – brak dostatecznych informacji do pełnego zrozumienia danej sytuacji,
- przez kontekst – to, co prawdziwe, zostaje umieszczone w fałszywej ramie informacyjnej,
- przez język – taki dobór słów i etykietowanie, które narzuca ocenę przed poznaniem faktów.

3. Od hejtu do medialnego linczu – 15 minut
Klasa dzieli się na cztery zespoły. Każdy zespół otrzymuje jeden przypadek. **R**ozpoznaje, co jest nieprawidłowe; **R**ozważa skutek: kto i jak może zostać skrzywdzony, **R**eaguje – co może zrobić odbiorca lub świadek? [3R].



- **Przypadek 1 – hejt pod filmem – agresja w komentarzach**

Sytuacja: 17-latka wrzuca na TikToka film o ekologii. Trafia on do przypadkowych osób.
Mechanizm: Fala wulgaryzmów i wyzwisk w komentarzach. Anonimowi użytkownicy nakręcają się nawzajem, a algorytm promuje film z powodu dużego ruchu.
Skutek: Klasyczny, masowy hejt i mechanizm działania algorytmów społecznościowych.

Wymyślone komentarze:
– Weź, usuń to konto, laska, co ty na siebie założyłaś, wyglądasz jak ze śmietnika xD,
– Kto ci pozwolił nagrywać, głos masz tak irytujący, że aż uszy krwawią...,
– Następna eko-aktywistka od siedmiu boleści, idź się leczyć, współczuję rodzicom takiego dziecka.

- **Przypadek 2 – prawdziwy kadr, fałszywa historia, manipulowanie kontekstem**

Sytuacja: Zdjęcie ucznia, który na sekundę schował twarz w dłoniach z powodu bólu głowy, trafia na grupę z podpisem: „Janek pijany na apelu!".
Mechanizm: Wykorzystanie autentycznego zdjęcia do stworzenia kłamliwej narracji (fake news). Plotka niszczy reputację wzorowego ucznia.
Skutek: Dezinformacja wizualna i bezkrytyczna wiara w podpisy pod zdjęciami.
Wymyślone komentarze:
– Oooo, wzorowy Jasiu pęka na apelu, nieźle go odcięło XDD,
– Niezły przykład dla szkoły, patola i tyle, a dyrekcja udaje, że nic nie widzi, bo synuś mamusi,
– Wstyd, tacy ludzie reprezentują naszą klasę? Powinni go od razu wywalić dyscyplinarnie.

- **Przypadek 3 – szeptana reputacja, czarny PR**

Sytuacja: Zespół muzyczny wygrywa szkolny konkurs. Zazdrosny rywal zakłada fikcyjne konta i pisze komentarze: „Słyszałem, że kradną bity", „Śpiewają z playbacku".
Mechanizm: Pozornie niewinne plotki sączone przez rzekomo niezależne źródła. Społeczność zaczyna wierzyć, że „skoro tylu ludzi tak pisze, to musi być prawda".
Skutek: Astroturfing, czyli zorganizowane, ukryte niszczenie czyjegoś wizerunku.
Wymyślone komentarze:
– Fajny kawałek, szkoda tylko że bit w 100% ukradziony od jakiegoś podziemnego rapera z USA, zero własnej kreatywności...,
– Ludzie, wy serio myślicie, że ona tak śpiewa? Znajoma z jej klasy mówiła, że na żywo nie potrafi czysto wyciągnąć ani jednej nuty, wszystko leci z playbacku i autotune ustawionego na maxa,
– Słyszałem od paru osób, że jury było przekupione, bo ich stary zna się z dyrektorem. Szkoda gadać, układy i tyle.

- **Przypadek 4 – medialny lincz**

Sytuacja: Nastoletni gamer podczas streamu przeklina i obraża mniejszość. Ktoś wycina ten 5-sekundowy fragment i wrzuca do sieci.
Mechanizm: Masowa akcja niszczenia chłopaka pod hasztagiem #IsOverParty. Tysiące ludzi żądają wyrzucenia go ze szkoły, a jego rodzice dostają groźby śmierci.
Skutek: Internetowy samosąd, który wymyka się spod kontroli.

Wymyślone komentarze:
– *#IgorIsOverParty oficjalnie, niszczyć rasistowskie ścierwo, nie ma miejsca w sieci dla takich podludzi!!!,*
– *Mam nadzieję, że sponsorzy już zrywacie umowy? @BrandName czekamy na oświadczenie albo bojkot waszych produktów!,*
– *Wie ktoś, do jakiej szkoły chodzi ten odpad? Trzeba pisać masowo do dyrekcji o natychmiastowe wydalenie, takie patusy nie powinny mieć prawa do edukacji z normalnymi ludźmi.*

4. Mapa konsekwencji: osoba – relacja – infosfera – 8 minut
Nauczyciel tworzy trzy kolumny: osoba – relacja – infosfera. Zespoły przyporządkowują skutki swoich przypadków. Wypisują charakterystyczne słowa związane z przypadkami pod każdą z kolumn.
Nauczyciel wprowadza pojęcie logosfery jako środowiska słowa i wartości. Wyjaśnia, że jej degradacja oznacza nie tylko przygotowanie pola dla złych treści, ale osłabienie kultury słowa, w której człowiek uczy się rozumieć i wyjaśniać rzeczywistość oraz budować relacje. Powtarzalna pogarda, insynuacje i kłamstwo mogą promować negatywne wzorce komunikacyjne, które w miarę oswajania się z nimi tworzą nową formę komunikacji prowadzącą do patologii przekazu.

5. Karta wyjścia: Nie bądź biernym przekaźnikiem, bądź osobą! – 5 minut
Każdy uczeń dopełnia cztery zdania:
„Rozpoznam patologię, gdy…”
„Nie udostępnię, jeśli…”
„Gdy zobaczę hejt wobec kogoś…”
„Mój sposób dbania o infosferę to…”



Materiały edukacyjne

Materiały do wydruku, pracy w klasie

1. Karta „Patologia czy krytyka?”
Sam fakt, że wypowiedź jest „ostra”, nie wystarcza do uznania jej za patologiczną. Zaznacz kryteria naruszone w analizowanym komunikacie.

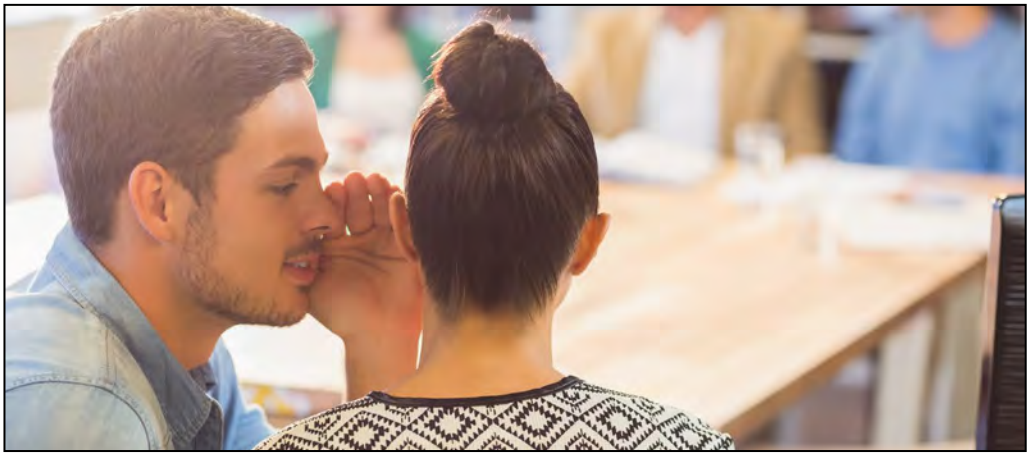
PRAWDA	Czy twierdzenia są sprawdzalne? Czy zachowano kontekst?
OSOBA	Czy krytykowane jest zachowanie/pogląd, czy człowiek jako osoba?
JĘZYK	Czy słowa opisują, czy etykietują, by wzbudzić pogardę?
PROPORCJONALNOŚĆ	Czy forma i zasięg reakcji odpowiadają wadze sprawy?
ODPOWIEDZIALNOŚĆ	Czy da się wskazać autora, który weźmie odpowiedzialność i źródło?
SKUTEK	Czy przekaz pomaga zrozumieć problem, czy pobudza przeciw osobie?

2. Trzy rodzaje kłamstwa w przekazie:
- Kłamstwo przez pominięcie – odbiorca otrzymuje wybrane fakty, zostaje natomiast pozbawiony informacji koniecznej do pełnego zrozumienia sytuacji.
- Kłamstwo przez kontekst – element prawdziwy zostaje umieszczony w takiej ramie interpretacyjnej, że prowadzi do fałszywego obrazu całości.
- Kłamstwo przez język – dobór słów, etykiet i określeń sugeruje ocenę, zanim odbiorca pozna fakty i argumenty.

3. Propaganda szeptana

Propaganda szeptana jest trudna do rozpoznania, ponieważ występuje w naturalnym obiegu komunikacyjnym. Jej siła zależy od poufnego tonu i powtarzalności jako substytutu dowodu.

W rozpoznaniu pomaga kilka pytań pomocniczych:
- czy wiadomo, kto jest pierwotnym źródłem informacji?
- czy nadawca używa formuły typu „podobno", „wszyscy wiedzą", „nie mogę ujawnić źródła"?
- czy treść można zweryfikować niezależnie?
- czy powtarzanie informacji zwiększa jej wiarygodność?



4. Od hejtu do linczu medialnego – jak rozpoznać mechanizm eskalacji?

Materiał wyjściowy	Czy jest zweryfikowany?
Utrata kontekstu	Czy kolejne publikacje powtarzają fragment oderwany od całości?
Etykietowanie	Czy ocena czynu zmienia się w ocenę osoby?
Lawina	Czy użytkownicy powielają treść bez weryfikacji?
Dehumanizacja	Czy język użyty pozbawia osobę godności i prawa do odpowiedzi?
Trwałość	Czy jednostronna narracja pozostaje w obiegu nawet po jej sprostowaniu?

Podstawa merytoryczna scenariusza

E-book: R. Leśniczak, J. A. Sobkowiak, W. Bartocha (red.), *Biskup Adam Lepa – prekursor religijnej edukacji medialnej w Polsce*, Warszawa 2025.
E-book: P. Drzewiecki, A. Kiciński, R. Leśniczak (red.), *Słownik Edukacji Medialnej według biskupa Adama Lepy*, Warszawa 2026.

Rafał Leśniczak

Opinia publiczna: czy myślimy samodzielnie?
– jak media formatują poglądy społeczeństwa



Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej
Zajęcia realizują wymagania podstawy programowej z wiedzy o społeczeństwie w zakresie życia publicznego. Uczeń analizuje mechanizmy kształtowania opinii publicznej oraz wpływ mediów na poglądy społeczne. W efekcie rozwija umiejętność samodzielnego myślenia i formułowania własnych opinii.

Cel ogólny: uczeń rozumie, jak kształtowana jest opinia publiczna i w jaki sposób media oraz inne czynniki wpływają na decyzje wyborcze obywateli.

Cele szczegółowe. Uczeń:
- wyjaśnia pojęcie opinii publicznej,
- opisuje mechanizmy wpływu mediów na społeczeństwo,
- analizuje przykłady przekazów medialnych dotyczących wyborów,
- rozróżnia informację, opinię i perswazję,
- ocenia stopień niezależności własnych decyzji wyborczych.

Postawy: krytyczne podejście do informacji medialnych, postawa odpowiedzialności, postawa szacunku dla własnych i odmiennych poglądów, świadome uczestnictwo w życiu publicznym, gotowość do samodzielnego myślenia.

Metody i techniki: dyskusja kierowana, burza mózgów, analiza materiałów medialnych (artykuły, reklamy polityczne), studium przypadku (kampania wyborcza), minidebata „czy media wpływają na moje decyzje?", praca w grupach.

Środki dydaktyczne: przykładowe materiały prasowe i internetowe, krótkie fragmenty reklam wyborczych, tablica/flipchart, prezentacja multimedialna, dostęp do internetu.



Przebieg zajęć

1. Wprowadzenie – kontekst obywatelski (5 minut)
Nauczyciel rozpoczyna od pytania problemowego:
Czy Twoja decyzja o pójściu (lub niepójściu) na wybory jest w pełni Twoja?

Krótka burza mózgów: uczniowie podają czynniki wpływające na decyzje wyborcze (rodzina, media, znajomi, internet, emocje).

2. Wprowadzenie pojęcia opinii publicznej (5 minut)
Nauczyciel wyjaśnia pojęcie opinii publicznej oraz wskazuje, że: nie jest ona sumą wszystkich opinii jednostek, jest kształtowana przez media, polityków, influencerów i grupy społeczne. Uczniowie dopisują definicję do notatki.

3. Miniwykład + przykład (5–7 minut)
Nauczyciel prezentuje mechanizmy wpływu mediów: selekcja informacji (co jest pokazywane, a co nie), framing (sposób interpretowania treści), emocjonalizacja przekazu.

4. Analiza materiałów źródłowych (10 minut)
Praca z tekstami: K. Ryncarz, *Politycy pokochali dezinformację. Kłamią, bo mogą. Czują się bezkarni* (Interia, 2026); Demagog, *Dezinformacja i operacje wpływu przed wyborami prezydenckimi 2025* (raport, 2025).
Uczniowie w parach odpowiadają na pytania: jakie zagrożenia dla opinii publicznej wskazują autorzy? jak dezinformacja może wpływać na decyzje wyborcze? czy przedstawione zjawiska mogą zmieniać wynik wyborów?



5. Praca w grupach – analiza przekazów medialnych (10 minut)
Każda grupa otrzymuje zestaw nagłówków lub fragmentów reklam wyborczych.
Zadanie: rozróżnić informację, opinię i perswazję, wskazać elementy emocjonalne i manipulacyjne, określić potencjalny wpływ na wyborcę (np. młodego obywatela).



6. Studium przypadku – kampania wyborcza (5–7 minut)
Nauczyciel przedstawia uproszczony scenariusz kampanii wyborczej (np. konflikt dwóch kandydatów w mediach społecznościowych).
Uczniowie odpowiadają: jakie techniki wpływu są stosowane? jak media mogą wzmacniać jeden przekaz, a osłabiać inny?

7. Minidebata (7–8 minut)
Teza:
„Media bardziej kształtują niż informują opinię publiczną". Uczniowie dzielą się na dwie strony: „ZA" i „PRZECIW".
Krótka, dynamiczna wymiana argumentów.

8. Podsumowanie i refleksja (5 minut)
Nauczyciel zadaje pytanie końcowe:
Co mogę zrobić, aby moja decyzja wyborcza była bardziej świadoma?
Uczniowie kończą zdanie:
Najbardziej wpływa na opinię publiczną…
Aby myśleć samodzielnie, powinienem/powinnam…

Nauczyciel podkreśla znaczenie krytycznego odbioru mediów i odpowiedzialnego udziału w wyborach. Na koniec zajęć nauczyciel przeprowadza miniquiz i zadaje pytania kontrolne:

- Podaj dwa mechanizmy wpływu mediów na opinię publiczną (np. framing, selekcja informacji, emocjonalizacja przekazu).
- Czym różni się informacja od perswazji? Podaj przykład.
- Wymień jeden sposób, w jaki możesz sprawdzić wiarygodność informacji przed wyborami.

Materiały edukacyjne

1. K. Ryncarz, *Politycy pokochali dezinformację. Kłamią, bo mogą. Czują się bezkarni*, Interia Wydarzenia, 2.06.2026. https://wydarzenia.interia.pl/zagranica/news-politycy-pokochali-dezinformacje-klamia-bo-moga-czuja-sie-be,nId,23487664 (dostęp: 18 czerwca 2026 roku).

- Politycy kłamią, bo mają poczucie bezkarności - mówi Interii ekspert od wizerunku politycznego Mirosław Oczkoś. Coraz większa skłonność do posługiwania się kłamstwami i dezinformacją widoczna jest nie tylko w Polsce, lecz na całym świecie, czego przykładami mogą być Viktor Orban czy Donald Trump, który „wieczorem mówi coś innego, niż mówił rano". Dezinformację szczególnie widać zwłaszcza w czasie kampanii wyborczych. (...)

O tym, dlaczego politycy tak chętnie kłamią w kampaniach wyborczych zapytaliśmy ekspertów.



- Każda kampania wyborcza to okres szczególnie narażony na dezinformację. Po wypowiedziach polityków widać, że wybierają sobie na ten czas kilka konkretnych tez i narracji, do których nieustannie wracają. Część z nich jest fałszywa. Jeśli mimo weryfikacji jasno pokazujących, że mamy do czynienia z fałszem lub manipulacją, politycy powtarzają te tezy i wracają do tych narracji, oznacza to, że najprawdopodobniej świadomie oszukują swoich wyborców, czyli dezinformują, albo z innych przyczyn nie chcą przyjmować najlepszej wiedzy w danym zakresie – twierdzi Marcin Kostecki, redaktor naczelny Demagog. Według niego trudno jednoznacznie określić, dlaczego politycy tak często posługują się fałszem w trakcie kampanii wyborczych. – Może to wynikać z braku lepszych argumentów na podważenie zaufania do przeciwnika lub pokazanie siebie w jak najlepszym świetle. Przyczyną może być też potrzeba uproszczenia i przejaskrawienia przekazu z myślą o „przeciętnym odbiorcy", którego polityk postrzega jako osobę średnio rozgarniętą i podatną na emocje. Nie wykluczam także szczerego przekonania wśród części polityków, że jakiś fałszywy przekaz jest prawdą – mówi.



2. Demagog, *Dezinformacja i operacje wpływu przed wyborami prezydenckimi 2025. Raport z kampanii*, Demagog, 18.07.2025. https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/dezinformacja-i-operacje-wplywu-przed-wyborami-prezydenckimi-2025-raport-z-kampanii/ (dostęp: 18 czerwca 2026 roku).

Narracje anonimowych kont z sieci przeniknęły do mainstreamu. Przedstawiamy raport podsumowujący nasz monitoring podmiotów, które realizowały operacje wpływu i promowały zmanipulowane teorie w polskiej infosferze w trakcie kampanii prezydenckiej.

Jednym z głównych priorytetów naszej organizacji jest przeciwdziałanie zagrożeniom informacyjnym, które nie ograniczają się wyłącznie do dezinformacji. W ostatnich miesiącach odnotowaliśmy wzrost aktywności kont prowadzących operacje wpływu w polskim społeczeństwie (...).
Szczególną wagę przywiązywaliśmy do wykrywania narracji skierowanych przeciwko kandydatom oraz niebezpiecznych dla integralności wyborów. Nasze raporty pokazują, że liberalna polityka moderacyjna serwisu X stwarza dogodne warunki do rozpowszechniania tego rodzaju treści.

- Profile, które obserwowaliśmy, uzyskały ponad 20 mln wyświetleń pod wpisami noszącymi znamiona operacji wpływu. Aktywność tych kont skokowo wzrosła w ostatnich tygodniach kampanii (o 756 proc. między marcem a kwietniem i o 118 proc. między kwietniem a majem) – pojawiało się nawet kilkaset postów tygodniowo.
- Wykryliśmy prorosyjskie przekazy propagandowe na temat wojny w Ukrainie, przypadki podważania uczciwości wyborów, a także podsycania w społeczeństwie nienawiści do osób czarnych i migrantów, których obecność wiązano z przestępczością.
- Odnotowaliśmy skoordynowane akcje uderzające w reputację polityków. Kandydatury Rafała Trzaskowskiego i Karola Nawrockiego były delegitymizowane z powodu ich rzekomej pracy na korzyść Żydów, a Szymon Hołownia był dyskredytowany jako „probanderowski kandydat". Autorytet Sławomira Mentzena podważano wśród prawicowego elektoratu – oskarżano go o złagodzenie wcześniejszych postulatów i zmianę w „mainstreamowego polityka".

3. Spotkasz fake newsa – nie daj się wkręcić!, Opolski Urząd Wojewódzki, https://www.gov.pl/web/uw-opolski/spotkasz-fake-newsa-nie-daj-sie-wkrecic (dostęp: 18 czerwca 2026 roku)[1].



1 https://www.gov.pl/photo/format/e52e9597-6ecc-4273-8b5f-41769ee94a4a/resolution/1460x616 (dostęp: 18 czerwca 2026 roku), dozwolony użytek dydaktyczny.

Waldemar Bartocha

Ewangelizacja w erze cyfrowej
– jak media mogą służyć dobru i przekazywaniu wartości chrześcijańskich

Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej
Zajęcia realizują wymagania podstawy programowej z etyki (oraz pośrednio religii) w zakresie wartości w komunikacji. Uczeń poznaje możliwości wykorzystania mediów do przekazywania wartości i treści pozytywnych. W efekcie rozwija umiejętność odpowiedzialnego i świadomego korzystania z mediów w służbie dobra. Zajęcia realizują postulat misyjnej działalności Kościoła poprzez przygotowanie uczniów do świadomego i aktywnego promowania wartości chrześcijańskich w cyberprzestrzeni.

Cel ogólny: uczeń rozumie, że media mogą służyć dobru i przekazywaniu wartości, potrafi wskazać przykłady chrześcijańskiego świadectwa w mediach.

Cele szczegółowe. Uczeń:
- wyjaśnia pojęcie ewangelizacji cyfrowej,
- analizuje przykładowe przekazy medialne,
- rozróżnia świadectwo od moralizowania,
- rozpoznaje mechanizmy wpływu treści na odbiorców,
- projektuje przekaz inspirowany wartościami chrześcijańskimi.



- **Postawy:** kształtowanie postulatu misyjnej działalności Kościoła poprzez świadome i aktywne promowanie wartości chrześcijańskich w cyberprzestrzeni.

- **Metody i techniki:** rozmowa kierowana, symulacja zawodowa, analiza tekstu, projekt, burza mózgów.

- **Środki dydaktyczne:** cytat z Pisma Świętego, kartki A3, markery, kolorowe karteczki, karta pracy.

Przebieg zajęć

1. Wprowadzenie (2 minuty)
Nauczyciel informuje uczniów, że w ramach projektu wcielą się w role pracowników „Agencji Dobrych Mediów". Następnie uczniowie zostają podzieleni na pięć grup. Każda z nich losuje jedną z ról: strateg, twórca treści, analityk odbiorcy, projektant emocji, kurator wartości. Następnie rozdaje kartki A3, markery i kolorowe karteczki.

2. Rozmowa na temat fragmentu biblijnego (5 minut)
Nauczyciel odczytuje fragment 1 Kor 9,19-22. Następnie uczniowie odpowiadają na pytania:
- co to znaczy „dostosować się do odbiorcy"?
- jak na podstawie tego fragmentu rozumiesz komunikację?
- w jaki sposób można przełożyć to na przestrzeń cyfrową?





3. Projekt (20 minut)
Nauczyciel każdej z grup każe stworzyć przekaz, który pomoże młodym ludziom odnaleźć dobro w świecie cyfrowym. Przekaz ma opisywać jedną z wartości (do wyboru): nadzieja, przebaczenie, pokój, dobroć, wierność, cierpliwość). Uczniowie mają do wyboru również formę: grafikę, storyboard filmiku, hasło kampanii reklamowej, minipost na portal społecznościowy lub symboliczną ilustrację.
Następnie nauczyciel opisuje każdej z grup jej zadanie:
Strateg określa cel i odbiorcę; analityk opisuje potrzeby odbiorcy; twórca treści projektuje przekaz; projektant emocji wybiera emocję, którą ma wywołać treść w odbiorcy; kurator wartości pilnuje zgodności z wartościami chrześcijańskimi.
Grupa tworzy projekt na kartce A3.

4. Prezentacja (15 minut)
Każda z grup prezentuje efekty swojej pracy. Podczas słuchania wypowiedzi innych uczniowie mają zapisać na kartkach odpowiedź na pytanie: „czy taki przekaz trafiłby do mnie”? oraz „jaką rolę z Agencji Dobrych Mediów pełnię w życiu realnym? W jaki sposób mogę budować dobro w świecie cyfrowym”?

5. Podsumowanie (2 minuty)
Nauczyciel podsumowuje prace grup. Wskazuje, że w świecie cyfrowym można stawać się misjonarzami wówczas, gdy przekaz, jaki jest formowany, opiera się na wartościach i prawdziwym świadectwie wiary. Nauczyciel zachęca również uczniów do odszukania w interenecie przykładowych katoinfluencerów (np. Ksiądz z osiedla, Prawie morały, Ceremoniarz, Langusta na palmie itp.).

Materiały edukacyjne

Karta pracy

1. Na podstawie prezentowanych treści odpowiedz na pytania:

a) Czy tak zaprezentowana treść trafiłaby do mnie? Uzasadnij swoje zdanie.

.....

.....

b) Jaką rolę z Agencji Dobrych Mediów pełnię w realnej rzeczywistości, a jaką w świecie cyfrowym?

.....

.....

c) W jaki sposób mogę budować dobro w świecie cyfrowym?

.....

.....

d) Jak rozumiem pojęcie „ewangelizacji cyfrowej”? Czy znam przykłady tzw. katoinfluencerów?

.....

.....



Waldemar Bartocha

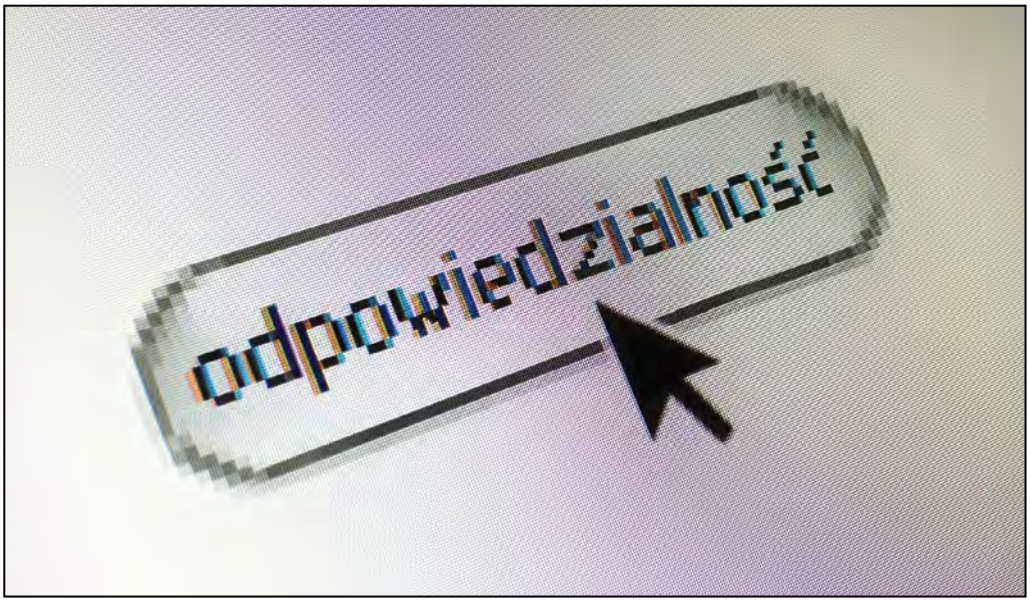
Odpowiedzialność za kliknięcie
– dlaczego każdy użytkownik jest współodpowiedzialny za ład medialny?

Założenia edukacyjne

Odniesienie do podstawy programowej
Zajęcia realizują wymagania podstawy programowej z informatyki w zakresie bezpieczeństwa i etyki w sieci. Uczeń rozumie konsekwencje swoich działań w przestrzeni cyfrowej oraz znaczenie zasad netykiety. W efekcie rozwija postawę odpowiedzialności za własną aktywność online. Scenariusz uczy brania odpowiedzialności za słowo i czyn w sieci, co stanowi element formacji moralnej i budowania dobra wspólnego w duchu Ewangelii.

Cel ogólny: kształtowanie świadomości odpowiedzialności za swoją aktywność w sieci; rozwijanie umiejętności argumentacji i dialogu.

Cele szczegółowe. Uczeń:
- wyjaśnia, czym jest „netykieta”,
- wyjaśnia, dlaczego „kliknięcie” jest aktem odpowiedzialności,
- prezentuje różne stanowiska odnośnie do tematu i potrafi je uzasadnić,
- formułuje własne zasady odpowiedzialnego korzystania z mediów,



- **Postawy:** kształtowanie odpowiedzialności za aktywność w świecie cyfrowym.
- **Metody i techniki:** metoda pustego krzesła, karta pracy, dyskusja.
- **Środki dydaktyczne:** pięć krzeseł, kartki, karta pracy, flamastry.

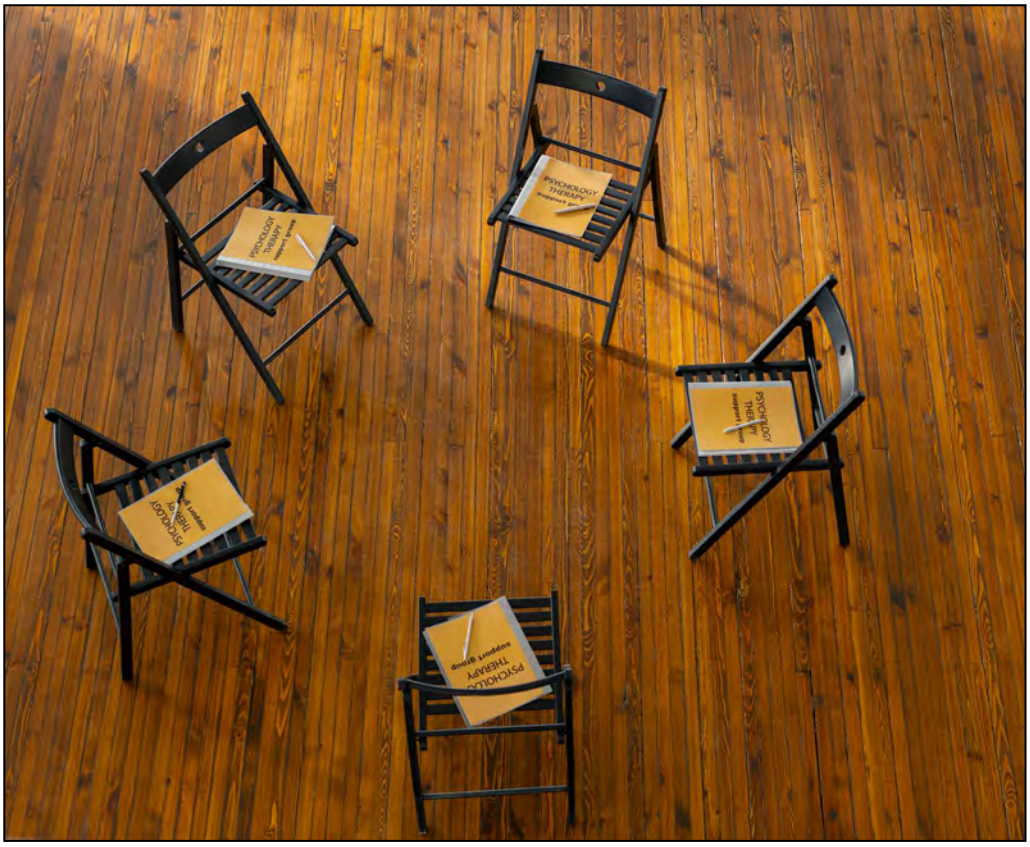


Przebieg zajęć

1. Wprowadzenie (2 minuty)
Nauczyciel krótko wprowadza uczniów w zagadnienie netykiety. Następnie zadaje pytanie: czy każde kliknięcie w świecie cyfrowym jest odpowiedzialne?

2. Metoda pustego krzesła (35 minut)
Nauczyciel ustawia pięć krzeseł. Przy trzech z nich zostawia kartki z odpowiedzią na zadane we wprowadzeniu lekcji pytanie, przy czwartym zostawia pustą kartkę, piąte krzesło zostaje puste. Następnie nauczyciel przedstawia krótko każde ze stanowisk.

a) Postawa etyczna: każde kliknięcie niesie ze sobą zło lub dobro; promuje konkretne wartości; decyzje innych współtworzą świat cyfrowy i podejście do drugiego człowieka.
b) Postawa społeczna: media są odbiciem zachowania użytkowników; algorytmy przyczyniają się do promocji tego, co ma większą oglądalność i klikalność, bez zwracania uwagi na rzetelność i kulturę przekazu.
c) Postawa prawna: użytkownik nie jest anonimowym obserwatorem, lecz uczestnikiem obiegu informacji; rozpowszechniane treści mogą naruszyć czyjeś dobra osobiste; udostępnienie hejtu lub pomówienia może być podstawą odpowiedzialności prawnej;
d) Pusta kartka: uczeń nie identyfikuje się z żadną z wymienionych postaw.
Nauczyciel wyjaśnia, że po zastanowieniu każdy z uczniów ma stanąć przy konkretnym krześle z tym stanowiskiem, które jest najbliższe jego osobistemu przekonaniu. Uczniowie, wybierający krzesło z pustą kartką, muszą sprecyzować swoje stanowisko. Następnie uczniowie tworzą mniejsze grupy, przy konkretnych krzesłach. Po podzieleniu się na grupy, uczniowie mają zebrać argumenty za wybranym stanowiskiem, które zostają zapisane na wcześniej rozdanych kartkach. Po czasie dyskusji nauczyciel prosi, aby przedstawiciele grup usiedli na wybranych przez siebie krzesłach, gdzie będą mogli zreferować owoce swojej pracy, tworząc krąg wewnętrzny, reszta członków grupy siada za swoimi przedstawicielami jako krąg zewnętrzny. Następnie nauczyciel informuje, że na pustym krześle mogą usiąść osoby z kręgu zewnętrznego, aby w dyskusji wspomóc przedstawiciela swojej grupy. Po wyjaśnieniu zasad przez nauczyciela, przedstawiciele grup prezentują krótko swój pogląd i jego argumentację. Rozpoczyna się dyskusja. Nauczyciel podsumowuje wyniki pracy uczniów.



3. Karta pracy (7 minut)
Uczniowie wykonują zadania umieszczone na karcie pracy.

4. Podsumowanie (1 minuta)
Nauczyciel podsumowuje temat lekcji, zwracając uwagę, że każda aktywność w rzeczywistości cyfrowej łączy się z odpowiedzialnością. Zachęca uczniów do refleksji nad pytaniem: czy kliknięcie jest bardziej aktem wolności, czy odpowiedzialności oraz sposobem własnego działania w sieci.

Materiały edukacyjne

Karta pracy
1. Wyjaśnij, czym jest netykieta.

.....

.....

☐ polubienie posta,

☐ udostępnienie materiału,

☐ komentarz (nawet krytyczny),

☐ obejrzenie filmu do końca,

☐ zgłoszenie treści jako szkodliwe,

☐ przewinięcie dalej bez reakcji.

Wyjaśnij, dlaczego Twoim zdaniem te działania mają znaczenie:

.....

.....

3. Wypisz trzy zasady, które powinny obowiązywać każdego użytkownika internetu:

a) .....

b) .....

c) .....

4. Które stanowisko (etyczne, społeczne, prawne, inne) jest ci bliższe i dlaczego?

.....

.....

.....

.....

5. Dlaczego „kliknięcie" nie jest czynnością neutralną?

.....

.....

.....

.....

Biogramy autorów

Waldemar Bartocha
Ks. dr Waldemar Bartocha, prezbiter archidiecezji łódzkiej, doktor liturgiki, adiunkt w Katedrze Teologii Liturgii na Wydziale Teologicznym Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, wykładowca liturgiki w Wyższym Seminarium Duchownym oo. Franciszkanów w Łodzi-Łagiewnikach, notariusz Kurii Metropolitalnej Łódzkiej, sekretarz IV Synodu Archidiecezji Łódzkiej (2018–2023), członek Archidiecezjalnej Komisji Liturgicznej, zastępca redaktora naczelnego czasopisma „Kultura – Media – Teologia", redaktor w kolegium redakcyjnym „Łódzkich Studiów Teologicznych", laureat Nagrody im. ks. prof. Adama Duraka w kategorii najlepsza praca doktorska (edycja 2010).

Piotr Drzewiecki
Dr hab. Piotr Drzewiecki, prof. ucz., medioznawca, dr hab. teologii środków społecznego przekazu, profesor uczelni na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, wykładowca w Wyższej Szkole Kształcenia Zawodowego we Wrocławiu, kierownik grantu Narodowego Programu Rozwoju Humanistyki (2024–2027) pt. *Biskup Adam Lepa (1939–2022) – prekursor religijnej edukacji medialnej w Polsce*, członek Komitetu Głównego Olimpiady Wiedzy o Filmie i Komunikacji Społecznej Filmoteki Narodowej – Instytutu Audiowizualnego. Autor publikacji o religijnej edukacji medialnej, pierwszego w Polsce, kompletnego programu edukacji medialnej *Media Aktywni* (2010) oraz publikacji z zakresu medioznawstwa sportowego.

Rafał Leśniczak
Doktor habilitowany nauk społecznych w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach (UMCS 2020), doktor nauk humanistycznych w zakresie nauk o poznaniu i komunikacji społecznej (PUSC 2010, nostryfikacja doktoratu UMCS 2012). Jest zatrudniony na stanowisku profesora uczelni w Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie. Dyrektor Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW w Warszawie. Członek Komitetu Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach Polskiej Akademii Nauk na kadencję 2024–2027. Jego obszary badawcze obejmują komunikowanie polityczne, mediatyzację religii, mediatyzację polityki i public relations.

Jarosław A. Sobkowiak

Doktor nauk teologicznych w zakresie teologii moralnej i praktycznej, absolwent studiów specjalistycznych z etyki w Centre Sèvres w Paryżu oraz studiów podyplomowych z zarządzania na Uniwersytecie Warszawskim. Kierownik Zakładu Dydaktyki Mediów oraz zastępca dyrektora Instytutu Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW. Dyrektor Centrum Komunikacji Społecznej i Cyfrowej UKSW, prodziekan ds. studenckich i kształcenia Wydziału Nauk o Komunikacji i Dziennikarstwa UKSW. Redaktor naczelny kwartalnika naukowego „Kultura – Media – Teologia", członek Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej. Jego obszary badawcze obejmują sztuczną inteligencję w komunikacji społecznej oraz etyczne i antropologiczne aspekty nowych technologii.

© Copyright by
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
Wydawnictwo Naukowe UKSW, Warszawa 2027

Korekta:
Alicja Wysocka

Projekt okładki:
Maciej Kwiatkowski

Skład i łamanie:
ARWAY Arkadiusz Kupiec

Projekt dofinansowany ze środków budżetu państwa,
przyznanych przez Ministra Nauki i Szkolnictwa
Wyższego w ramach Narodowego Programu Rozwoju Humanistyki
(NPRH/DN/SP/0189/2023/12, zadanie nr 3)

Minister Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

NARODOWY
PROGRAM
ROZWOJU
HUMANISTYKI

Wydawnictwo Naukowe
Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
01-815 Warszawa, ul. Dewajtis 5
tel. 22 561-89-23; e-mail: wydawnictwo@uksw.edu.pl
www.wydawnictwo.uksw.edu.pl
ISBN 978-83-8281-817-8 (wersja elektroniczna)

Jak odnaleźć prawdę w świecie informacyjnego szumu, manipulacji i nieustannego przepływu obrazów? Jak wychowywać młodych ludzi do świadomego, krytycznego i odpowiedzialnego korzystania z mediów? Książka *Świadomi w mediosferze* zawiera 16 praktycznych scenariuszy zajęć z edukacji medialnej, inspirowanych myślą pedagogiczną biskupa Adama Lepy. Autorzy podejmują aktualne zagadnienia dotyczące dezinformacji, etyki dziennikarskiej, tożsamości cyfrowej, relacji międzyludzkich oraz odpowiedzialności za słowo. Publikacja, adresowana przede wszystkim do nauczycieli szkół ponadpodstawowych i wykładowców akademickich, łączy refleksję nad wartościami z aktywizującymi metodami dydaktycznymi. To zaproszenie do wychowania, w którym media nie dominują nad człowiekiem, lecz służą jego wolności, godności i dobru wspólnemu, pomagając budować kulturę dialogu i odpowiedzialności.

Piotr Drzewiecki

ISBN 978-83-8281-817-8



UKSW