



**Co-funded by
the European Union**

AKTIVUJÍCÍ SCÉNÁŘ HODINY
vypracovaný v rámci projektu
„INOVACE V ŠKOLNÍM VZDĚLÁVÁNÍ“

TÉMA:

NAVRHOVÁNÍ KAMPANĚ „STOP FAKE NEWS“

1. Cíle hodiny

Žák:

- dokáže naplánovat a prezentovat mini-edukační kampaň proti fake newsům,
- zná základní prvky účinné společenské kampaně (cíl, příjemce, sdělení, forma, distribuční kanál),
- rozvíjí schopnost kreativní týmové práce, argumentace a komunikace,
- umí vybrat vhodná hesla a vizuální materiály,
- vědomě využívá znalosti o dezinformacích k edukaci ostatních.

2. Cílová skupina

Žáci základních škol

3. Metody

- Projektová práce ve skupinách
- Brainstorming
- Analýza příkladů
- Prezentace a rozbor prací

4. Materiály

- Interaktivní tabule nebo flipchart
- Příklady společenských kampaní (slidy, plakáty, grafiky, internetové posty)
- Pracovní list „Plán kampaně STOP FAKE NEWS“ (šablona)
- Archy A3, barevné fixy, nůžky, lepidlo
- Přístup k internetu (volitelně pro inspiraci nebo jednoduché grafiky v Canvě)



**Co-funded by
the European Union**

5. Průběh hodiny (45 minut)

1. Úvod – proč společenské kampaně? (5 min)

Forma: brainstorming + krátký řízený rozhovor

Průběh:

1. Rozcvička: Učitel se ptá žáků:
 - Setkali jste se někdy na internetu s kampaní, která měla změnit něčí chování? (např. akce typu „Stop násilí“, „Nehateuj“, „Zůstaň doma během pandemie“)
 - Myslíte, že takové kampaně mohou fungovat? Co způsobuje, že si je pamatujeme?
 - Dá se na internetu něco udělat proto, aby se falešné zprávy šířily pomaleji nebo úplně zmizely?
2. Sbírání nápadů: Žáci uvádějí příklady akcí, které znají ze školy, médií či internetu (např. edukační memy, hesla na TikToku, plakáty ve škole). Učitel zapisuje návrhy na tabuli.
3. Odborné informace (krátká přednáška):
 - Definice společenské kampaně: je to plánovaná činnost, která má ovlivnit chování nebo povědomí lidí v důležitých věcech (např. bezpečnost, zdraví, odpovědnost na internetu).
 - Proč funguje: využívá jednoduchý jazyk, emoce, obrazy, které rychle osloví příjemce, často se opakují na různých místech (škola, internet, plakáty), a proto se snadno zapamatují.
 - Role v boji s fake newsy: kampaně mohou učit, jak ověřovat zdroje, povzbuzovat k nevěře v emotivní titulky a ukazovat, že každý uživatel internetu má vliv na to, co se v něm šíří.
4. Rozbor prvků kampaně: učitel ukazuje na příkladu (může to být výtisk nebo slid):
 - Cíl kampaně: co chceme změnit (např. méně sdílení fake newsů).
 - Příjemce: ke komu mluvíme (žáci, rodiče, všichni uživatelé internetu).
 - Heslo: krátká, chytlavá věta (např. „STOP FAKE NEWS – ověř, než klikneš“).
 - Forma: plakát, mem, post, video, hashtag.
 - Publikální kanál: škola, sociální sítě, místní akce ve městě.
5. Shrnutí úvodu: učitel zdůrazňuje, že v další části hodiny žáci sami vytvoří mini-kampaň, kterou bude možné prezentovat ve škole nebo na internetu jako příklad činnosti proti dezinformacím.

2. Inspirace – rychlý přehled příkladů (5 min)

Forma: prezentace slidů + krátká analýza ve dvojicích

Průběh:



Co-funded by the European Union

1. Prezentace materiálů – učitel ukazuje žákům 4–6 příkladů edukačních kampaní proti dezinformacím. Mohou to být výtisky, slidy nebo screenshoty z internetu. V sadě jsou jak skutečné kampaně, tak příklady vytvořené pro účely hodiny:

Skutečné příklady:

1. Edukační plakát (EU – Think Before You Share)
 - Heslo: „Přemýšlej, než budeš sdílet“
 - Obrázek: telefon v ruce, nad ním lupa a znak STOP.
 - Pod textem: „Ověř zdroj. Chraň sebe i ostatní před falešnými informacemi.“
2. Post z fact-checkingového portálu (Demagog.org.pl)
 - Grafika: dva identické titulky vedle sebe – jeden označený „Pravda“, druhý „Lež“.
 - Text: „Ta zpráva o volných lístcích do kina pro všechny? Lež. Ověř fakta na demagog.org.pl, než uvěříš.“
3. Infografika „Jak rozpoznat fake news“ (Konkret24)
 - 4 kroky: ověř zdroj, porovnej v jiných médiích, zhodnot' titulek, nesdílej, pokud máš pochybnosti.
 - Obrázek: ikony lupy, počítače, otazníku.

Fiktivní příklady (pro cvičení ve třídě):

4. Školní plakát „STOP FAKE NEWS“

- Heslo: „Neklikej naslepo – ověř zdroj!“
- Obrázek: žák u počítače, vedle bubliny: „Pravda“ ✓ a „Lež“ ✗.
- Spodní část plakátu: „Než budeš sdílet – pomysli, kdo to uvidí.“

5. Školní Instagram post

- Foto: senzační titulek: „Žáci dostanou celé dva týdny volna!“
- Popisek: „Zní to skvěle? To je fake news! Ověř v rozvrhu školy. Nevěř všemu, co koluje po síti.“
- Hashtag: #PravdaMáVýznam

6. TikTok scénka (scénář)

- Osoba 1 dostane zprávu: „Zavírají všechny obchody od zítřka! Nakup ihned!!!“
- Osoba 2 ověřuje na stránce ministerstva – sdělení: „To není pravda – obchody zůstávají otevřené.“
- Nápis na konci: „Ověř, než se vydáš“ + hashtag #StopFakeNews.

2. Krátká analýza ve dvojicích:

Žáci ve dvojicích diskutují:

- Co způsobuje, že je daný materiál viditelný? (barvy, obraz, heslo).
- Je sdělení jasné a srozumitelné?
- Jaké emoce vyvolává? (vážnost, smích, varování).
- Povzbuzuje k činnosti? (např. ověření zdroje).

Projekt spolufinancovaný Evropskou unií



**Co-funded by
the European Union**

3. Třídící závěry:

Učitel zapisuje na tabuli prvky, které se opakují v účinných kampaních, např.:

- krátký, chytlavý text,
- výrazný obrázek nebo symbol (např. lupa, znak STOP),
- kontrastní barvy,
- emoce (odpovědnost, humor, zvědavost),
- jednoduchá výzva k akci („Ověř“, „Nahlas“).

4. Shrnutí:

Učitel zdůrazňuje, že tyto prvky žáci využijí ve své kampani, aby byla krátká, srozumitelná a snadno zapamatovatelná.

3. Hlavní cvičení – „Tvoříme kampaň STOP FAKE NEWS“ (25 min)

Forma: práce ve skupinách (3–5 osob)

Cíl: rozvoj kreativity, spolupráce a schopnosti vytvářet krátké, účinné edukační sdělení proti dezinformacím.

Etapu 1 – Plánování (10 min)

Každá skupina dostává Pracovní list s tabulkou k vyplnění a sadu příkladů z předchozí části (skutečné i fiktivní kampaně).

Instrukce: než začnete tvořit plakát nebo post, naplánujte celou kampaň.

Prvek kampaně	Náš nápad
Cíl kampaně	Co chceme dosáhnout? Jaké chování změnit? (např. „Ověřuj zdroje“, „Nevěř senzačním titulům“).
Příjemce	Kdo je adresátem sdělení? (např. žáci školy, rodiče, uživatelé TikToku).
Heslo kampaně	Krátký, chytlavý text (max. 5–7 slov).
Forma	Plakát, mem, post na sociálních sítích, krátké video, hashtag, mini-podcast.
Hlavní poselství	Nejpodstatnější myšlenka pro příjemce.
Publikační kanál	Kde kampaň ukážeme? (např. školní Instagram, nástěnka, tabule).

Pokyny:

- Heslo má být krátké, výrazné a zapamatovatelné.
- Sdělení musí být jednoduché a srozumitelné pro adresáta.

Projekt spolufinancovaný Evropskou unií



**Co-funded by
the European Union**

- Přemýšlejte, jaké emoce chcete vyvolat (odpovědnost, zvědavost, péči).
- Můžete se inspirovat ukázanými příklady, ale vytvořte něco vlastního.

Etapu 2 – Tvorba materiálu (15 min)

Každá skupina připravuje prototyp kampaně – první verzi edukačního materiálu.

Na výběr:

- **Plakát** – arch A3 nebo digitální verze, s heslem, grafikou, symbolem STOP FAKE NEWS.
- **Post nebo mem** – krátký text + ilustrace, formát jako na Instagramu/TikToku.
- **Scénka/video** – scénář 30–60 sekund se situací fake newsu a reakcí postav.
- **Hashtag kampaně** – např. #StopFakeNews, #OvěřNežKlikneš, #PravdaMáVýznam.

Důležité prvky:

- Edukační sdělení: povzbuzení k ověřování informací, hlášení fake newsů.
- Čitelnost: velká písmena, jednoduchá grafika, málo textu.
- Výzva k akci: např. „Ověř zdroj“, „Nahlas příspěvek“.

Tipy:

- Udělejte něco, co byste sami chtěli sdílet se spolužáky.
- Použijte kontrastní barvy, symboly, jednoduché obrázky.
- Vymyslete několik verzí hesla a vyberte nejlepší.

Etapu 3 – Presentace a rozbor (8 min)

1. Příprava na prezentaci (1 min)

- Skupina vybere 1–2 osoby k prezentaci.
- Dohodněte se, kdo bude mluvit o cíli, heslu, formě.

2. Skupinové prezentace (cca 2 min na skupinu)

- Ukažte svůj materiál (plakát, post, scénář).
- Vysvětlete: cíl kampaně, příjemce, heslo, formu, publikační kanál.

3. Otázky od třídy (1–2 min)

- Např.: „Proč jste vybrali tento symbol?“, „Jak povzbudíte příjemce k činnosti?“

4. Třídní hlasování (1 min)

- Kategorie: „nejlepší heslo“, „nejlepší grafika“, „nejvíce nápaditá forma“.

5. Shrnutí učitele (cca 2 min)

- Všechny projekty jsou hodnotné a mohou být využity ve škole.
- Možné aktivity: umístění plakátů na chodbě, publikace na školních sociálních sítích, „Týden STOP FAKE NEWS“ s prezentací mladším třídám.

Tabulka v textové podobě – připravena k vložení do scénáře hodiny:

Projekt spolufinancovaný Evropskou unií



**Co-funded by
the European Union**

Prvek kampaně

Náš nápad

Cíl kampaně – Co chceme dosáhnout? Jaké chování změnit?

Příjemce – Ke komu směřujeme sdělení?

Heslo kampaně – Krátký, chytlavý text (max. 5–7 slov)

Forma – Plakát, mem, post, video, hashtag, podcast

Hlavní poselství – Jedna nejdůležitější myšlenka, kterou chceme zanechat příjemcům

Publikační kanál – Kde by mohla být naše kampaň zveřejněna?

5. Shrnutí a reflexe (2–3 min)

Cíl: upevnit znalosti, uvědomit si význam činností žáků v boji s dezinformacemi a posílit pocit vlastní zodpovědnosti.

Průběh hodiny:

1. Individuální práce (1–2 min)

Žáci zapisují do sešitů nebo na malé kartičky své reflexe, dokončují věty:

- „Pochopil/a jsem, že kampaň STOP FAKE NEWS...“
- „V naší skupině jsem se naučil/a, že je důležité...“
- „V budoucnu mohu reagovat na fake news vytvořením...“
- „Nejvíce jsem si zapamatoval/a z dnešní hodiny...“

Žáci se mohou rozhodnout, zda chtějí odpověď přečíst nahlas, nebo ji anonymně předat učiteli (např. na kartičce).

2. Třídní tabule – společné závěry (1 min)

Učitel vytváří seznam na tabuli nebo flipchartu s názvem „Jak můžeme jednat proti fake newsům?“

Žáci navrhují své nápady, např.:

- „ověřovat zdroje před sdílením,“

Projekt spolufinancovaný Evropskou unií



**Co-funded by
the European Union**

- „vytvářet jednoduché plakáty nebo edukační posty,“
- „povzbuzovat ostatní ke kritickému myšlení,“
- „hlásit falešné příspěvky na sociálních sítích,“
- „organizovat další mini-kampaně ve škole nebo na internetu.“

3. Shrnutí učitele (cca 1 min)

- Zdůrazňuje, že každý žák má reálný vliv na informační prostředí, i drobnými činnostmi, jako je nesdílení neověřených zpráv nebo tvorba vlastních edukačních materiálů.
- Povzbuzuje k využití projektů vytvořených během hodiny v reálných komunikačních kanálech (nástěnka, školní profil na sociálních sítích, vzdělávací akce).
- Dodává: „Díky takovým kampaním se stáváte ambasadory pravdy na internetu – pomáháte ostatním rozlišovat fakta od lži.“

6. Slovník pojmů – Kampaně a dezinformace

Pojem	Definice
Fake news	Falešná nebo zmanipulovaná informace, která se vydává za skutečnou zprávu.
Dezinformace	Záměrné uvádění v omyl prostřednictvím nepravdivého obsahu.
Společenská kampaň	Plánované vzdělávací a informační aktivity, které mají měnit postoje lidí.
Heslo kampaně	Krátká, chytlavá věta, která se snadno pamatuje a vyjadřuje hlavní cíl akce.
Fact-checking	Ověřování faktů ve spolehlivých zdrojích.
Digitální odpovědnost	Vědomé, etické používání internetu, včetně reakce na falešný obsah.

7. Metodický průvodce pro učitele

1. Příklady a inspirace

- Příprava materiálů: před hodinou shromáždíte několik příkladů edukačních kampaní souvisejících s dezinformacemi:
 - Plakáty a grafiky z kampaní EU, EDMO nebo EUvsDisinfo (např. „Think Before You Share“, „Přemýšlej, než budeš sdílet“).

Projekt spolufinancovaný Evropskou unií



Co-funded by the European Union

- Posty z fact-checkingových portálů (Demagog, Manipulátoři.cz, Infosecurity.sk), ukazující, jak jednoduché sdělení může zastavit fake newsy.
- Hesla krátká, rytmická, snadno zapamatovatelná, např. „Stop Fake News – Ověř, než klikneš!“.
 - Ukažte žákům různé formáty kampaní: plakát, mem, krátké video, hashtag.
 - Zdůrazněte, jak emoce, barevnost a jednoduchá grafika ovlivňují účinnost sdělení.
- 2. **Materiály k cvičením**
 - Pracovní listy: s poli pro zápis cíle kampaně, cílové skupiny, hesla, formy sdělení a publikačního kanálu.
 - Šablony plakátů: prázdné archy A3 s místem pro heslo a grafiku – usnadní práci skupinám.
 - Barevné fixy, zvýrazňovače, pastelky, samolepicí lístečky, případně přístup k počítačům/tabletům pro tvorbu digitálních projektů.
 - Slidy s inspiracemi: aby každá skupina viděla, jak vypadají profesionální edukační kampaně.
- 3. **Moderování práce skupin**
 - Připomínejte cíl kampaně: boj proti dezinformacím – povzbuzení k ověřování informací, nesdílení fake newsů.
 - Klad'te směrové otázky:
 - „Je vaše sdělení srozumitelné pro ostatní žáky?“
 - „Povede toto heslo k zamyšlení, než někdo klikne?“
 - „Je materiál pozitivní a inspirující, a ne zesměšňující lidi, kteří věří fake newsům?“
 - Podporujte tvůrčí nápady, ale ukazujte, jak je lze zkrátit a posílit, aby byly snadno zapamatovatelné.
- 4. **Budování bezpečné atmosféry**
 - Zdůrazněte, že každý nápad je cenný, i když potřebuje dopracovat.
 - Namísto kritiky používejte otázky: „Co by mohlo udělat váš plakát ještě přesvědčivějším?“
 - Vyhnete se hodnocení estetiky práce – důležitější je poselství a nápad než vzhled projektu.
- 5. **Rozšíření aktivit po hodině**
 - Uspořádejte hlasování ve třídě nebo ve škole o nejlepší kampaň.
 - Vyberte 1–2 projekty k realizaci:
 - vytiskněte plakáty a vyvěste je ve škole,
 - publikujte připravené grafiky/posty na školním profilu,
 - vyzvěte žáky k vytvoření krátkého edukačního videa.
 - Lze propojit s týdnem mediální výchovy nebo školním projektem o bezpečnosti na internetu.

8. Zdroje:

1. Mezinárodní zdroje (EU a svět)

- European Digital Media Observatory (EDMO) – <https://edmo.eu>

Projekt spolufinancovaný Evropskou unií



Co-funded by the European Union

Databáze zpráv a edukačních materiálů o fake news v zemích EU, nástroje k analýze obsahu, příklady společenských aktivit a kampaní.

- EUvsDisinfo (European External Action Service) – <https://euvsdisinfo.eu>
Projekt EU proti dezinformacím, včetně informačních válek. Analýzy fake newsů, grafiky, infografiky a materiály pro vzdělávání.
- UNESCO – Media and Information Literacy Curriculum for Teachers – <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971>
Globální příručka mediální výchovy, obsahuje návrhy cvičení a příklady společenských kampaní spojených s falešnými informacemi.
- OECD – „How to Spot Fake News“ – <https://www.oecd.org/education/>
Materiály o digitální odolnosti, příkladech dezinformací a roli vzdělávání při prevenci fake newsů.
- Media Literacy Now (USA) – <https://medialiteracynow.org/>
Příklady edukačních kampaní zaměřených na mládež, hotová hesla, grafiky a školní projekty.

2. Polské zdroje

- Demagog.org.pl – <https://demagog.org.pl>
Největší polský fact-checkingový portál, vede edukační kampaně, publikuje analýzy fake newsů a grafické materiály (infografiky, plakáty).
- Konkret24 (TVN24) – <https://konkret24.tvn24.pl>
Články vyvracející falešné zprávy, včetně těch o zdraví, politice, bezpečnosti. Cenný zdroj příkladů k cvičením.
- Niebezpiecznik.pl – <https://niebezpiecznik.pl>
Články o bezpečnosti na internetu, phishingu, informačních manipulacích – vhodné pro tvorbu varovných kampaní.
- Gov.pl – Bezpečný internet – <https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/bezpieczny-internet>
Edukativní materiály pro žáky a učitele o bezpečném používání internetu, včetně reakce na falešné zprávy.

3. České a slovenské zdroje

- Manipulátoři.cz – <https://manipulatori.cz>
Analýzy fake newsů, edukační nástroje, příklady mediálních kampaní z ČR.
- Demagog.cz – <https://demagog.cz>
Ověřování výroků politiků, příklady falešného obsahu a způsoby jeho ověřování.



**Co-funded by
the European Union**

- Demagog.sk – <https://demagog.sk>
Slovenský fact-checkingový portál, edukační scénáře, příklady manipulací na sociálních sítích.

- Infosecurity.sk – <https://infosecurity.sk>
Zprávy o dezinformacích ve střední Evropě, užitečné pro budování povědomí žáků.

4. Nástroje užitečné pro tvorbu kampaní

- Canva (<https://www.canva.com>) – bezplatné šablony plakátů, infografik, postů na sociální sítě.
- Piktochart (<https://piktochart.com>) – nástroj k rychlé tvorbě edukačních grafik.
- Kahoot (<https://kahoot.com>) – kvízy o fake news a ověřování informací jako doplněk kampaní.
- Google Fact Check Tools (<https://toolbox.google.com/factcheck>) – nástroj pro vyhledávání ověřených faktů a vyvrácených fake newsů.

