



**Co-funded by
the European Union**

AKTIVAČNÝ SCENÁR LEKCIE
vypracovaný v rámci projektu
„INOVÁCIE V ŠKOLSKEJ VÝCHOVE“

TÉMA:

**Celebrity a klebety – ako fungujú falošné informácie v šoubiznise?
(Úloha zábavných médií pri formovaní názorov a šírení fake
newssov)**

1. Ciele hodiny

Žiak:

- rozumie, čo sú fake newsy a klebety v kontexte šoubiznisu,
- dokáže určiť rozdiel medzi potvrdenou informáciou a neoverenou klebetou,
- pozná mechanizmy šírenia falošných informácií v zábavných médiách,
- rozvíja schopnosť analýzy titulkov a zdrojov správ o celebritách,
- učí sa kritickému prístupu k senzačným obsahom na internete a sociálnych sieťach.

2. Cieľová skupina

Žiaci základných škôl

3. Metódy vyučovania

- Brainstorming
- Riadená diskusia
- Skupinová práca
- Analýza textov, titulkov, príspevkov na sociálnych sieťach
- Mini-kvíz



**Co-funded by
the European Union**

4. Didaktické pomôcky / zdroje

- Projektor alebo interaktívna tabuľa
- Karty s titulkami článkov/klebiet (2 pravdivé, 2 nepravdivé)
- Flipchart a fixky
- Infografika: „Ako sa šíria klebety na internete”
- Fact-checkingové platformy:
 - o Poľsko: Demagog.org.pl, Konkret24
 - o Česko: Manipulátoři.cz, Demagog.cz
 - o Slovensko: Demagog.sk, Infosecurity.sk
 - o EÚ: EUvsDisinfo.eu, EDMO.eu

5. Priebeh hodiny (45 minút)

1. Úvod – je každá klebeta o celebritách pravdivá? (5 min)

Forma: brainstorming

Priebeh:

Učiteľ začína hodinu krátkym úvodným rozhovorom:

- Otázky pre žiakov:
 - o Počuli ste niekedy šokujúcu klebetu o hviezdach, ktorá sa neskôr ukázala ako nepravdivá alebo vymyslená médiami?
 - o Prečo sa správy o celebritách šíria rýchlejšie ako iné informácie na internete?
 - o Robí fakt, že je niekto veľmi známy a často sa objavuje v médiách, to, že ľahšie veríme každej historke o ňom?
 - o Aké emócie najčastejšie vyvolávajú takéto správy – zvedavosť, prekvapenie, pobúrenie, smiech?

Odborné informácie (pre učiteľa):

• **Mechanizmy vzniku klebiet:**

Klebety o známych osobách často vznikajú bez dôkladného overenia faktov. Môžu byť založené na:

- o jednej fotografii vytrhnutej z kontextu,
- o nedopovedanom alebo upravenom citáte,
- o informáciách od anonymných „svedkov“, ktoré nikdy neboli potvrdené.

• **Prečo sa šíria?**

- o Celebrity priťahujú pozornosť, pretože sú populárne a rozpoznateľné.
- o Príbehy o ich súkromí priťahujú zvedavosť a emócie, preto sa ľahko odovzdávajú ďalej – aj bez overenia.
- o Zábavné médiá a bulvárne portály často publikujú neoverené informácie, pretože rozhoduje rýchlosť a senzácia, nie pravda.
- o Algoritmy sociálnych sietí zvyhodňujú emocionálne obsahy, čo spôsobuje, že klebety sa šíria bleskovo.



**Co-funded by
the European Union**

• **Dôsledky falošných informácií o celebritách:**

- o Môžu zničiť reputáciu osoby a uškodiť jej súkromnému aj profesijnému životu.
- o Zavádzajú fanúšikov a verejnosť, upevňujú nepravdivý obraz danej osoby.
- o Môžu viesť k honu na čarodejnice, hejtu, kyberšikane alebo strate reklamných kontraktov a pracovných príležitostí.

2. Definície a príklady (10 min)

Forma: mini-výklad + ústny kvíz

Priebeh:

Učiteľ predstaví žiakom kľúčové pojmy súvisiace s falošnými informáciami v šoubiznise a rozoberie ich vplyv na verejnú mienku. Následne urobí krátky ústny kvíz, v ktorom žiaci rozhodujú, či sú uvedené príklady klebetou, fake newsom alebo dôveryhodnou informáciou.

Definície (rozšírené):

• **Klebeta:**

- o Neoverená informácia šírená ústne, na sociálnych sieťach alebo bulvárnymi portálmi.
- o Zvyčajne nemá uvedený zdroj, jej obsah sa opiera o dohady, fotografie vytrhnuté z kontextu alebo anonymné svedectvá.
- o Klebety často vznikajú zo zvedavosti publika – čím sú senzačnejšie, tým rýchlejšie sa šíria.
- o Môžu viesť k nedorozumeniam, mediálnym škandálom, dokonca aj k súdnym procesom za ohováranie.

• **Fake news v šoubiznise:**

- o Úplne falošná alebo zmanipulovaná správa o celebritě, prezentovaná ako článok, príspevok či video, aby vyzerala ako dôveryhodný novinársky materiál.
- o Vytvorená zámerne na vyvolanie šoku, emócií, získanie kliknutí alebo poškodenie osoby.
- o Môže byť nástrojom konkurencie, hejterov, niekedy aj úmyselným „marketingom škandálu“ na pritiahnutie pozornosti ku hviezde.

• **Clickbait zábavný:**

- o Prehnaný, senzačný alebo zavádzajúci titulok, ktorého cieľom je prinútiť čitateľov kliknúť na článok či video.
- o Často obsahuje slová ako „šok!“, „škandál!“, „nikto to nečakal!“, ale obsah nezodpovedá sľubu v titulku.
- o Masovo používaný v bulvárnych portáloch, zábavných médiách aj na platformách ako YouTube či TikTok na zvýšenie počtu zobrazení.



**Co-funded by
the European Union**

• **Mediálny fact-checking:**

- o Proces overovania informácií o verejných osobách na základe dôveryhodných zdrojov – napr. tlačové agentúry, oficiálne profily hviezd, fact-checkingové portály.
- o Umožňuje odlíšiť pravdivé správy od klebiet a fake newsov, čím chráni publikum aj samotné celebrity pred škodlivým obsahom.

Príklady:

1. **Fake news:**

- o „Známy herec ušiel z filmového plácu po škandále – video na internete!“
- o Chýbajú zdroje, dôkazy, video je zostrihané alebo vytrhnuté z iného kontextu.

2. **Klebeta:**

- o „Celebrita X čaká dieťa“ – založené na jednej fotografii, bez potvrdenia samotnou osobou ani jej zástupcami.

3. **Clickbait:**

- o „Neuveríš, čo urobila speváčka Y na galavečere – všetci boli v šoku!“ – titulok sľubuje senzáciu, článok opisuje bežnú situáciu, napr. zmenu šiat.

4. **Dôveryhodná informácia:**

- o „Hudobník Y oznámil nové koncertné turné – potvrdené na jeho oficiálnom profile na Instagrame a tlačovou agentúrou.“

Mini-kvíz (ústny):

Učiteľ prečíta 4–5 krátkych titulkov a žiaci označia, či podľa nich ide o klebetu, fake news, clickbait alebo dôveryhodnú správu. Následne spoločne odôvodnia svoje odpovede.

3. Cvičenie – rozpoznaj falošné správy o celebritách (15 min)

Forma: skupinová práca (3–5 osôb)

Cieľ cvičenia: rozvoj schopností analýzy mediálnych obsahov, kritického myslenia a rozpoznávania neoverených informácií v prostredí šoubiznisu.

Inštrukcia pre učiteľa:

1. Rozdeľte triedu na malé skupiny (3–5 osôb).
2. Rozdajte každej skupine súbor 4 titulkov alebo krátkych príspevkov o celebritách (2 pravdivé, 2 nepravdivé alebo neoverené).



**Co-funded by
the European Union**

3. Uistite sa, že titulky sú neutrálne, neútočné, môžu byť fiktívne, ale štylizované ako reálne správy z bulvárnych portálov.
4. Dbajte na to, aby v každom súbore boli aj dôveryhodné materiály (napr. oficiálne tlačové správy), aj fake newsy založené na klebetách, manipulácii fotografií alebo anonymných zdrojoch.

Úloha pre skupiny:

1. Prečítajte si všetky titulky/príspevky a rozhodnite, ktoré z nich pôsobia falošne a ktoré môžu byť pravdivé.

Súbor 4 titulkov

Pravdivé / potvrdené:

1. „Robert Lewandowski navštívil základnú školu vo Varšave“
Opis: Futbalista FC Barcelona sa stretol so žiakmi, rozdával autogramy a rozprával o svojej ceste ku kariére. Informácia pochádza z oficiálneho komunikátu školy a športových médií.
2. „Julia Wieniawa nahrala pieseň k rodinnému filmu“
Opis: Herečka a speváčka sa zúčastnila na nahrávaní skladby k poľskému rodinnému filmu. Informácia potvrdená producentom filmu.

Nepravdivé alebo neoverené (štylizované ako bulvárne):

3. „Herec z populárneho seriálu tajne býva v zoologickkej záhrade“
Opis: Na internete sa objavila klebeta, že známy herec z tinedžerského seriálu býva v domčeku pre ošetrovateľov zvierat v zoo. Žiadne fotografie ani potvrdenie – pravdepodobne žart internetových používateľov.
4. „Známa speváčka vie hovoriť s papagájmi v ich jazyku“
Opis: Príspevok na sociálnych sieťach tvrdí, že umelkyňa sa naučila „jazyk papagájov“ a vedie s nimi rozhovory. Nikde nebolo potvrdené vo vierohodných zdrojoch.

Karta analýzy správ



**Co-funded by
the European Union**

Obsah titulku	Pravdivé alebo falošné?	Aké emócie vyvoláva? (napr. radosť, prekvapenie, smiech)	Prečo to niekto mohol napísať? (napr. informácia, žart, upútanie pozornosti)	Signály varovania (čo môže naznačovať, že to nie je pravda?)
--------------------------	--	---	---	---

Signály varovania – príklady pre žiakov

(na vytlačenie pod tabuľku alebo ako samostatný pomocný hárok)

1. Chýba uvedený zdroj („Kto to povedal? Kde to bolo publikované?”).
2. Znie to príliš čudne alebo neuveriteľne („Herec býva v zoo”).
3. Používa prehnané slová („najúžasnejšie v histórii sveta!”).
4. Nie je fotografia alebo fotografia vyzerá upravená.
5. Nepíšu o tom žiadne známe médiá.

2. Skúste overiť správy

Ak je to možné, využite mobilné telefóny, fact-checkingové portály alebo oficiálne profily celebrit.

Diskusia – Omývanie (5 min)

Projekt spolufinancovaný Európskou úniou



**Co-funded by
the European Union**

Každá skupina prezentuje jeden príklad a vysvetlí, prečo ho označila za pravdivý alebo falošný.

Otázky učiteľa:

- Čo vám pomohlo odlíšiť klebetu od faktu?
- Aké chyby robia ľudia, ktorí šíria neoverené správy o celebritách?
- Aké môžu byť dôsledky šírenia takýchto obsahov (pre celebrity, pre čitateľov, pre spoločnosť)?

4. Diskusia: Prečo veríme klebetám o známych osobách? (8 min)

Forma: riadený rozhovor v triede, moderovaný učiteľom

Cieľ: uvedomiť si, aké psychologické a mediálne mechanizmy spôsobujú, že ľahko veríme neovereným informáciám o celebritách a aké môžu mať dôsledky ich šírenia.

Otázky pre žiakov:

- Prečo ľahko veríme senzáčnym príbehom o celebritách?
(Má to súvis s ich popularitou, prítomnosťou v médiách, našim pocitom, že „poznáme“ tieto osoby?)
- Aké emócie využívajú tvorcovia klebiet?
(Zvedavosť, závisť, pobúrenie, prekvapenie, túžba povedať niečo „vzrušujúce“ iným).
- Je každá negatívna správa o hviezde pravdivá?
(Ako ľahko sa dá zmanipulovať fotografia, vytrhnúť citát z kontextu, použiť clickbaitový titulok).
- Ako možno overiť, či je informácia o verejnej osobe dôveryhodná?
(Skontrolovať oficiálne profily hviezdy, komunikáty tlačových agentúr, fact-checkingové portály, spoľahlivé médiá).

Odborné informácie (pre učiteľa):

• Mechanizmy, vďaka ktorým klebety fungujú:

1. **Efekt blízkosti:** Znami ľudia sú stále prítomní v našich životoch (sociálne siete, televízia), takže máme pocit, že ich osobne poznáme – ľahšie veríme ich domnelým „tajomstvám“.
2. **Senzácia predáva:** Bulvárne portály zarábajú na kliknutiach, preto vytvárajú chytľavé, často prehnané titulky.
3. **Psychológia emócií:** Informácie vyvolávajúce emócie (šok, hnev, závisť) si lepšie pamätáme a radšej ich zdieľame, bez ohľadu na to, či sú pravdivé.
4. **Nedostatok overovania:** Zriedka kontrolujeme zdroje, „príbeh od kamaráta“ alebo z populárneho profilu sa zdá dôveryhodný len preto, že ho zdieľa veľa ľudí.

Zhrnutie diskusie:

- Klebety nie vždy predstavujú pravdu – často sú vytvárané preto, aby vzbudzovali emócie,



**Co-funded by
the European Union**

získavali kliknutia alebo vyvolávali kontroverzie.

- Každá informácia o známej osobe by mala byť overená v oficiálnych zdrojoch.
- Šírenie neoverených správ môže ničiť reputáciu ľudí a prispievať k hejtu na internete.

5. Zhrnutie a reflexia (7 min)

Forma: individuálna práca + spoločná tabuľa v triede

Cieľ: uvedomiť si, aké dôsledky môžu mať neoverené klebety a vypracovať zásady zodpovedného používania informácií o celebritách.

Priebeh hodiny:

1. Individuálna práca (3–4 min):

Žiaci si do zošitov alebo na lístky zapisujú svoje reflexie, dokončia vety:

- o „Pochopil/a som, že klebety v šoubiznise môžu...“
- o „Najviac podozrivé na správach o celebritách je...“
- o „Skôr než kliknem na senzačný titulok, overím...“

(Učiteľ môže požiadať niekoľko žiakov, aby svoje odpovede dobrovoľne prečítali, alebo zozbiera anonymné lístky a prečíta vybrané príklady).

2. Spoločná práca – tabuľa v triede (3–4 min):

Spolu so žiakmi učiteľ vytvorí zoznam zásad zodpovedného využívania informácií o celebritách.

Zásady zapíše na tabuľu alebo flipchart ako „plagát triedy“.

Návrh zoznamu:

1. Overuj zdroj správy – pochádza z dôveryhodného portálu alebo oficiálneho profilu?
2. Never fotografiám alebo videám bez kontextu – môžu byť zmanipulované.
3. Hľadaj potvrdenie v oficiálnych kanáloch (profily hviezd, tlačové agentúry, seriózne médiá).
4. Vyhybaj sa zdieľaniu klebiet, ktoré môžu niekomu uškodiť – falošné správy ničia reputáciu.
5. Pamätaj, že popularita alebo počet zdieľaní nerobí správu pravdivou.
6. Polož si otázku: „Chcel/a by som, aby niekto šíril neoverenú klebetu o mne?“ – empatia na internete je dôležitá.



**Co-funded by
the European Union**

3. Dopovedanie učiteľa (1 min):

o Klebety v šoubiznise môžu byť neškodnou zábavou, ale často sa stávajú nástrojom manipulácie alebo hejtu.

o Každý z nás má vplyv na to, či sa fake newsy o iných budú šíriť – oplatí sa byť zodpovedným prijímateľom aj odosielaťom obsahu.

Slovník pojmov: Fake newsy v šoubiznise

Pojem	Definícia
Klebeta	Neoverená informácia, často opakovaná bez dôkazov.
Fake news zábavný	Nepravdivá správa o celebritovi, ktorá je prezentovaná tak, aby vyzerala ako pravý článok.
Clickbait	Senzačný titulok, ktorý má prilákať na kliknutie, často zavádzajúci a nezodpovedajúci obsahu.
Fact-checking	Overovanie hodnovernosti správ vo vierohodných a oficiálnych zdrojoch.
Mediálna dezinformácia	Úmyselné vytváranie falošných obsahov o verejných osobách, aby získali popularitu alebo niekomu uškodili.

Metodický sprievodca pre učiteľa

1. Všeobecné ciele hodiny

- Rozvíjať schopnosť rozlišovať fakty od neoverených informácií.
- Uvedomovať si vplyv fake newsov a klebiet na súkromný aj verejný život celebrit.
- Podporovať zodpovedné využívanie informácií na internete.
- Cvičiť kritické myslenie a analýzu obsahov zo zábavných portálov a sociálnych sietí.

2. Príklady a materiály

- Používať fiktívne alebo neutrálne, medzinárodné klebety, aby sa predišlo konfliktom spojeným s miestnymi celebritami.
- Priprav súbor titulok/príspevkov (2 pravdivé, 2 nepravdivé) na skupinové cvičenia.
- Využi screenshoty z bulvárnych portálov, YouTube, TikToku, Instagramu, aby si ukázal, ako vyzerajú titulky v rôznych formátoch (text, obrázok, video, komentáre).
- Môžeš pripraviť grafiku „Životný cyklus klebety“ – ako rýchlo sa falošná informácia šíri na internete.

3. Moderovanie diskusie

- Klad' otvorené otázky: „Prečo si to myslíš?“, „Čo spôsobuje, že táto informácia sa zdá pravdivá?“, „Ako by sa to dalo overiť?“.

Projekt spolufinancovaný Európskou úniou



Co-funded by the European Union

- Neposudzuj žiakov, ktorí priznajú, že verili klebete – zdôrazni, že falošnej informácii môže uveriť každý, aj dospelí.
- Upozorni, že emócie (zvedavosť, senzácia, pobúrenie) nie sú dôkazom pravdy.
- Zdôrazni, že aj známe médiá sa môžu myliť alebo publikovať neoverené správy.

4. Bezpečná atmosféra

- Vyhňte sa rozoberaniu skutočných miestnych klebiet, ktoré by sa mohli týkať ľudí známych v komunite žiakov.
- Pripomínaj zásadu empatie: „Chcel/a by si, aby niekto šíril neoverenú klebetu o tebe?“.
- Urč pravidlo: v rámci cvičení nepublikujeme, nesmejeme sa a nešírime neoverené historky.

5. Možné rozšírenia hodiny

- **Triedny projekt „Mapa klebiet a faktov“** – žiaci vyhľadávajú správy o celebritách, overia ich pravdivosť (napr. cez fact-checkingové stránky, oficiálne profily hviezd) a spoločne vytvoria nástenku s rozdelením na „fakty“ a „falošné informácie“.
- **Vzdelávacia hra „Klebeta alebo pravda?“** – učiteľ číta titulky, žiaci hlasujú, či sú pravdivé, a následne overujú dôkazy.
- **Mini-dráma** – zahratie scény, v ktorej sa falošná informácia o celebritě šíri a ukázanie jej dôsledkov.

6. Pomocné materiály

- Súborný titulok (2 pravdivé, 2 nepravdivé) – v papierovej forme alebo ako slajdy.
- Flipchart/tabuľa na spísanie zásad bezpečného využívania informácií.
- Lístky na individuálnu reflexiu.
- Prístup k telefónom/počítačom na vyhľadávanie potvrdenia informácií.
- Zoznam fact-checkingových stránok a oficiálnych kanálov (napr. tlačové agentúry, Demagog, EDMO, EUvsDisinfo).

Vedecké a vzdelávacie zdroje (medzinárodné a európske)

- **European Digital Media Observatory (EDMO)**

<https://edmo.eu>

– materiály o dezinformácii, mediálnej výchove a nástrojoch fact-checkingu.

- **EUvsDisinfo – Európska služba pre vonkajšiu činnosť**

<https://euvsdisinfo.eu>

– databáza fake newsov, správy o propagande, príklady manipulácií.



**Co-funded by
the European Union**

- **UNESCO – Media and Information Literacy Curriculum for Teachers**

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971>

– materiály o fake newsoch, emóciách v médiách a rozpoznávaní manipulácií.

- **Pol'sko:** Demagog.org.pl, Konkret24
- **Česko:** Manipulátoři.cz, Demagog.cz
- **Slovensko:** Demagog.sk, Infosecurity.sk

