



**Co-funded by
the European Union**

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

TÉMA:

**Clickbait – kdy nadpis lže více než obsah
(Jazyková a vizuální analýza chytáků přitahujících pozornost)**

1. Cíle hodiny

Žák:

- ví, co je clickbait a jaké má znaky,
- rozpoznává jazykové a vizuální triky nadpisů,
- umí rozlišit rozdíl mezi poctivým a manipulativním titulkem,
- rozumí, proč se clickbait vytváří (ekonomický cíl, vliv na emoce, manipulace s názorem),
- rozvíjí schopnost kritického čtení a analýzy mediálních obsahů.

2. Cílová skupina

Žáci základní školy

3. Výukové metody

- Brainstorming
- Mini-přednáška s příklady
- Jazyková analýza nadpisů
- Skupinové cvičení
- Řízená diskuse
- Individuální reflexe

Projekt spolufinancovaný Evropskou unií



**Co-funded by
the European Union**

4. Výukové pomůcky / zdroje

- Počítač, projektor nebo interaktivní tabule
- Sada nadpisů článků (realistické, ale fiktivní nebo tematicky neutrální) – poctivé a clickbaitové
- Pracovní listy s pomocnými otázkami k analýze
- Infografika „Jak funguje clickbait?“
- Nástroje a vzdělávací zdroje:
 - Polsko: <https://demagog.org.pl>, <https://konkret24.tvn24.pl>
 - Česko: <https://manipulatori.cz>
 - Slovensko: <https://demagog.sk>
 - Ukrajina: <https://www.stopfake.org/en/news/>
 - Evropská unie: <https://edmo.eu>, <https://euvsdisinfo.eu>

5. Průběh hodiny (45 min)

1. Úvod – říká každý titulek pravdu? (5–7 min)

1. Brainstorming (2–3 min)

- Učitel požádá žáky, aby si vzpomněli na titulky, které nedávno viděli na internetu (zpravodajské portály, YouTube, TikTok, reklamy, sociální sítě).
- Žáci uvádějí příklady – mohou být neutrální nebo senzacechtivé (např. „Nikdo to nečekal!“, „Šokující objev lékařů!“, „Tento trik změní tvůj život!“).
- Učitel zapíše několik nadpisů na tabuli a poté se ptá:
 - „Byl obsah po kliknutí na takové titulky vždy v souladu s tím, co sliboval název?“

2. Navádějící otázky ke krátké diskusi (2 min)

- Stalo se vám, že obsah článku byl úplně jiný, než naznačoval titulek?
- Proč autoři někdy tvoří titulky plné emocí nebo nadsázky?
- Může být titulek formou manipulace – pokusem řídit naše emoce nebo rozhodnutí kliknout na odkaz?
- Jaké emoce nejčastěji vyvolávají senzační titulky (např. šok, strach, zvědavost, rozhořčení)?
(Učitel se může zeptat, zda se žáci tehdy cítili „manipulováni“ nebo jestli litovali, že na takový článek klikli).

3. Doplnující vysvětlení učitele – rozšířené odborné informace (2–3 min)

- Clickbait je návnada na kliknutí – titulek nebo miniatura (např. obrázek u videa na YouTube), která má přimět příjemce vstoupit do obsahu, často používá:
 - přehnané nebo dramatické výrazy („nikdo neuvěří...“, „šokující objev!“),



Co-funded by the European Union

- záměrné vynechání podstatných faktů, aby se vytvořilo napětí nebo pocit tajemství,
- sliby mimořádného obsahu, který se nakonec ukáže jako obyčejný nebo nesouvisející s titulkem.
- Hlavní cíle clickbaitu:
 - **výdělek** – čím více kliknutí, tím více zobrazení reklam a peněz pro autora stránky,
 - **ovlivňování veřejného mínění** – titulek může změnit způsob, jak přemýšlíme o určité události, ještě než si přečteme obsah článku,
 - **šíření fake news** – senzační názvy přitahují pozornost a jsou rádi sdíleny, i když obsahují nepravdu.
- Problém s clickbaitem:
 - může vést k dezinformacím, protože mnoho lidí čte pouze titulek a nekontroluje obsah,
 - posiluje v síti „kulturu senzace“, kde se nejvíce šíří emocionální zprávy, i když jsou nepravdivé nebo zavádějící.

2. Mini-přednáška: Co je clickbait a jak funguje? (10–12 min)

1. Úvod (1–2 min)

- Učitel se ptá žáků:
 - „Stalo se vám kliknout na článek nebo video, jehož název sliboval senzaci, ale obsah byl nudný nebo úplně jiný?“
 - „Proč takové titulky přitahují naši pozornost?“
- Krátké vysvětlení: clickbait = „návnada na kliknutí“ – speciálně vytvořený titulek nebo miniatura, která láká k otevření obsahu, ale často klame nebo přehání, aby získala co nejvíce zobrazení.

2. Znaky clickbaitových titulků (4–5 min)

Učitel probírá nejčastější techniky, uvádí příklady:

1. Senzační slova

- Používání emocionálních, dramatických výrazů:
 - „ŠOK!“, „DĚSIVÉ!“, „NEUVĚŘÍŠ, CO SE STALO...“, „TAJNÝ PLÁN VLÁDY“.
- Cíl: vyvolat zvědavost a emoce, přimět ke kliknutí.

2. Nadsazování a dramatizace

- Vytváření dojmu, že událost je důležitější nebo nebezpečnější, než ve skutečnosti.
- Příklad: „Tento obyčejný nápoj ZABÍJÍ miliony lidí denně!“ – a obsah se týká nadměrného pití limonád.

3. Otázky bez odpovědi

Projekt spolufinancovaný Evropskou unií



**Co-funded by
the European Union**

- Forma nadpisu, která ponechává tajemství, např.:
 - „Odpovídá tvůj telefon? Pravda je šokující!“
- Psychologický mechanismus: příjemce chce znát odpověď, i když text neobsahuje poctivé informace.
- 4. **Manipulativní obrázky a grafika**
 - Miniatury videí nebo obrázky, které neodpovídají obsahu nebo jsou přehnané: dramatické barvy, křiklavé nápisy, přehnané emoce na tvářích.
 - Často lákají pozornost při procházení stránek nebo sociálních sítí.
- 5. **Sliby mimořádného obsahu nebo odměny**
 - Nadpisy naznačující šokující objev, zázračné řešení problému, např.:
 - „Tento jediný trik způsobí, že zhubneš za týden – lékaři ho nenávidí!“
 - (Možno ukázat příklady clickbaitových miniatur z YouTube – např. názvy velkými písmeny a přehnanými emotikony).

3. Cíle vytváření clickbaitů (2–3 min)

- **Ekonomické:**
 - Každé kliknutí = zobrazení reklam, tedy více peněz pro autora stránky nebo kanálu.
 - I když je obsah slabý, počítá se počet kliknutí, nikoli kvalita informací.
- **Manipulační:**
 - Clickbait se používá k řízení emocí příjemců: vyvolání strachu, hněvu, rozhořčení, ale také zvědavosti či naděje.
 - Emoce způsobují, že častěji sdílíme obsah, i když jsme ho nečetli.
- **Posilování fake news:**
 - Clickbaitové titulky se šíří rychleji než skutečné zprávy, protože jsou více emocionální a snadno zapamatovatelné.
 - Díky tomu se falešné informace šíří virálně, než jsou ověřeny.

4. Důsledky clickbaitů (2 min)

- Povrchní znalosti: mnoho uživatelů čte pouze titulky, nikoli obsah článku – vede to k poloprávdám nebo chybným přesvědčením.
- „Honba za senzací“: média soupeří o naši pozornost, vytvářejí stále přehnanější titulky, což snižuje kvalitu informací na internetu.
- Dezinformace a informační chaos: senzační názvy snadno vedou k šíření nepravdivých obsahů, upevňování fám a fake news.
- Informační únava: příjemci přestávají věřit médiím, cítí se podvedeni nebo manipulováni.

5. Shrnutí a otázka pro žáky (1 min)

- Clickbait je nástroj přitahování naší pozornosti, ale často na úkor pravdy a poctivosti.
- Učitel klade otázku:
 - „Lze tvořit titulky, které jsou zajímavé, ale neklamou? Jak by mohly vypadat?“

Projekt spolufinancovaný Evropskou unií



**Co-funded by
the European Union**

- (Podnět k další diskusi v následující části hodiny.)

3. Skupinové cvičení – „Který titulek lže?“ (15–20 min)

Cíl cvičení

- Rozvoj schopnosti rozpoznávání clickbaitových titulků.
- Učení se analýze jazykových a vizuálních triků, které ovlivňují naše emoce a rozhodnutí kliknout.
- Procvičení tvorby poctivých, informačních titulků místo senzačních.

1. Rozdělení do skupin (1 min)

- Třída se rozdělí do týmů po 3–4 žácích.
- Každá skupina dostane sadu 6 titulků (3 clickbaitové, 3 poctivé).
- Titulky by měly být realistické, ale fiktivní nebo politicky neutrální, např.:
 1. „Šok! Toto jídlo může zabít za minutu – lékaři varují!“
 2. „Nový výzkum: dieta bohatá na vlákninu snižuje riziko srdečních chorob.“
 3. „Nikdo to nečekal! Podívej, co udělal tento politik během setkání.“
 4. „Včera v Krakově otevřeli největší vzdělávací park pro děti.“
 5. „Tento jediný trik způsobí, že zaplatíš za elektřinu o polovinu méně!“
 6. „Nová zpráva WHO: změny klimatu ovlivňují duševní zdraví mládeže.“

2. Pomocný nástroj – „Karta 10 triků clickbaitových“ (2–3 min)

Každá skupina dostane kartu se seznamem 10 triků, které autoři clickbaitů nejčastěji používají:

Nr	Clickbaitový trik	Příklad
1	Šokující slova a vykřičníky	„ŠOK!“, „DĚSIVÉ!“
2	Tajemství, nedořečenost	„Neuvěříš, co se stalo...“
3	Slib mimořádného efektu	„Tento trik změní tvůj život...“
4	Strašení a vyvolávání strachu	„Toto jídlo tě může zabít!“
5	Otázky bez odpovědi	„Odpovídá tvůj telefon?“
6	Přehnané emoce	„Všichni jsou v šoku!“, „Nikdo tomu nemůže uvěřit!“
7	Zveličování faktů	„Největší skandál v historii...“
8	Manipulativní obrázky/grafika	Miniaturní s křiklavými nápisy, dramatické barvy
9	Slib odhalení „tajných informací“	„Firma ti tají toto tajemství!“

Projekt spolufinancovaný Evropskou unií



**Co-funded by
the European Union**

Nr **Clickbaitový trik**

10 Čísla bez kontextu

Příklad

„10× vyšší riziko!“, bez uvedení zdroje

3. Úkol pro skupiny (7–8 min)

Každá skupina:

1. Označí clickbaitové titulky – určí, které názvy jsou senzační a které poctivé.
2. Vybere triky z „Karty 10 triků“, které byly použity – může být i více než jeden trik v jednom titulk.
3. Navrhne poctivější titulek alespoň pro jeden clickbaitový nadpis, tak aby sděloval obsah informačně, bez manipulace emocemi.

Tabulka k vyplnění:

Titulek	Clickbait? (Ano/Ne)	Jaký trik použít? (č. ze seznamu)	Lepší verze titulku
1			
2			

4. Prezentace výsledků (4–5 min)

- Každá skupina prezentuje své závěry během 2–3 minut:
 - které titulky označila jako clickbaitové,
 - jaké triky byly použity,
 - jak by se dal titulek napsat jinak, aby byl zajímavý, ale poctivý.
- Učitel zapisuje na tabuli nejčastěji používané triky a vytváří společný varovný seznam pro celou třídu.

Projekt spolufinancovaný Evropskou unií



**Co-funded by
the European Union**

5. Shrnutí cvičení (1–2 min)

- Clickbait funguje, protože vyvolává emoce a zvědavost, ale často klame nebo přehání.
- Není vhodné sdílet obsah jen na základě titulku – je třeba ověřit zdroj a přečíst celý článek.
- Každý se může naučit tvořit titulky zajímavé, ale poctivé, které lákají k čtení faktů, ne manipulací.

4. Diskuse: Proč klikáme na clickbait? (8–10 min)

Cíl diskuse

- Porozumět psychologickým mechanismům, díky nimž clickbait přitahuje pozornost.
- Uvědomit si, jak emoce a zvědavost ovlivňují rozhodování uživatelů internetu.
- Vytvořit zásady bezpečného používání online obsahu a odolnosti vůči manipulativním titulům.

1. Otázky pro žáky (základní)

1. Co způsobuje, že některé titulky lákají ke kliknutí, i když víme, že mohou přehánět?
2. Jsou emocionální titulky „vtahující“ více než neutrální fakta? Proč?
3. Jak clickbait ovlivňuje naše hodnocení obsahu ještě předtím, než článek vůbec přečteme?
4. Lze se úplně vyhnout clickbaitům na internetu? Je to reálné?
5. Jak bychom měli reagovat, když si všimneme, že titulek klame nebo přehání?

2. Doplnující prohlubující otázky

- Sdíleli jste někdy článek jen na základě titulku, bez čtení obsahu?
- Jaké emoce nejčastěji vedou lidi ke kliknutí – zvědavost, strach, hněv, radost, pocit tajemství?
- Všimli jste si, že některé nadpisy slibují senzaci, ale v textu se skoro nic neděje? Jak jste se tehdy cítili?
- Způsobuje větší počet lajků a komentářů u titulku, že působí důvěryhodněji?
- Jak média vydělávají na tom, že klikáme na takové názvy? Je to fér vůči čtenářům?



**Co-funded by
the European Union**

3. Mini-analýza (volitelně 2–3 min)

Učitel ukáže na slajdu dva fiktivní titulky:

- „Šok! Tento nápoj může zabít za 60 sekund!“
- „Výzkumy ukazují, že nadměrné množství kofeinu může škodit zdraví.“

Otázky pro žáky:

- Který titulek více přitahuje pozornost? Proč?
- Na který byste klikli raději – a znamená to, že je pravdivější?
- Jaké emoce vyvolává první titulek a jaké druhý?

4. Závěry z diskuse

- Clickbait staví na emocích a naší přirozené zvědavosti – chceme vědět, co je „šokující“ nebo „tajné“.
- Naš mozek reaguje rychleji na silné emoce než na klidná fakta – proto manipulativní titulky na internetu vítězí.
- Mnoho uživatelů hodnotí obsah podle názvu, ne podle faktů – to podporuje šíření polopravd a fake news.
- Clickbait se nedá úplně odstranit, ale můžeme se naučit ho rozpoznávat a nepodléhat manipulaci.
- Nejlepší reakce na clickbaitový titulek:
 1. Ověřit zdroj a přečíst obsah až do konce.
 2. Nesdílet článek jen na základě názvu.
 3. Hlásit výrazně zavádějící názvy na sociálních sítích.

5. Shrnutí a reflexe (7–10 min)

1. Individuální reflexe – dokonči věty (3–4 min)

Každý žák si запиše do sešitu nebo na malý papírek odpovědi:

- „Pochopil/a jsem, že clickbait...“
- „Nejvíce mě matou titulky, které...“
- „Než kliknu, příště si ověřím...“
- (volitelně) „Díky této hodině vím, že na internetu není všechno...“

(Možno papírky sebrat anonymně a přečíst několik odpovědí, aby třída viděla různé úhly pohledu.)



**Co-funded by
the European Union**

2. Krátká třídní diskuse (2–3 min)

Otázky pro žáky:

- Překvapilo vás během hodiny něco nového o clickbaitech?
- Bude pro vás nyní snazší rozpoznat manipulativní titulek?
- Je každý clickbait škodlivý, nebo může být někdy „neškodnou pobídkou“ ke kliknutí?

(Učitel moderuje debatu a zdůrazňuje, že problémem je hlavně zavádějící obsah, nikoli samotná snaha zaujmout.)

3. Tvorba společného seznamu – „5 způsobů, jak se nenechat nachytat na clickbait“ (3–4 min)

Na tabuli nebo flipchartu vzniká seznam zásad, které žáci navrhnou – např.:

1. Ověřuji zdroj stránky (zda je důvěryhodný, známý, poctivý).
2. Čtu celý článek, nejen titulek.
3. Přemýšlím, zda není název přehnaný, emocionální nebo tajemný bez důvodu.
4. Nesdílím zprávy jen proto, že znějí šokujícím způsobem nebo je sdílí všichni ostatní.
5. Porovnávám informaci s jinými médii, abych zjistil, zda o ní píší i jinde.
6. (volitelný bod navíc) Ignoruji obsahy, které slibují „zázračná řešení“ nebo „tajná fakta, která všichni skrývají“.

(Seznam může být vyvěšen ve třídě jako připomínka pro žáky.)

4. Závěr učitele – odborné shrnutí (1–2 min)

- Clickbait funguje, protože využívá emoce, zvědavost a touhu po rychlých informacích.
- Senzacektivní titulek ale ne vždy sděluje pravdu a mnoho lidí uvěří obsahu už jen na základě názvu, aniž by přečetli celý článek.
- Schopnost rozpoznat clickbait je důležitou součástí vědomého používání internetu, díky níž můžeme:
 - vyhnout se manipulaci,
 - nenaletět na falešné informace,
 - pečovat o kvalitu informací, které sami šíříme dál.

6. Slovník pojmů

Pojem

Definice

Projekt spolufinancovaný Evropskou unií



**Co-funded by
the European Union**

Pojem	Definice
Clickbait	Titulek nebo miniatura, která má přitáhnout pozornost, často přehnaná nebo zavádějící ve vztahu k obsahu článku.
Manipulativní titulek	Název vytvořený tak, aby vyvolal emoce (šok, hněv, strach), často na úkor poctivosti informací.
Efekt zvědavosti	Psychologický mechanismus způsobující, že chceme znát chybějící informaci – využívá se v clickbaitech.
Dezinformace	Nepravdivé nebo zmanipulované informace šířené s cílem ovlivnit příjemce.

7. Metodický průvodce pro učitele – rozšířená verze

1. Příprava materiálů

- **Výběr příkladů:**
 - Používej neutrální nebo fiktivní titulky, které se nevztahují k aktuálním politickým sporům či tématům vyvolávajícím kontroverze mezi žáky.
 - Vyhybej se citlivým tématům (náboženství, místní konflikty, osobní situace žáků).
 - Zaměř se na titulky vzdělávací, zábavní, každodenní (např. zdraví, věda, zajímavosti, sport).
- **Různé formáty:**
 - Připrav sadu titulků ve formě výtisků nebo slajdů – ze zpravodajských portálů, YouTube, sociálních sítí a také z reklam.
 - Přidej grafiky a miniatury, aby žáci viděli, jak clickbait funguje vizuálně (barvy, emotikony, křiklavé nápisy).
- **Karta 10 clickbaitových triků:**
 - Rozdej každé skupině kartu s přehledem nejčastěji používaných manipulačních technik titulků, aby jim usnadnila analýzu během cvičení.

2. Vedení hodiny

- **Úvod:**
 - Začni příklady blízkými zkušenostem žáků (YouTube, TikTok, Instagram), aby je to okamžitě zaujalo.
 - Zeptej se, zda někdy klikli na titulek, který byl zavádějící – vytvoří to kontext pro další cvičení.
- **Mini-přednáška:**
 - Dávej krátké, konkrétní definice, prokládané otázkami na třídu, abys udržel/a jejich zapojení.

Projekt spolufinancovaný Evropskou unií



**Co-funded by
the European Union**

- Ukaž, že clickbait není vždy zcela nepravdivý, ale vždy má za cíl manipulovat emocemi a přimět ke kliknutí.

3. Moderování cvičení a diskuse

- **Skupinová práce:**
 - Ujisti se, že každá skupina rozumí zadání a ví, jak používat kartu 10 clickbaitových triků.
 - Povzbuzuj je k argumentaci: „Proč si myslíte, že tento titulek je clickbait? Jaké emoce má vyvolat?“
 - Pokud se objeví různé názory, ukaž, že hranice mezi zajímavým a manipulativním titulkem bývá jemná – a je normální, že žáci hodnotí odlišně.
- **Diskuse:**
 - Vytvoř prostor pro volnou výměnu názorů – ptej se, nehodnot'.
 - Můžeš ukázat, že i profesionálové se nechají napálit clickbaitem, aby se žáci necítili trapně.
 - Zdůrazni, že cílem hodiny není kritika uživatelů internetu, ale naučit se lépe filtrovat informace.

4. Budování bezpečné atmosféry

- Vyhybej se zesměšňování odpovědí žáků – každý názor je výchozím bodem k rozhovoru.
- Pokud někdo uvede příklad ze svého života (např. klikl na falešný titulek nebo se nechal napálit podvodem), nedovoluj vtipkování na jeho účet – zdůrazni, že je to běžná zkušenost.
- V případě potřeby připomeň pravidla netikety – vzájemný respekt a bezpečnou komunikaci na internetu.

5. Výchovný cíl hodiny

- Formovat u žáků:
 - **Povědomí**, jak fungují média a reklamy na internetu.
 - **Odolnost vůči manipulaci emocemi**, která způsobuje, že klikáme a sdílíme bez ověření faktů.
 - **Schopnost kriticky číst titulky**, hodnotit jejich důvěryhodnost a vyhnout se šíření falešných obsahů.



**Co-funded by
the European Union**

6. Možná rozšíření výuky

- **Domácí úkol:** žáci vyhledají na internetu příklady clickbaitových titulků (bez odkazů), které pak společně na další hodině zanalyzují.
- **Třídní projekt:** vytvoření „Kodexu vědomého žáka v síti“ se zásadami bezpečného čtení titulků a sdílení obsahů.
- **Mini-kreativní workshop:** žáci přetvoří clickbaitové titulky na poctivé, aby ukázali, že lze napsat zajímavý název i bez manipulace.

8. Vzdělávací a fact-checkingové zdroje

- **European Digital Media Observatory (EDMO)**
<https://edmo.eu>
- **EUvsDisinfo – European External Action Service**
<https://euvsdisinfo.eu>
- **Demagog.org.pl (Polsko)**
<https://demagog.org.pl>
- **Konkret24 (Polsko)**
<https://konkret24.tvn24.pl>
- **Manipulátoři.cz (Česko)**
<https://manipulatori.cz>
- **Demagog.sk (Slovensko)**
<https://demagog.sk>
- **StopFake.org (Ukrajina)**
<https://www.stopfake.org/en/news/>

