

MIESIĘCZNIK KIEROWNICZEJ KADRY OŚWIATOWEJ

# DYREKTOR SZKOŁY

25  
LAT

NR  
6  
[ 306 ]  
CZERWIEC  
2019

WALCZYMY O LEPSZĄ EDUKACJĘ  
DLA WAS I DLA NAS!

**Polityka edukacyjna**

## Strajk okiem dyrektora

s. 10

**Barwy zarządzania**

## Praca z zespołem w konflikcie

s. 30

**Raport Dyrektora Szkoły**

## Konkurs #Szkoła2030

s. 71–85



# Krytyczna analiza informacji

MAJA DOBIASZ-KRYSIAK

Czy umiemy interpretować przekazy medialne? Czy wiemy, kto do nas mówi, jaki ma cel i jakich technik używa, by przekonać do swojego punktu widzenia? Czy w przypadku wzbudzających silne emocje wydarzeń, takich jak np. strajk nauczycieli umiemy odróżnić przekazy propagandowe od informacji, opinie od faktów? Poznajmy kilka prostych narzędzi, które mogą nam w tym pomóc.

**C**o rano robimy elektroniczną prasówkę. Odwiedzamy ulubione strony internetowe, przeglądamy portal społecznościowy, gdzie polubione przez nas fanpage'ę udostępniają informacje. Gdy przejrzymy już tematy zawodowe, polityczne, społeczne, na deser wchodzimy na sport, modę, ploteczki.

Zazwyczaj w trakcie tego porannego rytuału napotykamy treści, które wywołują w nas silne emocje. A przecież mieliśmy już nie czytać o tym polityku, nie wchodzić na ten bzdurny profil, po co się tak denrować z rana. Irytujący news wierci w żołądku. Nie wytrzymujemy – udostępniamy. I to jeszcze z odautorskim komentarzem (niech wiedzą, że nie pozostaliśmy obojętni). W drodze do pracy komórka wibruje od lajków i udostępnień. Gratulacje – *you went viral* (Twój post stał się wirusowy).

## Kto ma (czwartą) władzę?

O mediach mówi się „czwarta władza”, gdyż wywierają duży wpływ społeczny i wykraczają poza tradycyjny trójpodział na władzę ustawodawczą, wykonawczą i sądowniczą. Ich władza jest nieformalna,

niezapisana w żadnych ustawach, a jednak silnie odczuwalna.

Media, czyli tak naprawdę kto? Wielkie agencje wydawnicze sterowane przez polityczne czy biznesowe lobby? Nerwowi dziennikarze śledczy nocujący w Sejmie? Paparazzi przemierzający ulicę za celebrytami? A może również my, zamieszczający w sieci nasze opinie, udostępniający poruszające nas treści, lajkujący, komentujący, tworzący memy i kanały na YouTube?

Wraz z demokratyzacją mediów zwykli obywatele zyskali dostęp do władzy zarezerwowanej dotychczas dla wyspecjalizowanych ekspertów. To władza kształtowania opinii społecznej. A jak z każdą władzą, tak i z tą powinna się wiązać odpowiedzialność.

Christian Davies, dziennikarz i publicysta piszący m.in. dla „Guardiana”, a także syn znanego historyka Normana Daviesa, wygłosił na konferencji aktywistów obywatelskich Personal Democracy Forum w Gdańsku opinię, że media społecznościowe spowodowały tak wiele negatywnych skutków, iż jedynym rozwiązaniem byłoby zbiorowe wykasowanie kont i profili. Czy da się jednak cofnąć czas? Czy jesteśmy sobie w stanie wyobrazić świat bez mediów społecznościowych?

Może zamiast zawracania medialnej rzeki lepiej uzbroić się w narzędzia pomagające rozumieć medialne treści i bardziej odpowiedzialnie je współtworzyć.

## Manipulujący i manipulowani

Kwestią dekonstrukcji przekazów medialnych zajmują się naukowcy na całym świecie. Profesor Renee Hobbs z University of Rhode Island przez lata badała metody wywierania medialnego wpływu, jakich używają twórcy reklam, kampanii czy artykułów opinii. Wreszcie doszła do wniosku, że większość z nich działa w bardzo zbliżony do siebie sposób, a techniki, jakimi się posługują, można pogrupować w cztery kategorie, które się nie wykluczają, a wręcz często współwystępują:

### 1 Wywieranie silnych emocji

Lubię to, złości mnie to, ronię nad tym łzę – twórcy facebookowych ikonek doskonale wiedzą, że najważniejsze to nie pozostawić odbiorcy obojętnym. Mamy tendencję do udostępniania i podawania dalej głównie tych informacji, które pobudzają nas emocjonalnie. Uczniowie, których świat zadziwia dużo częściej niż nas, dzielą się w mediach treściami



„dla beki” – śmiech, ironia, sarkazm to też dobry powód, by stworzyć i upowszechnić obraz, tekst lub film. Na podobnych zasadach działają również oficjalne media, które starają się tak dobrać tytuły i zdjęcia, by grać na emocjach odbiorców.

## 2 Upraszczenie informacji

Nawet najbardziej skomplikowany problem można sprowadzić do kilku prostych zdań, przysłów, znanych metafor, które albo go łopatologicznie wyjaśnią, albo skompromitują. Proste historie są łatwe do zapamiętania, dobrze nam się kojarzą. Nie wymagają intelektualnego wysiłku, a dają nam poczucie panowania nad sytuacją i rozumienia świata, bo przecież „wszystko już było”. Nadmierne upraszczanie mocno polega na stereotypach, kalkach, tradycyjnych formułach. Nie pozwala na zbyt dużą interpretację, ale pozostawia miłe wrażenie bezpieczeństwa.

## 3 Odpowiadanie na potrzeby odbiorców

Zdrowie, bezpieczeństwo, dobrostan dzieci – są pewne wartości, które podzielimy wszyscy bez względu na poglądy polityczne. Istnieją pewne głębokie ludzkie potrzeby, które – gdy zagrożone – wywołują w nas sprzeciw,

### Schemat 1. Medialny smartfon prof. Renee Hobbs



Źródło: www.mediaeducationlab.com.

a ich zaspokojenie wydaje nam się podstawowe. Twórcy reklam bardzo często odwołują się do naszego zdrowia, wykorzystują dziecięcych aktorów, apelują o dbanie o siebie i swoich bliskich poprzez kupowanie konkretnych produktów. Podobne metody wykorzystywane są przez polityków pokazujących się w towarzystwie rodzin – budują w ten sposób wizerunek porządnego mężów i ojców, matek i żon, sugerując, że zaopiekują się również wyborcami.

Wariacją na ten temat jest dobieranie treści do konkretnych grup odbiorców i bardzo świadome komunikowanie w ich języku. Na tego typu przekazy często narażeni są uczniowie – w końcu budowanie własnej tożsamości w kontekście grupy odniesienia to dla nich bardzo ważne zadanie rozwojowe. Jeśli z mediów dowiedzą się, jakie mają potrzeby i co należy zrobić, by je zaspokajać, kupią jeansy, sprzęt elektroniczny, muzykę itd.

## 4 Atakowanie przeciwników

Wróg, karzeł, stonka – to znane z PRL-owskiej propagandy sformułowania mające obrazić i zdyskredytować przeciwników. Dziś media posługują się tą samą techniką, nie zawsze nawet dbając o jej wysubtelnienie. Przeciwnikom politycznym przypisuje się najgorsze cechy – przede wszystkim chciwość, pogoń za sławą, ale też skłonności ku używkom albo po prostu głupotę. Obnażanie niekompetencji, lapsusów językowych, wyjmowanie niefortunnych sformułowań z kontekstu to tylko niektóre ze znanych sposobów na ośmieszenie oponentów.

Za każdym nagłośnionym przez media przypadkiem stoi szwadron memów, obrazków satyrycznych, zapętlonych w nieskończoność filmików na YouTube z prześmiewczym podkładem muzycznym. Aby atakować, nie potrzeba merytorycznych argumentów, wystarczy chwytliwe hasło. Wiedzą o tym dobrze specjaliści od mobbingu. Jednak gdy mobbing przenosi się ze szkoły czy miejsca pracy do mediów, traci swój ciężar i zyskuje na atrakcyjności.

## Smartfon ratunkowy

Przeciwstawiając się medialnej manipulacji, prof. Renee Hobbs powołała

## Bibliografia:

- Centrum Edukacji Obywatelskiej, *Mind Over Media Polska. Szkoła krytycznego myślenia*, <https://media.ceo.org.pl/>
- Hobbs R., *Rozpoznawanie propagandy*, „Mind Over Media”, <https://propaganda.mediaeducationlab.com/techniques>
- Sadura P., *Państwo, szkoła, klasy*, Warszawa 2018

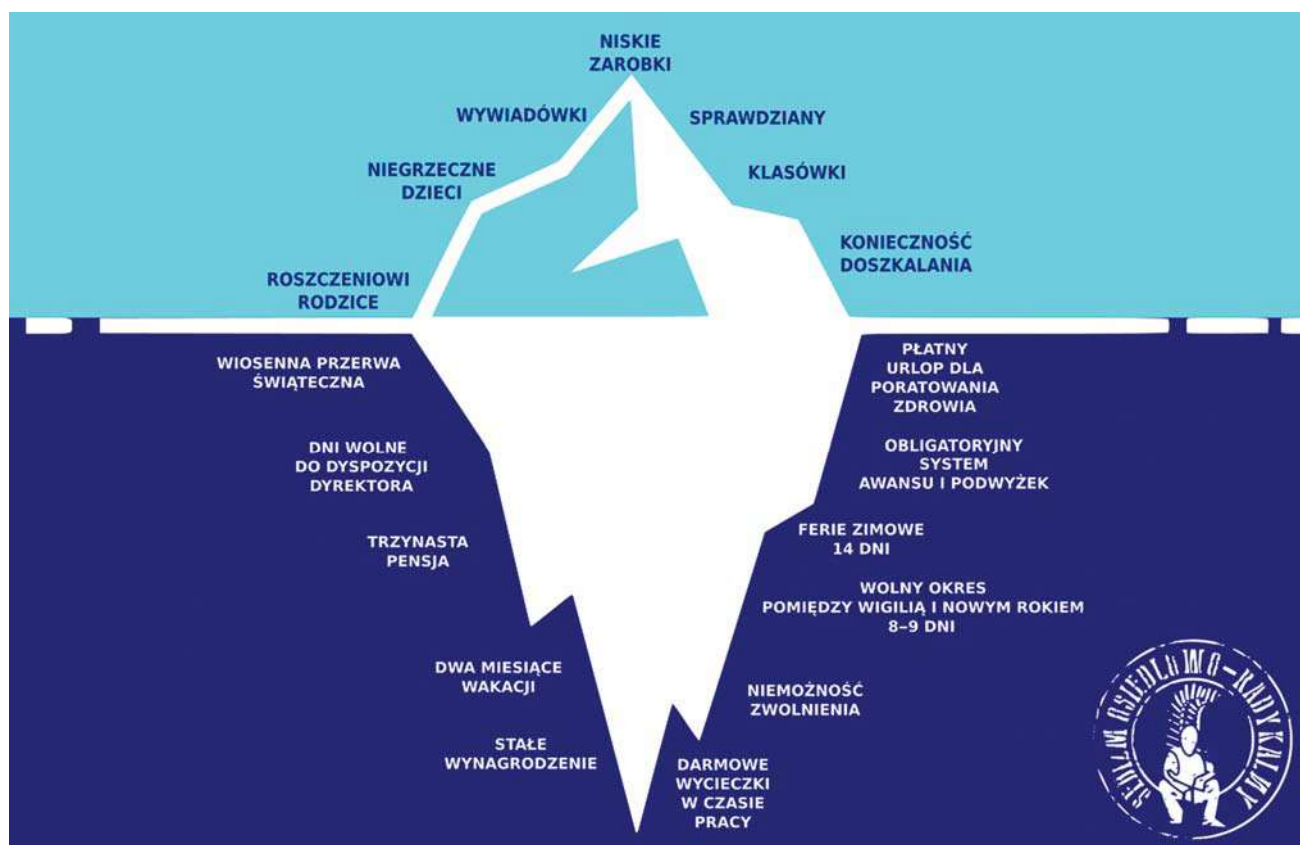
ruch edukatorów medialnych pod hasłem „Mind Over Media”, a także opracowała metody analizy i interpretacji mediów, które można wykonać w szkole i w domu. Głównym celem jest tu praca nad krytycznym myśleniem, dekonstrukcją przekazów medialnych, zadawaniem im odpowiednich pytań i poszukiwaniem odpowiedzi. Autorka twierdzi, że jedynie świadomość technik i sposobów, jakimi media wywierają na nas wpływ, pozwoli uchronić się przed powielaniem nieprawdziwych informacji oraz uwrażliwi nas jako twórców na zagrożenia płynące z publikowanych przez nas treści.

Profesor Renee Hobbs zachęca nie tyle do fact checkingu, czyli sprawdzania prawdziwości danej wypowiedzi, ile raczej do analizy zbliżonej do gatunkowej poprzez zadawanie odpowiednich pytań. Pięć podstawowych, które można zadać każdemu obrazowi, filmowi, reklamie bądź artykułowi prasowemu, zestawiała w formie medialnego smartfona, czyli narzędzia do interpretacji mediów (zob. schemat 1, s. 56). Warto mieć je zawsze pod ręką.

Przeanalizujemy tym sposobem jeden z memów dotyczących ostatniego wydarzenia – strajku nauczycieli (zob. schemat 2, s. 56). Spróbujmy zinterpretować ten obrazek, używając medialnego smartfona. Odpowiedzi na pytania są zawsze obarczone subiektywnym spojrzeniem, warto więc analizować media w grupie, biorąc pod uwagę różne głosy i unikając ocen.

Infografikę z górą lodową znalazłam 11 kwietnia na portalu społecznościowym na fanpage’u „Sebizm Osiedlowo-Radyklany”, który jest też autorem nakładek na zdjęcie profilowe „Wasz STRAJK uderza w NASZE

Schemat 2. Przykładowy mem dotyczący strajku nauczycieli



Źródło: fanpage „Sebizm Osiedlowo-Radykalny”.

DZIECI. Nie popieram strajku nauczycieli”. Już sama nakładka jest ciekawa, bo odnosząc się bezpośrednio do dobrostanu dzieci, w które ma uderzać strajk, opiera się na jednej z opisanych wcześniej technik manipulacji nazwanej odpowiadaniem na potrzeby odbiorców.

### Autor i cel

Kto jest autorem i jaki jest jego cel? Autorem jest moderator fanpage’a „Sebizm Osiedlowo-Radykalny”, który już kilkakrotnie zmieniał swoje nazwy i powracał w nowych wersjach po tym, jak poprzednie były blokowane przez użytkowników portalu społecznościowego. W chwili gdy powstawał ten artykuł, fanpage nosił nazwę „Sebizm – Osiedlowa Dilerka Prawdy” ([www.facebook.com/Neosebizm/](http://www.facebook.com/Neosebizm/)).

Poprzednia wersja, na której 11 kwietnia znalazłam omawianą grafikę, prowadzona była przez „Legendarny Seba Squad”. W tle widniał obrazek „Seba Karyna normalna rodzina” i opis *Banowani i prześladowani – głos rdzennych mieszkańców ziem pomiędzy blokami i odrapanych*

*przystanków PKS. (...) Sebki wróciły i nie zawahają się rozsmieszyć Was do łez. A.D. 2018. December.* Strona miała więc charakter satyryczny, ale opierała się na opozycji klasowej – Seba i Karyna to przysłowiowi przedstawiciele klasy ludowej, która przeciwstawia się klasie inteligentów. Autorzy przedstawiali się jako realni ludzie, mówiący w imieniu takich jak oni. Mówiący jednak anonimowo, pod pseudonimem.

### Techniki manipulacji

Jakie techniki są tu zastosowane, by przyciągnąć i utrzymać uwagę odbiorcy? Infografika jest odwróceniem ilustracji, którą zamieszczali w internecie zwolennicy strajku. Opiera się na znanym i łatwo rozpoznawalnym schemacie góry lodowej, której jedynie czubek unosi się nad powierzchnią wody i jest widzialny, a zdecydowana większość znajduje się poza zasięgiem wzroku, może więc stanowić pole do manipulacji. Można zatem uznać, że zastosowano tu technikę upraszczania informacji – złożony problem strajku nauczycieli

przedstawiono jako zestawienie plusów i minusów tego zawodu. Zwolennicy protestu przedstawiają wersję, w której dla społeczeństwa widoczne są tylko plusy nauczycielskiej profesji, a nikt nie dostrzega jej minusów, natomiast mem autorów fanpage’a „Sebizm” sugeruje, że strajkujący podkreślają ciężki los nauczyciela, a ukrywają jego przywileje.

### Punkty widzenia

Jakie style życia, wartości i punkty widzenia są tu reprezentowane? Twórcy „Sebizmu” są przeciwni strajkowi nauczycieli, podkreślają więc liczne przywileje tej grupy zawodowej, np. dużo wolnych dni, stałość zatrudnienia i jasna struktura awansu, benefity społeczne, wyjazdy zawodowe. W kontrze do wielości tych ekonomicznych plusów stać mają kontrargumenty z poziomu relacji społecznych (roszczeniowi rodzice, niegrzeczne dzieci), niezbyt obciążającej pracy domowej (klasówki i ich synonim – sprawdziany) czy incydentalnej pracy po godzinach (wywiadówki, konieczność doszkalania).



Górze wieńczy jeden koronny argument ekonomiczny „niskie zarobki”.

Autorzy infografiki cenią więc sobie pracę stałą, lekką i z dużym „so-cjalem”, którą są w stanie zaakceptować, nawet gdy jest niskopłatna albo gdy wymaga dodatkowego nakładu czasu. Inne problemy interpersonalne są raczej uznane za mało ważne i umieszczone niżej w stosunku do zarobków. Nie ma tu mowy o zawodowych wyzwaniach, pasji, spełnianiu własnych ambicji, a doksztalcenie się jest uznane za minus. Infografika oddaje więc podejście do kariery zawodowej, jakie charakteryzuje autorów fanpage’a „Sebizm”.

## Interpretacje

Jak różni ludzie mogą to interpretować? Omawiana infografika przeznaczona była dla osób odczuwających niezadowolenie z powodu strajku, np. rodziców, którzy musieli zająć się dziećmi. Prawdopodobnie miała też osłabić samych nauczycieli w ich chęci strajkowania. Gdyby zostawić jedynie sferę tekstową, ten mem byłby niczym innym jak tylko długą listą konkretnych nauczycielskich benefitów (z datami i liczbą wolnych dni, niczym gotowe argumenty do dyskusji) oraz dużo krótszą i mniej poważną listą nauczycielskich zarzutów do systemu. Pedagodzy prawdopodobnie mogliby dopisać do tej drugiej dużo więcej, ludzie przeciwni strajkowi – odnieść się do nieobecnej misji nauczycielskiej.

Ponieważ spór miał charakter klasowy, stabilna sytuacja zawodowa nauczycieli jest tu w domyśle przeciwstawiona trudnej sytuacji zawodowej klasy ludowej, która mierzy się z nieciągłością zatrudnienia, brakiem umów, ubezpieczeń, przywilejów socjalnych. Ich niezadowolenie skanalizowane jest w ataku na nauczycieli zamiast prowadzić na barykady w walce o własną sytuację zawodową. Ta słabość wykorzystywana jest do podważania strajku. Pytanie, czyje interesy są tu tak naprawdę realizowane?

## Pominięcia

Co zostało tu pominięte? Oprócz koronnych argumentów ekonomicznych mem ten zupełnie pomija

kontekst nauczycielskiego strajku, który został wywołany reformą edukacji.

## Podsumowanie

Znajomość czterech technik manipulacji i użycie pięciu pytań prof. Renee Hobbs umożliwiają dość pogłębioną analizę przytoczonego tu memu. Nie jest on już uproszczonym przedstawieniem ideologicznego tła ważkiego sporu. Staje się konkretnym głosem interpretującym strajk z pozycji klasowej, jasno ustosunkowującym się do własnych zawodowych potrzeb i patrzącym na protest z pozycji braku pracy i stabilności zawodowej.

Korzystając z omówionych w tym artykule narzędzi, możemy ułatwić naszym uczniom pracę z przekazami medialnymi, które wydają się jednoznaczne czy przezroczyście, tymczasem kryją ideologiczne przesłanie. To także intelektualne wyzwanie dla nas samych, polegające na interpretacji i analizie zjawiska, nie zaś na wyszukiwaniu w kalendarzu, czy faktycznie między Wigilią a Nowym Rokiem przeciętny nauczyciel ma osiem-dziewięć dni wolnych od pracy.

I tak, jak co rano, robimy elektroniczną prasówkę. Odwiedzamy nasze ulubione strony internetowe, przeglądamy portal społecznościowy, gdzie polubione przez nas fanpage’ę udostępniają informacje. Gdy przejrzymy już tematy zawodowe, polityczne, społeczne, na deser wchodzimy na sport, modę, ploteczki. I jak co dzień trafiamy na treści, które wywołują w nas silne emocje. To doskonałe przykłady do medialnej analizy z uczniami. W drodze do pracy przeglądamy pytania z medialnego smartfona.

Gratulacje – *your mind is over media* (włączyłeś krytyczne myślenie).



**Maja Dobiasz-Krysiak**  
jest antropolożką  
kultury i edukatorką,  
koordynatorką  
i autorką programów  
w Centrum Edukacji Obywatelskiej.  
Pracuje jako ekspertka Mazowieckiego  
Programu Edukacji Kulturalnej.

## Kampania ekologiczna

**Produkt:** „Wszystkie ręce na pokład”

**Firma:** Coca-Cola

Coca-Cola ruszyła z kampanią edukacyjną, która ma uświadomić, jak ważna jest segregacja, zbiórka i recykling opakowań plastikowych, oraz zachęcać do podjęcia wspólnego wysiłku na rzecz ochrony naszej planety. Na platformie Green Lab (<https://greenlab.pl/>) uczniowie mogą poszerzyć wiedzę na tematy środowiskowe, znaleźć garść inspiracji, w tym infografiki bogate w praktyczne porady, np. jak segregować odpady. Tegoroczna edycja pod hasłem „Wszystkie ręce na pokład” to inauguracja długofalowej kampanii „11 kroków do Świata Bez Odpadów” zaplanowanej na najbliższe 11 lat. Do 2030 r. Coca-Cola chce pomóc zebrać i poddać recyklingowi tyle butelek i puszek, ile trafia od firmy na rynek.

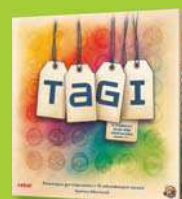


## Gra słowna

**Produkt:** Tagi

**Firma:** Rebel

Tagi to gra słowna, której uczestnicy starają się zebrać z planszy jak najwięcej kolorowych kulek. W tym celu muszą wymyślać hasła realizujące zadane kryteria: literę początkową oraz kategorię. Ogranicza ich w tym czas oraz odpowiedzi innych graczy. Dzięki tej wariacji na temat gier słownych uczniowie mogą trenować umysł i zdolności językowe, rozwijać słownictwo, a także uczyć się sprawnego myślenia pod presją czasu. Aby rozpocząć zabawę, nie muszą znać wielu zasad, a sama gra jest bardzo uniwersalna. Połączenie zadań kreatywnych z presją czasu zawsze prowadzi do ciekawych pomysłów, a co za tym idzie – masy śmiechu i dobrej zabawy.



## Ekran projekcyjny

**Produkt:** Libra

**Firma:** Suprema

Przenośny ekran projekcyjny Libra firmy Suprema dedykowany jest do stosowania podczas mobilnych prezentacji jako wyposażenie nowoczesnej sali konferencyjnej bądź szkoleniowej, a ze względu na niewielkie rozmiary oraz wagę sprawdzi się też w szkole, bo łatwo go przenieść między klasami i rozkładać. Jego atutem jest sposób rozwijania i konstrukcji ekranu oraz statywu – jak roll-up. Do jego produkcji wykorzystano materiały najwyższej jakości, zadbane też o stabilną konstrukcję i nowoczesny design. Przenośny ekran projekcyjny Libra dostępny jest w różnych wymiarach. Opcjonalnie można zamówić również torbę transportową.

