

Ja w sieci - co jest walutą?

scenariusz lekcji

Dziś zabierasz uczniów za kulisy ich ulubionych aplikacji. Twoim zadaniem jest zmiana ich perspektywy z „nieświadomego użytkownika” na „świadomego konsumenta”. Pokażesz im, że w cyfrowym świecie „darmowe” usługi mają swoją cenę, którą płacą każdego dnia - często nawet o tym nie wiedząc.

Twoje cele dla uczniów:

- ✓ zrozumieją model biznesowy gigantów technologicznych (ekonomia uwagi),
- ✓ dowiedzą się, jak działają algorytmy, czym jest bańka informacyjna i komora echa,
- ✓ przeprowadzą audyt własnej aktywności cyfrowej i zidentyfikują swój „cyfrowy ślad”.

Przygotuj wcześniej:

- ✓ film „Jak działa algorytm? Cena twojej uwagi”,
- ✓ prezentację „Władcy naszej uwagi: jak działają giganci cyfrowi?”,
- ✓ infografikę „Wygoda vs. prywatność” (do wyświetlenia w trakcie prezentacji),
- ✓ wydruki karty pracy „Mój cyfrowy ślad” (1 na ucznia).

Krok 1: Rozgrzewka - darmowe czy bezcenne? (10 minut)

Zacznij od prowokacji myślowej. Twoim celem w tym kroku jest zburzenie mitu „darmowego Internetu” i przygotowanie gruntu pod film. Nie bój się ciszy po zadaniu pytania - daj uczniom chwilę na zastanowienie.

Stań przed klasą i zadaj serię pytań, które zmuszą uczniów do zakwestionowania oczywistości.

Możesz powiedzieć:

Dzień dobry. Pomyślcie o aplikacjach zainstalowanych na Waszych telefonach. Wybierzcie w głowie trzy aplikacje, bez których nie wyobrażacie sobie dnia. Może to TikTok, Instagram, YouTube? A teraz kluczowe pytanie: ile pieniędzy zapłaciście w tym miesiącu ich twórcom? Czy przyszedł do was rachunek za scrollowanie Facebooka?

Alternatywnie:

Wyobraźcie sobie, że zakładacie firmę. Zatrudniacie tysiące najlepszych inżynierów, budujecie gigantyczne serwerownie, wydajecie miliardy. A potem... rozdajecie swój produkt za darmo każdemu na świecie. Brzmi jak szaleństwo, prawda? A tak właśnie działają Google czy Meta. Jak myślicie - gdzie jest haczyk?

Zaproś uczniów do dyskusji, używając na przykład tych pytań pomocniczych:

- ✓ Skoro my nie płacimy, to kto płaci za utrzymanie tych serwerów? (oczekiwana odpowiedź: reklamodawcy),
- ✓ Dlaczego reklamodawcy płacą akurat tym firmom, a nie np. gazetom czy telewizji? Co takiego ma Facebook, czego nie ma telewizja? (oczekiwane odpowiedzi: wiedzę o nas, precyzyjne dane).
- ✓ Czy czujecie, że korzystanie z mediów społecznościowych jest „darmowe”, czy może czujecie jakiś inny koszt (np. czasu, nerwów, prywatności?)

Zapisz na tablicy hasła, które padną: dane, czas, reklamy, prywatność lub inne, które padły.



Możesz podsumować:

Mówicie o reklamach i danych. To świetny trop. W marketingu istnieje stare powiedzenie: „Jeśli nie płacisz za produkt, to znaczy, że Ty jesteś produktem”. Dziś sprawdzimy, jak bardzo precyzyjnym produktem jesteśmy.

Krok 2: Materiał dowodowy - jak działa algorytm? (10 minut)

Teraz czas na konkrety. Zapowiedz film, który wyjaśni mechanizm stojący za ich „feedem” (tablicą aktualności). Uczul uczniów, aby oglądali go nie jak widzowie, ale jak „śledczy” szukający dowodów na to, jak są profilowani.

Możesz powiedzieć:

Za chwilę zobaczymy krótki film, który pokazuje mechanizm działania tej maszyny. Wasze zadanie podczas oglądania: wyłapcie dwa kluczowe mechanizmy. Pierwszy: czym różni się model na przykład Netflixa od modelu na przykład TikToka? Drugi: jak zachowywały się ikonki różnych kolorów? Zobaczmy, jak algorytm decyduje za nas.

Odtwórz Film „Jak działa algorytm? Cena twojej uwagi”. Po projekcji sprawdź, czy uczniowie wyłapali podstawowe pojęcia, zanim przejdziesz do głębszej analizy.

Zacznijmy od podstaw. Film pokazał dwa modele biznesowe. Kto wyjaśni, na czym polega różnica między płaceniem za Netflixa a „darmowym” korzystaniem z Instagrama? Kto jest klientem w każdym z tych przypadków? Oczekiwana odpowiedź: W Netflixie płacimy my i my jesteśmy klientem. W Instagramie klientem jest reklamodawca, a my jesteśmy towarem.

Algorytm w Filmie uczył się użytkownika. Jaki był jego główny cel? Czy chciał, żeby użytkownik był mądrzejszy, szczęśliwszy? Czego chciał? Oczekiwana odpowiedź: Chciał tylko uwagi i czasu. Chciał, żeby użytkownik nie odkładał telefonu.



Na koniec widzieliśmy użytkownika w bańce. Dlaczego po chwili widział już tylko niebieskie klocki, a czerwone zniknęły? Co to symbolizuje w prawdziwym życiu? Oczekiwana odpowiedź: To Bańka Informacyjna. Algorytm usuwa to, co nam się nie podoba, i zostawia tylko to, co potwierdza nasze zdanie)

Gdy upewnisz się, że mechanizm jest jasny, możesz zadać dalsze pytania, które zmuszą uczniów do oceny tego zjawiska.

O emocjach: Film sugerował, że algorytm karmi nas tym, co wywołuje reakcję. Jak myślicie, które emocje w Internecie klikają się najlepiej? Spokój i zgoda czy złość i oburzenie? Jakie to ma konsekwencje dla nas wszystkich?

O wolnej woli: Skoro algorytm decyduje o tym, co widzimy w pierwszej kolejności, to na ile nasze poglądy są naprawdę nasze? Czy to my wybieramy, co nas interesuje, czy algorytm podsuwa nam to, co nas zatrzyma?

O relacjach: Wyobraźcie sobie, że każdy z nas w tej klasie siedzi w innej bańce - jeden widzi tylko „niebieski” świat, drugi tylko „czerwony”, ktoś inny tylko „żółty”. Czy tacy ludzie są w stanie się jeszcze dogadać? Co się dzieje z rozmową, gdy żyjemy w innych rzeczywistościach?

O cenie: Na końcu filmu padło pytanie o koszty. Mamy świetnie dopasowane treści (wygoda), ale tracimy szerszy obraz świata (bańka). Czy waszym zdaniem ta „wygoda” jest warta bycia zamkniętym w bańce? Gdzie jest granica?

Kiedy uznasz za stosowne, możesz zakończyć tę część lekcji.

Widzę, że zauważacie ten paradoks. Z jednej strony mamy świetną rozrywkę idealnie pod nasz gust, z drugiej – ryzyko, że ktoś steruje naszą uwagę.

Krok 3: Teoria - władcy naszej uwagi (15 minut)

Uczniowie mają już intuicję i obraz z filmu. Teraz czas to uporządkować i nadać temu fachowe nazwy. Przejdiesz teraz przez prezentację, która pogłębi tematy z filmu. Uruchom prezentację „Władcy naszej uwagi”. Jeśli szukasz inspiracji, szczegółowy



przewodnik po każdym slajdzie znajdziesz w sekcji „Twój przewodnik po prezentacji” na końcu scenariusza.

Możesz powiedzieć:

Film pokazał nam mechanizm. Teraz nazwiemy to profesjonalnie. Poznamy pojęcia i dowiemy się, dlaczego Wasz czas jest dziś cenniejszy niż ropa naftowa.

Alternatywnie:

Skoro wiemy, że algorytm to „kelner”, który ciągle donosi nam to samo danie, zastanówmy się, jakie są tego skutki dla całego społeczeństwa. Czy grozi nam cyfrowa niestrawność?

Krok 4: Warsztat - Mój cyfrowy ślad (15 minut)

W tym kroku postarasz się wywołać w uczniach efekt „aha”. Po wypełnieniu tabeli uczniowie często są zaskoczeni wynikami. Twoją rolą jest przekucie tego zaskoczenia w głębszą refleksję, dlatego druga część tego kroku to inspirująca dyskusja. Rozdaj uczniom kartę pracy „Mój cyfrowy ślad”. Przeprowadź uczniów przez wypełnianie tabeli, nadając temu tempo, aby nie utknęli w szczegółach. Gdy uczniowie mają już przed sobą „dowody”, poprowadź dyskusję. Nie pytaj tylko „jak wam poszło?”. Użyj poniższych pytań, aby doprowadzić ich do konkretnych wniosków na temat waluty w sieci.

Możesz powiedzieć:

Okej, odłóżcie długopisy. Spójrzcie na swoje karty. To, co widzicie, to wasz paragon. Tylko zamiast kwot, macie tam coś innego. Przeanalizujmy to wspólnie.

Poniżej znajdziesz kilka pytań i tematów, które pomogą Ci odpowiednio poprowadzić dyskusję

O iluzję darmowości: Podnieście rękę ci, którzy w kolumnie „płatność” mają same lub prawie same „nie”. Skoro nikt z was nie zapłacił, to kto tak naprawdę opłacił wasz czas na Instagramie? Jak myślicie, co dokładnie zostało sprzedane w tym czasie?”

Cel: Uświadomienie, że transakcja zaszła, tylko walutą była uwaga sprzedana reklamodawcom.



O iluzję wyboru: Spójrzcie na kolumnę „właściciel”. Ile różnych firm tam widzicie? Czy zdarzyło się komuś, że używał czterech różnych aplikacji, ale wszystkie należą do jednej lub dwóch firm (np. Google i Meta)? Co to oznacza dla naszej prywatności, jeśli jedna firma wie o nas wszystko – od tego, co oglądamy, po to, z kim piszemy i gdzie jesteśmy?

Cel: Zauważenie monopolizacji danych i ryzyka gromadzenia całej wiedzy o użytkowniku w jednym ręku.

O definicję „waluty”: W jednym z pytań na karcie mieliście zdefiniować „walutę”. Skoro nie przelaliście pieniędzy, to co dokładnie daliście tej firmie w ciągu tych kilku minut? Spróbujcie to nazwać bardzo konkretnie. Czy to była wasza lokalizacja? Wasz humor? Lista znajomych?

Cel: Przejście od ogólnika „dane” do konkretów: emocje, nawyki, lokalizacja, relacje.

O wartość (Wycena prywatności): Zróbmy eksperyment myślowy. Wyobraźcie sobie, że Instagram wprowadza wersję „premium private”. Kosztuje 20 zł miesięcznie, ale w zamian firma przysięga, że nie zbiera o was żadnych danych, a algorytm nie próbuje was uzależnić. Kto z was by zapłacił? A kto woli wersję „darmową”, ale płaconą prywatnością? Dlaczego?

Cel: Zmuszenie uczniów do wartościowania swojej prywatności kontra wygody finansowej.

Na koniec zapytaj uczniów o ich uczucia i perspektywę.

Na początku lekcji powiedzieliśmy, że w darmowych usługach to wy jesteście produktem. Teraz, patrząc na swoją kartę pracy i widząc, ile informacji oddaliście za darmo - jak się z tym czujecie? Czy to was wkurza, czy jest wam to obojętne, bo „taki jest świat”?

Bufor czasowy - Test bańki na żywo

Jeśli uczniowie pracują szybko, wykorzystaj ten czas na naoczny dowód działania algorytmów.

Możesz powiedzieć:

Mamy chwilę, więc zrobmy eksperyment. Dobierzcie się w pary z osobą z ławki. Wyjmijcie telefony i wejdźcie w tę samą aplikację - np. kartę „Dla Ciebie” na TikToku, „Odkrywaj” na Instagramie lub stronę główną YouTube. Połóżcie telefony obok siebie.

Niech uczniowie policzą, ile takich samych treści widzą na pierwszych 5-10 pozycjach. Czy ich ekrany wyglądają tak samo? Następnie zapytaj ich o wniosek:

Dlaczego, skoro jesteście w tym samym wieku, mieszkacie w tym samym mieście i chodzicie do tej samej klasy, wasze feedy są zupełnie inne? To dowód na to, że algorytm zamknął was w osobnych bańkach.

Krok 5: Zakończenie - świadomy wybór (5 minut)

Podsumuj lekcję, aby zostawić uczniów nie z poczuciem strachu, ale ze świadomością sprawczości.

Możesz powiedzieć:

Dzisiejsza lekcja nie miała na celu sprawić, że wyrzucicie telefony do kosza. Smartfony ułatwiają życie. Ale ważne jest, żebyście wiedzieli, jaka jest cena tej wygody. Kiedy coś jest „za darmo”, to wy jesteście towarem. Używajcie tych narzędzi, ale nie dajcie się używać im.

Na zakończenie zaproś ich do rozważenia jednej małej zmiany w ich codziennym funkcjonowaniu w internecie.



Twój Przewodnik po Prezentacji: "Władcy naszej uwagi"

Slajd 1: Tytułowy

Jak to rozegrać: Nie zaczynaj od czytania tytułu. Zaczynj od ciszy i spójrz na grafikę oka.

Narracja: Spójrzcie na tę grafikę. W mitologii mówiono, że oczy są zwierciadłem duszy. Dziś, w XXI wieku, w naszych oczach odbija się coś innego – logotypy. Wchodzimy teraz za kulisy świata, który znacie lepiej niż własną kieszeń, ale którego mechanizmów najprawdopodobniej nie jesteście świadomi. Poznamy dziś „Władców naszej uwagi” – architektów cyfrowej rzeczywistości.

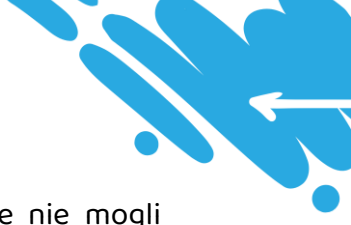
Slajd 2: Wstęp – Dwa Światy Usług

Narracja: Wasz telefon to tak naprawdę dwa różne państwa. Pierwsze to Państwo Subskrypcji (Netflix, Spotify). Tutaj zasada jest prosta, jak w sklepie: płacisz 40 złotych, dostajesz film. Jesteś Klientem. Masz prawo wymagać. Drugie to Państwo Darmowe' Meta, Google, TikTok). Tutaj nie płacisz ani grosza za mapy całego świata czy komunikator. Ale czy to znaczy, że Mark Zuckerberg jest filantropem? Nie. W tym państwie Ty nie jesteś Klientem. Klientem jest reklamodawca, który płaci Zuckerbergowi za dostęp do Ciebie. Ty jesteś... zasobem. Produktem na półce.

Slajd 3: Nowe Pojęcie: Ekonomia Uwagi

Merytoryka: Pojęcie Attention Economy ukuł noblista Herbert Simon, zauważając, że w świecie bogatym w informacje, to uwaga staje się zasobem deficytowym (attention scarcity).

Narracja: W XXI wieku to nie złoto, nie diamenty i nie ropa naftowa są najdroższe. Najrzadszym zasobem na Ziemi jest... ludzka uwaga. Dlaczego? Bo każdy z nas ma jej tyle samo. Doba ma sztywne 24 godziny. Nie da się wyprodukować więcej czasu. Każda minuta, którą spędzacie na TikToku, to minuta, której bezpowrotnie nie spędzicie na YouTube czy Netflixie. Dlatego trwa brutalna wojna o każdą sekundę Waszego spojrzenia. Firmy



zatrudniają tysiące psychologów, żeby zaprojektować aplikacje tak, byście nie mogli oderwać wzroku. To się nazywa Ekonomia Uwagi.

Slajd 4: Jak zdobyć Twoją uwagę? Algorytm

Narracja: Jak wygrać wojnę o uwagę? Nie da się ręcznie wybierać treści dla miliardów ludzi. Do tego służy najpotężniejsza broń gigantów: algorytm. W filmie widzieliście go jako mózg. W rzeczywistości to skomplikowany kod matematyczny. Ale uwaga: Algorytm to nie jest bibliotekarz, który chce Wam polecić mądrą książkę. Algorytm to jest... bardzo sprytny sprzedawca. Jego cel nie jest moralny (dobro/zło). Jego cel jest czysto liczbowy: wasze zaangażowanie. Ma sprawić, żebyście nie zamknęli aplikacji. Jeśli zatrzyma was kłamstwem - użyje kłamstwa. Jeśli zatrzyma was kłótnią - użyje kłótni.

Slajd 5: Jak działają algorytmy? Emocje jako paliwo

Merytoryka: Badania (m.in. z MIT) pokazują, że fałszywe informacje (fake news) rozchodzą się na Twitterze 6 razy szybciej niż prawdziwe, bo są bardziej emocjonalne.

Narracja: Czym karmi się algorytm? Waszymi reakcjami. A co wywołuje najsilniejszą reakcję? Spokój? Nuda. Zgoda? Słabe kliknięcia. Za to złość, strach, oburzenie to paliwo rakietowe dla algorytmów. Zobaczcie na ten schemat: Post, który mówi „jest okej”, zginie. Post, który krzyczy „oni chcą nas zniszczyć!”, wywoła lawinę komentarzy. Algorytm widzi ruch, więc promuje ten post jeszcze bardziej. W ten sposób algorytmy nieświadomie, choć celowo, promują w sieci agresję i skrajności - bo to się po prostu lepiej klika.

Slajd 6: Bańka Informacyjna

Narracja: Jaki jest tego skutek dla Ciebie? Algorytm chce być Twoim „filtrem”. Nie chce Cię denerwować poglądami, z którymi się nie zgadzasz. Więc co robi? Buduje wokół Ciebie niewidzialną ścianę - bańkę informacyjną. Jeśli lubisz gry, Twój internet będzie o grach. Jeśli boisz się szczepionek, Twój internet będzie potwierdzał, że są groźne. To jest cyfrowe lustro weneckie. Myślisz, że widzisz świat przez okno, a tak naprawdę patrzysz w lustro, które odbija tylko Twoje własne poglądy.



Slajd 7: Komora Echa

Narracja: Ale to nie koniec. Wewnątrz bańki powstaje „komora echa”. Wyobraźcie sobie, że wchodzicie do pokoju, gdzie wszyscy się z Wami zgadzają. Mówisz: „Ten film jest głupi”. Wszyscy przytakują: „Tak! Beznadziejny!”. Co się dzieje z Twoją pewnością siebie? Rośnie. Zaczynasz myśleć: „Skoro wszyscy tak mówią, to musi być absolutna prawda”. W Internecie przestajemy spotykać ludzi o innym zdaniu. Nasze poglądy, nawet te błędne, twardnieją jak beton, bo nikt ich nie podważa.

Slajd 8: Polaryzacja Społeczna

Narracja: A teraz spójrzmy z lotu ptaka. Mamy miliony ludzi zamkniętych w swoich komorach echa. Jedni w niebieskiej, drudzy w czerwonej, inni w żółtej. Co się dzieje, gdy się spotkają? Nie potrafią rozmawiać. Dla niebieskich ci czerwoni wydają się kosmitami. To jest polaryzacja. Internet, który miał łączyć ludzkość w globalną wioskę, paradoksalnie zaczął nas dzielić na plemiona, które prowadzą ze sobą wojnę. I pamiętajcie - algorytm pozwala na tej wojnie zarabiać, bo kłótnia to świetne zaangażowanie.

Slajd 9: Wygoda vs. prywatność

Narracja: Czy to znaczy, że technologia to samo zło? Absolutnie nie. Ale warto o tym pomyśleć, ilekroć klikacie w aplikacji „Akceptuj”. Z jednej strony dostajemy usługi, o których królowie 100 lat temu mogli tylko marzyć. Z drugiej strony - płacimy walutą, której nie widać.

Slajd 10: Korzyści

Narracja: Co zyskujemy? Bądźmy szczerzy - naprawdę dużo. Personalizacja: Spotify, który w piątek rano wie, że potrzebujesz energii, a wieczorem, że chcesz się wyciszyć. To oszczędność czasu. Efektywność: Google Maps, które pokazują korki, zanim w nich utkniemy. Łączność: Możesz za darmo zobaczyć twarz przyjaciółki, która mieszka w Australii. To są realne, wspaniałe korzyści.

Slajd 11: Koszty

Narracja: A co kładziemy na drugiej szali? Prywatność: Korporacje wiedzą o nas rzeczy, których czasami nie mówimy nikomu. Wiedzą, gdzie śpicie (lokalizacja telefonu w nocy), z kim spędzacie czas, na co chorujecie (wyszukiwania w Google).

Manipulacja: Cambridge Analytica pokazała, że mając te dane, można wpłynąć na to, jak zagłosujecie w wyborach. Zdrowie: Uzależnienie od dopaminy. Ten dreszczyk przy nowym powiadomieniu. To nie przypadek - to zaprojektowany mechanizm.

Slajd 12: Ślad Cyfrowy

Narracja: Wszystko, o czym mówimy, opiera się na Waszym śladzie cyfrowym. Większość myśli, że ślad to tylko zdjęcia i dane, które wrzucacie - ślad aktywny. To błąd. To tylko wierzchołek góry lodowej. Prawdziwa kopalnia złota to ślad pasywny. To, ile milisekund patrzyliście na reklamę butów. To, że Wasz telefon zwolnił scrollowanie przy zdjęciu danej gwiazdy. Maszyna notuje te mikro-zachowania i buduje Wasz profil psychologiczny.

Slajd 13: Cyfrowa Świadomość

Narracja: Czy jesteśmy bezbronni? Nie. Jesteście pierwszym pokoleniem, które może być „cyfrowo świadome”. Funkcjonujecie w tym świecie świadomie. Wejdźcie w ustawienia Google czy Apple i przeanalizujcie wasze aktywności. Wyłączcie historię lokalizacji, jeśli jej nie potrzebujecie. Przebijcie bańkę i celowo zaobserwujcie 2-3 profil, z którymi się NIE zgadzacie. Nie żeby się kłócić, ale żeby wiedzieć, o czym myślą inni. Zmylcie algorytm. Dbajcie o higienę cyfrową. Wasz mózg potrzebuje nudy. Odłóżcie telefon na godzinę. Świat się nie zawali.