



30. JAK ROZPOZNAĆ PROPAGANDĘ?

Wprowadzenie

Zagadnienia:

GOSPODARKA	konkurencja międzynarodowa, globalny rynek medialny
ETYKA	wpływy kultury popularnej
OBYWATELSKOŚĆ	rola niezależnych mediów, bezpieczeństwo narodowe, opór społeczny



<https://youtu.be/HOMREtin-WI>

★ Obejrzyj powyższy filmik i przedyskutuj:

1. Dlaczego, zdaniem autora, hasło „propaganda” wywołuje negatywne emocje?
2. Wskaż, kiedy propaganda zaczęła być na szerszą skalę wykorzystywana. Podaj pierwsze historyczne przykłady zastosowania propagandy.
3. Jaką rolę w badaniach nad propagandą odegrał Walter Lippmann?
4. Podaj przykłady technik i metod stosowanych w propagandzie.
5. Czy psychologia i jej dorobek mają jakieś zastosowanie w propagandzie? Uzasadnij swoją odpowiedź.



★ Efekty uczenia się

UCZEŃ:

potrafi zdefiniować pojęcia: propaganda, dezinformacja, trolle internetowe i boty oraz zastosować je do analizy współczesnej rzeczywistości społeczno-politycznej, jak również w analizach dotyczących funkcjonowania mediów masowych

potrafi wyjaśnić, jaką rolę odgrywa propaganda, a także wskazać, jakimi metodami, technikami i narzędziami posługują się propagandyści

potrafi wskazać konkretne przykłady propagandy stosowanej przez władze państwowe w różnych epokach historycznych i w różnych państwach

rozumie, jak działają trolle i boty internetowe oraz w jaki sposób mogą wpływać na atmosferę debaty publicznej, szczególnie toczącej się w mediach elektronicznych i społecznościowych

Lekcję opracował dr Sławomir Drelich



Definicje

DEFINICJE

PROPAGANDA – forma komunikacji, której celem jest wpływanie na opinię publiczną oraz poglądy społeczeństwa poprzez przedstawianie jednostronnych argumentów. Propaganda jest zwykle powtarzana i rozpowszechniana w różnych formach w celu maksymalizowania efektów, polegających na kształtowaniu pożądanych postaw odbiorców

DEZINFORMACJA – celowe rozpowszechnianie fałszywych informacji w celach propagandowych. Jednym z najpopularniejszych sposobów szerzenia dezinformacji są obecnie tzw. *fake newsy*. Ich rolą jest wprowadzanie w błąd odbiorców przede wszystkim za pośrednictwem mediów społecznościowych

TROLLE – dziesiątki tysięcy ludzi zatrudnianych przez propagandystów. Praca trolli internetowych polega na nieustannym atakowaniu na wszelkich portalach informacyjnych, w mediach społecznościowych poprzez komentowanie najnowszych wiadomości i postów oraz wzbudzanie irytacji wśród użytkowników internetu. Zadaniem trolli jest również szerzenie dezinformacji i pogardy względem panujących wartości i postaw

FAKE NEWS – fałszywa wiadomość, która zostaje zaprezentowana jako wiadomość prawdziwa; często tworzona jest dokładnie po to, aby wprowadzić w błąd



Zadania

- **ZADANIE 1**

★ Przejrzyj zamieszczone poniżej plakaty propagandowe i odpowiedz na pytania:

1. Czy celem tych plakatów jest wpływanie na poglądy lub nastroje ludzi? Jeśli tak, to w jaki sposób jest to możliwe?
2. Czy plakaty te mają zachęcać ludzi do podjęcia jakichś działań? Jeśli tak, to do czego konkretnie zachęcają?
3. Czy plakaty mają wpływać na ludzkie emocje i opinie jakiejś grupy docelowej? Jeśli tak, to wskaż, jakie emocje mogą wywoływać i w jakich grupach społecznych.



Tak, ten materiał graficzny miał wpływać na poglądy i nastroje ludzi. Celem było postawienie w negatywnym świetle Franklina Delano Roosevelta i Winstona Churchilla jako polityków pragnących podzielić między siebie Afrykę.

Plakaty te miały zniechęcać ludzi do obu przywódców oraz ich państw: Stanów Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii.

Celem plakatu jest wpłynięcie na emocje: wzbudzenie niechęci bądź przynajmniej zasianie niepewności czy też zwątpienia wśród potencjalnych sojuszników Stanów Zjednoczonych lub Wielkiej Brytanii.

★ Wskazówka: Warto po dokonaniu analizy poinformować uczniów, że ten plakat propagandowy został wyprodukowany przez niemieckie nazistowskie służby propagandowe w latach 1942-43 i był kolportowany w okupowanym Paryżu. Celem było więc wzbudzenie nieufności Francuzów względem ich amerykańskich i brytyjskich sojuszników.

Materiały zostały opracowane w ramach projektu Nauka Obywatela, realizowanego przez Fundację Liberté! we współpracy z Lithuanian Free Market Institute w ramach programu Erasmus+ i przy wsparciu Atlas Network. Pełny zestaw materiałów dostępny jest na stronie: <https://naukaobywatela.pl/>



★ *Wskazówka:* Przetłumacz uczniom rosyjskie napisy na plakacie: „Dziękujemy ukochanemu Stalinowi – za szczęśliwe dzieciństwo”.

Tak, ten materiał graficzny miał wpływać na poglądy i nastroje ludzi. Celem było wpłynięcie na wizerunek Stalina i pokazanie go jako opiekuna dzieci, czyli przywódcę, który działa nie tylko dla dobra całego społeczeństwa, ale szczególnie zainteresowany jest losami najbliższych oraz przyszłych pokoleń.

Plakaty te miały zachęcać ludzi do wspierania Stalina i jego pomysłów, udzielania poparcia jego polityce i decyzjom.

Celem plakatu jest wpłynięcie na emocje: wzbudzenie zaufania do przywódcy politycznego, jakim był Stalin, a także do władz państwowych; stworzenie wrażenia, że władze realizują misję troski do interesu publicznego; uczynienie jakiegokolwiek krytyki względem Stalina niewiarygodną i kłamliwą.

Materiały zostały opracowane w ramach projektu Nauka Obywatela, realizowanego przez Fundację Liberté! we współpracy z Lithuanian Free Market Institute w ramach programu Erasmus+ i przy wsparciu Atlas Network. Pełny zestaw materiałów dostępny jest na stronie: <https://naukaobywatela.pl/>



★ *Wskazówka:* Przetłumacz uczniom koreański napis na plakacie: „Nasza odpowiedź”

Tak, ten materiał graficzny miał wpływać na poglądy i nastroje ludzi. Celem było stworzenie przekonania, że Korea Północna jest równym przeciwnikiem względem Stanów Zjednoczonych i że na wypadek ataku ze strony USA – Korea Północna będzie w stanie odpowiedzieć atakiem odwetowym.

Plakaty te miały zniechęcać społeczeństwo południowo-koreańskie do Ameryki i podtrzymywać nienawiść do Stanów Zjednoczonych, a

Materiały zostały opracowane w ramach projektu Nauka Obywatela, realizowanego przez Fundację Liberté! we współpracy z Lithuanian Free Market Institute w ramach programu Erasmus+ i przy wsparciu Atlas Network. Pełny zestaw materiałów dostępny jest na stronie: <https://naukaobywatela.pl/>



jednocześnie mobilizować Koreańczyków do zaangażowania w różnego rodzaju działania zmierzające do zwiększenia koreańskich możliwości militarno-wojskowych, np. do służby w armii.

Celem plakatu jest wpłynięcie na emocje: z jednej strony – wzbudzenie niechęci i nienawiści względem Stanów Zjednoczonych oraz ewentualnego poczucia zagrożenia, z drugiej zaś – wzbudzenie przekonania, że Korea Północna jest w stanie obronić się przed USA i walczyć jak równy z równym.



- **ZADANIE 2**

★ Praca w grupach: Podziel klasę na 6 grup. Każdej grupie przydziel do pracy określoną publikację dotyczącą współczesnej propagandy rosyjskiej poświęconej Polsce. Każda z grup ma za zadanie odpowiedzieć na te same pytania.

Grupa 1: <https://przeqladbaitycki.pl/16456,tomas-ceponis-rosja-zawsze-starala-sie-oddzialywac-propagandowo-na-kraje-baityckie-i-polske.html>

Grupa 2: <http://rcb.gov.pl/rosyjska-ofensywa-propagandowa-w-cyberprzestrzeni-oraz-inicjatywy-podejmowane-przez-nato-i-ue-w-celu-przeciwdzialania-temu-zjawisku/>

Grupa 3: <https://forsal.pl/artykuly/1446473,machina-rosyjskiej-propagandy-ruszyla-na-polske.html>

Grupa 4: <https://dorzeczy.pl/kraj/148806/publikacja-sputnika-powielarosyjska-propagande-wymierzona-przeciw-polsce.html>

Grupa 5: <https://www.defence24.pl/kolejny-atak-rosyjskiej-propagandy-na-polska-historie-komentarz>

Grupa 6: <https://www.press.pl/tresc/59876,jak-rosyjska-propaganda-oskarza-polske>



★ *Wskazówka:* Zwróć uwagę uczniów na to, że niekoniecznie wszystkie grupy znajdą odpowiedzi na wszystkie poniższe pytanie, gdyż przydzielone im źródła informacji zawierają odmienne materiały.

Pytania do dyskusji:

1. Jak prezentowana jest Polska we współczesnej propagandzie rosyjskiej? *Polska jest prezentowana jako kraj wrogo odnoszący się do Rosji, choć Rosja podejmuje rzekomo szereg działań, aby poprawić relacje z Polską. Polska wskazywana jest jako kraj, który w ślepy sposób powiela zachodnioeuropejski i amerykański punkt widzenia w kwestii relacji z Rosją.*
2. Czy negatywny obraz Polski i Polaków odpowiada rzeczywistości? *Prezentowany w propagandzie rosyjskiej obraz Polaków nie ma pokrycie w rzeczywistości. Strona polska analizuje działania Rosji z punktu widzenia własnych narodowych interesów oraz z punktu widzenia państwa demokratycznego i praworządnego, stąd biorą się różnego rodzaju obiekcje Polski względem działań podejmowanych przez władze współczesnej Rosji.*
3. W jaki sposób przedstawiana jest historia Polski? *Rosyjska propaganda zakłamuje polską historię. Polskę przedstawia się jako państwo agresywne, sojusznika nazistowskich Niemiec, naród odpowiedzialny za Holokaust. Wszystkie te zarzuty są kompletnie fałszywe.*
4. Jak prezentowane jest miejsce Polski w Unii Europejskiej oraz w NATO? W jaki sposób kształtuje się wizerunek tych organizacji międzynarodowych w rosyjskiej propagandzie? *Polska przedstawiana jest jako kraj, który ulega antyrosyjskiej propagandzie Stanów Zjednoczonych i innych państw zachodniej Europy. Przede wszystkim wskazuje się, że NATO jest organizacją międzynarodową o głęboko antyrosyjskim charakterze, której celem jest pozbawienie Rosji jej wpływów we współczesnym świecie. Rzekomym dowodem tego ma być wspieranie przez Polskę i NATO tzw. nacjonalizmu ukraińskiego. Również NATO i UE są przedstawiane w rosyjskiej propagandzie jako*



organizacje agresywne względem Rosji, które starają się podejmować działania mające na celu budowanie ich hegemonii w Europie i świecie.

5. Dlaczego rosyjska propaganda przyjęła taki kierunek komunikatów dotyczących Polski? Dlaczego na temat Polski i Polaków udostępnia się właśnie takie informacje? Jaki jest cel rosyjskiej propagandy? *Rosja liczy na to, że niektóre komunikaty antypolskiej propagandy staną się komunikatami, które przedostaną się do międzynarodowej opinii publicznej. Ponieważ fake newsy bardzo często nie są obalane, więc propaganda rosyjska liczy, że również część fake newsów dotyczących Polski może zostać utrwalona. Ponadto taka radykalnie ofensywna propaganda antypolska ma być próbą sprowokowania polskich władz do ostrzejszych wypowiedzi względem władz rosyjskich, wówczas udałoby się znaleźć namacalne dowody antyrosyjskiej postawy Polski. Rosja dąży do tego, żeby skompromitować Polskę przede wszystkim w oczach jej zachodnich sojuszników. Polska wspiera integralność terytorialną Ukrainy, krytykuje reżim Łukaszenki w Białorusi, wielokrotnie wspierała dążenia do niezależności republik kaukaskich, polskie samoloty chronią przestrzeń powietrzną krajów bałtyckich, rząd polski podejmuje działania, których celem jest odzyskanie wraku samolotu prezydenckiego TU-154, który rozbił się pod Smoleńskiem w 2010 r., a ponadto Polska jest najaktywniejsza w podejmowaniu działań do zatrzymania dalszego etapu budowy rurociągu NordStream – te wszystkie działania są podejmowane przez Rosję jako działania wrogie. W rzeczywistości zaś są to działania, które strona polska podejmuje w związku z własnymi interesami narodowymi, nie zaś w związku z chęcią uderzania w Rosję.*



- **ZADANIE 3**

★ Przeczytaj poniższy fragment tekstu źródłowego i odpowiedz na pytania.

Po tym, jak naziści przejęli władzę w 1933 r., Hitler założył Ministerstwo Propagandy i Oświecenia Publicznego pod wodzą Josepha Goebbelsa. Celem Ministerstwa było dbanie o to, aby sztuka, muzyka, teatr, filmy, książki, radio, materiały edukacyjne i prasa z powodzeniem przekazywały nazistowskie przesłanie.

Nazistowska propaganda posiadała kilka różnych grup odbiorców. Przypominała ona Niemcom o konfliktach z zagranicznymi wrogami i żydowskiej działalności wywrotowej. W okresach poprzedzających wprowadzenie w życie praw lub środków wykonawczych wrogich Żydom kampanie propagandowe tworzyły klimat tolerancji dla przemocy wobec Żydów, szczególnie w 1935 r. (przed uchwaleniem ustaw norymberskich we wrześniu) i w 1938 r. (przed lawiną antysemitycznych ustaw ekonomicznych po nocy kryształowej). Propaganda sprzyjała też bierności i aprobachie wobec następnych działań wymierzonych przeciwko Żydom; tworzyły one obraz nazistowskiego rządu, który wkroczył do sytuacji i „przywracał porządek”.

Innym wątkiem nazistowskiej propagandy była prawdziwa i rzekoma dyskryminacja rdzennych Niemców w krajach Europy Wschodniej, takim jak Czechosłowacja i Polska, które zyskały ziemie kosztem Niemiec po I wojnie światowej. Celem tej propagandy było promowanie lojalności politycznej i tak zwanej świadomości rasowej wśród rdzennych Niemców. Miała też ona wprowadzić zagraniczne rządy — w tym europejskie mocarstwa — w błędne



przekonanie, że nazistowskie Niemcy występują ze zrozumiałymi i uzasadnionymi żądaniami w kwestii ustępstw oraz aneksji.

Po niemieckiej inwazji na Związek Radziecki nazistowska propaganda skierowana do cywilów w ojczyźnie oraz żołnierzy, policji i oddziałów pomocniczych spoza Niemiec służących na terenach okupowanych podkreślała wątki łączące radziecki komunizm z europejskimi Żydami, prezentując Niemcy jako obrońcę „zachodniej” kultury wobec „żydobolszewizmu” i tworząc apokaliptyczną wizję tego, co by się wydarzyło, gdyby Sowieci wygrali wojnę (szczególnie po rozgromieniu Niemców pod Stalingradem w lutym 1943 r.). Te tematy mogły odegrać kluczową rolę w skłonieniu Niemców (zarówno nazistów, jak i innych) oraz lokalnych kolaborantów do walki do samego końca.

Źródło: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/pl/article/nazi-propaganda> [31.01.2021]

1. Jakie działania zostały podjęte przez Hitlera po przejęciu władzy w zakresie polityki propagandowej? Jakie te działania miały znaczenie? *Hitler powołał Ministerstwo Propagandy i Oświecenia Publicznego, którego ministrem został jego bliski współpracownik Joseph Goebbels. Ministerstwo to zajmowało się przekazem ideologii nazistowskiej i jej punktu widzenia na sprawy międzynarodowe poprzez różne środki przekazu, takie jak: sztuka, muzyka, film, teatr, prasa czy też poprzez materiały edukacyjne. Propaganda trafiała zatem do społeczeństwa niemieckiego poprzez wiele różnych kanałów i dzięki temu stawała się niezwykle skuteczna.*
2. Jaki wpływ miała propaganda nazistowska na stosunki Niemców z Żydami mieszkającymi w III Rzeszy? *Propaganda nazistowska budowała wizerunek Żydów jako wewnętrznych wrogów. Tym sposobem tworzono atmosferę przyzwolenia na przemoc wobec ludności żydowskiej.*



3. Jakie znaczenie w propagandzie nazistowskiej miało określenie „żydobolszewizmu”? *Pojęcie to łączyło niechęć do Żydów z niechęcią do radzieckich komunistów. Stwarzano w społeczeństwie niemieckim przekonanie, że ludność żydowska to agenci Związku Sowieckiego, więc są oni niebezpieczni dla Niemców. W tym kontekście III Rzesza budowała swój wizerunek jako państwa broniącego przed Sowietami kultury zachodniej.*



★ Przeczytaj fragment poniższego artykułu i odpowiedz na pytania:

Rola plakatu, znakomitego instrumentu propagandy politycznej, niezwykle wzrosła w powojennej Polsce. To właśnie owa funkcja leżała u podstaw jego kariery, gdy po mniej więcej dziesięciu latach usamodzielniał się jako dyscyplina de facto artystyczna. Jak to ujął badacz dziejów Ministerstwa Informacji Propagandy (które powstało z wcześniej wspomnianego resortu), „afisze i slogany, według założeń, miały stworzyć sytuację, w której znajdujący się w miejscu publicznym człowiek zawsze – chcąc czy nie chcąc – miałby przed oczyma jakieś skierowane do niego treści propagandowe”. Od sierpnia 1944 roku działała w Lublinie pracownia plakatu, a przy Centralnym Domu Żołnierza – pracownia plastyczna, w których tworzyli Karol Baraniecki, Ignacy Witz, Henryk Tomaszewski, Tadeusz Trepkowski, Krajewscy i inni plastycy, ale przede wszystkim Włodzimierz Zakrzewski, świeżo przybyły z Moskwy z agencji Okna TASS. Zakrzewski przywiózł z sobą technikę prostego w wykonaniu wielobarwnego plakatu szablonowego i doświadczenia pracy z wytrawnymi propagandystami, jak Kukryniksy, Lebediew i inni. Techniki powielania niewymagające rozbudowanego zaplecza poligraficznego były niezwykle przydatne podczas trwającej jeszcze wojny i w okresie przejmowania władzy w Polsce.

Artyści tacy jak Mieczysław Berman byli dla władzy w kraju niezbędni. Grafik powrócił do Polski z Moskwy w marcu 1946 roku, po dokończeniu wyznaczonych prac i zadań dla Związku Patriotów Polskich. Po przyjeździe szybko wstąpił do Polskiej Partii Robotniczej, z rekomendacją Wilhelma Billiga, również przybyłego z Moskwy z zadaniem stworzenia Polskiego Radia.

Źródło: <https://magazynsum.pl/w-pierwszej-linii-propagandy/> [31.01.2021]



1. Jaka była rola plakatu w propagandzie komunistycznej? Uzasadnij swoją odpowiedź. *Po II wojnie światowej plakat propagandowy stał się bardzo ważnym elementem wpływu na społeczeństwo polskie. Dowodem tego są liczne powstające wówczas pracownie plakatu, w których zatrudniali się twórcy i artyści.*
2. Jakie techniki plakatu były stosowane w Polsce powojennej? *Stosowano przede wszystkim technikę prostego wielobarwnego plakatu szablonowego, którą sprowadzono ze Związku Radzieckiego. Technika ta była przede wszystkim stosowana przy produkcji plakatów wojennych.*
3. Czy władza komunistyczna potrzebowała artystów? Uzasadnij swoją odpowiedź. *Tak, artyści byli potrzebni władzom komunistycznym, gdyż wymagała tego komunistyczna propaganda. Artyści byli potrzebni do projektowania plakatów propagandowych.*

★ Przeczytaj fragment poniższego artykułu i odpowiedz na pytania:

Rola mediów w walce z dezinformacją jest nie do przecenienia. Z jednej strony mogą demaskować fałszywe i zmanipulowane informacje; z drugiej – uprawiając rzetelne dziennikarstwo i budując zaufanie wśród swoich odbiorców – podnosić poziom debaty publicznej.

Polacy jednak coraz mniej ufają mediom. W 2018 i 2019 r. zaufanie do mediów zadeklarowało 48 proc. obywateli, w 2017 r. – 53 proc., a w 2016 r. – 55 proc. Dane dotyczące Polski odpowiadają sytuacji na świecie.

Przeprowadzane co roku w kilkunastu krajach świata badanie Edelman Trust Barometer wskazuje, że średnio poziom zaufania do mediów wynosi 47 proc. (choć, inaczej niż w Polsce, liczba ta wzrosła o 3 punkty proc. w porównaniu z poprzednim rokiem). Według Digital News Report, który opisuje sytuację w



niemal 40 krajach, w 2018 r. mediom ufało tylko 44 proc., czyli tylko o 2 punkty proc. więcej niż rok wcześniej. W 2019 r. zaufanie znów spadło do 42 proc.

Jednocześnie profesjonalne media oceniane są jako znacznie bardziej wiarygodne i odporne na dezinformację niż np. media społecznościowe, które w ostatnich latach stały się ważnym źródłem wiedzy dla wielu odbiorców. Dotyczy to zwłaszcza Facebooka, choć z uwagi na wątpliwości związane z wiarygodnością publikowanych treści, także ta platforma traci zaufanie. Badania wskazują też, że spośród mediów tradycyjnych te lokalne cieszą się większym zaufaniem niż ogólnokrajowe. Odbiorcy też bardziej ufają mediom internetowym mającym swoje „tradycyjne” odpowiedniki (np. drukowaną wersję gazety) niż tym obecnym tylko w sieci.

Na portalach społecznościowych większy wpływ na wiarygodność informacji i to, czy inni internauci aktywnie zaangażują się w jego promocję, ma reputacja użytkownika, który udostępni publikację, niż medium, które ją przygotowało. Badanie American Press Institute wykazało, że gdy materiał uznanej agencji prasowej został podany dalej w mediach społecznościowych przez użytkownika, który wzbudza zaufanie w swoim otoczeniu, 52 proc. odbiorców była skłonna uznać go za wiarygodny. Gdy tę samą publikację udostępnił użytkownik o mniejszym zaufaniu, za wiarygodną uznało ją tylko 32 proc. odbiorców. Gdy ten sam materiał przypisano wymyślonemu medium, ale został on udostępniony przez zaufanego użytkownika, jako wiarygodny oceniło go 49 proc. odbiorców.

Źródło: <https://panoptykon.org/stop-dezinformacji-przewodnik> [31.01.2021]



1. Jaką rolę odgrywają media w procesie walki z dezinformacją? Uzasadnij swoją odpowiedź. *Media odgrywają ogromną rolę w walce z dezinformacją. Przede wszystkim poprzez budowanie swojej reputacji oraz ciągłą troskę o rzetelność prezentowanych treści mogą one podejmować działania zmierzające do podniesienia poziomu debaty publicznej w społeczeństwie.*
2. Czy Polacy ufają mediów? Skąd można wyciągnąć taki wniosek? *Polacy są względem mediów coraz bardziej nieufni. Wskazują na to badania sondażowe przeprowadzane przez różne pracownie zajmujące się badaniami opinii publicznej.*
3. Jak Polacy oceniają rzetelność mediów społecznościowych? *Polacy są świadomi, że media społecznościowe są znacznie mniej rzetelne niż media profesjonalne. Szczególnie Facebook w coraz większym stopniu traci zaufanie Polaków, którzy przyjmują coraz bardziej krytyczną postawę względem treści prezentowanych w tym medium.*
4. Jaki czynnik ma dla odbiorców mediów społecznościowych znaczenie szczególnie przy ocenie wiarygodności opublikowanego przekazu? *Odbiorcy w mediach społecznościowych coraz bardziej zwracają uwagę na reputację użytkownika, którego regularnie obserwują i systematycznie oceniają jego treści jako wiarygodne. Bardzo często użytkownicy dzielą się treściami prezentowanymi przez takiego użytkownika.*



• **ZADANIE 4**

★ Analiza materiałów filmowych: Zaproponuj wybranym uczniom obejrzenie filmów, w których zaprezentowany został wizerunek patriotyzmu poszczególnych narodów.

Uczniowie, którzy zgłoszą się do wykonania zadania, przygotowują wystąpienia – referaty, oracje lub prezentacje – w których przedstawiają formę budowania patriotycznego wizerunku danego narodu.

★ *Wskazówka:* Zachęć również uczniów, którzy nie będą przygotowywali referatów, aby obejrżeli wybrany film. Upředź, że po referatach przeprowadzicie dyskusję na forum klasy.

Film 1: „[Patriota](#)” (2000) i patriotyzm amerykański

Film 2: „[9 kompania](#)” (2005) i patriotyzm rosyjski

Film 3: „[W ciemności](#)” (2011) i patriotyzm polski

Film 4: „[5 dni wojny](#)” (2010) i patriotyzm gruziński

Film 5: „[Dunkierka](#)” (2017) i patriotyzm brytyjski

★ Zagadnienia, na których powinny być oparte wystąpienia uczniów:

1. Co na podstawie kina patriotycznego danego kraju można powiedzieć o danym narodzie i jego podejściu do patriotyzmu i historii?
2. Jakie wartości są propagowane przez kino patriotyczne danego kraju?



3. W jaki sposób prezentuje się relacje z sąsiadami oraz stosunki z sojusznikami?
4. Czy obejrzone przez uczniów przykłady kina patriotycznego mogą być uznane za przejaw narodowej propagandy? Jakie ewentualne elementy potwierdzają, że jest to forma propagandy?
5. Czy kino patriotyczne musi być kinem historyczno-wojennym?

★ *Wskazówka:* Po wysłuchaniu referatów można przeprowadzić pogadankę z uczniami na temat elementów wspólnych wszystkich obejrzanych przez uczniów filmów oraz różnic, jakie można było dostrzec w prezentowanych wizjach patriotyzmu.



Projekt [Krok 3.]

★ W ramach ostatniej części projektu poświęconego propagandzie wszyscy uczniowie otrzymują zadanie do wykonania.

Najlepszym sposobem na rozpoznanie propagandy jest rzeczowe weryfikowanie faktów. W mediach cieszących się uznaniem i popularnością zwykle obowiązują surowe zasady ustalania faktów, więc kiedy słyszymy informacje skandalizujące lub docierają do nas informacje wzajemnie sprzeczne, ważne jest, aby przyjąć postawę sceptyczną, nie ulegać pierwszemu wrażeniu, przede wszystkim nie pozwolić, aby to emocje dyktowały nam, co mamy myśleć, i nie tracić czasu na korzystanie z niektórych mediów. Warto korzystać jedynie z mediów cieszących się wiarygodnością i posiadających powszechną reputację.

Temat zadania do wykonania:

1. Poszukaj przykładów inicjatyw, które pomagają identyfikować i zwalczać propagandę. *Przykład podobnej inicjatywy:* <https://www.bbc.com/news/av/world-europe-49973668>
2. Napisz artykuł, w którym przybliżysz klasie niniejszą inicjatywę. Artykuł nie powinien być dłuższy niż 1 strona znormalizowanego komputeropisu.

★ *Wskazówka:* Po sprawdzeniu artykułów przez nauczyciela będzie można efekty pracy wszystkich uczniów zaprezentować w formie wydrukowanego egzemplarza, który można przekazać do biblioteki lub wyeksponować w sali lekcyjnej. Można do wydawnictwa dodać również wybrane listy napisane w ramach drugiego kroku projektu, jeśli uczniowie wyrażą na to zgodę.



Arkusz samooceny

★ **Wskazówka:** Uczniowie sami oceniają, czy są w stanie odpowiedzieć na poniższe pytania. Jeśli nie, powinni poprosić nauczyciela o dodatkowe wyjaśnienia, by móc w pełni zrozumieć omawiane zagadnienia.

Po tej lekcji uczniowie powinni potrafić:

Wyjaśnić, czym jest propaganda i do czego służy.

Uczniowie wyjaśniają, że propaganda to celowe i konsekwentne rozpowszechnianie informacji – nie zawsze prawdziwych, a zazwyczaj jednostronnych – w celu kształtowania obywateli, wpływania na ich poglądy, formowania ich nastrojów, manipulowania nimi i zachęcania do pewnych określonych działań, które miałyby się przyczynić do realizacji celów, które postawił sobie propagandysta. Propaganda ma na celu wpływanie na emocje i opinie grupy docelowej.

Rozpoznawać różnego rodzaju techniki i sztuczki stosowane przez propagandystów.

Np. muzyka, plakat, artykuł, sztuka teatralna, film, jak również krzykliwe hasła, jednoznaczne wnioski czy też obrazy uporządkowanego otoczenia, które zwykle są integralnym tłem wielu filmów propagandowych.

Wyjaśniać, w jaki sposób tworzony jest przekaz propagandowy w wielu filmach patriotycznych, historycznych i wojennych.



Ponieważ kino patriotyczne występuje powszechnie właściwie w prawie wszystkich krajach świata, stąd też jesteśmy w stanie wskazać jego cechy wspólne: jego celem jest zwykle wzbudzenie dumy z kraju i przedstawicieli danego narodu. Jeśli kino patriotyczne nie obraża innych narodów oraz nie przedstawia ich w sposób tendencyjny, to kino takie często możemy nawet traktować bardziej jako sztukę, która nadaje sens wydarzeniom ważnym dla danej zbiorowości. Wówczas takich filmów nie określimy mianem propagandy.

Wyjaśnić, czym są trolle internetowe i boty oraz jak działają.

Trolle to ludzie, których zadaniem jest ciągłe komentowanie najistotniejszych wiadomości i postów zamieszczonych na popularnych portalach informacyjnych i w mediach społecznościowych, jak również szerzenie dezinformacji oraz pogardy względem atakowanych grup społecznych, jak również ich wartości i postaw. Boty natomiast to programy komputerowe, które automatycznie publikują propagandowe komentarze na portalach informacyjnych i w mediach społecznościowych.

LIBERTÉ!



Lithuanian
Free
Market
Institute



Erasmus+



Materiały zostały opracowane w ramach projektu Nauka Obywatela, realizowanego przez Fundację Liberté! we współpracy z Lithuanian Free Market Institute w ramach programu Erasmus+ i przy wsparciu Atlas Network. Pełny zestaw materiałów dostępny jest na stronie: <https://naukaobywatela.pl/>