



**Co-funded by
the European Union**

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

TÉMA:

**Clickbait – keď titulok klame viac než obsah
(Analýza jazykových a vizuálnych trikov na prilákanie
pozornosti)**

1. Ciele hodiny

Žiak:

- vie, čo je clickbait a aké má znaky,
- rozpozná jazykové a vizuálne triky titulkov,
- dokáže uviesť rozdiel medzi dôveryhodným a manipulatívnym titulkom,
- rozumie, prečo sa clickbait vytvára (ekonomický cieľ, vplyv na emócie, manipulácia názorom),
- rozvíja schopnosť kritického čítania a analýzy mediálneho obsahu.

2. Cieľová skupina

Žiaci základnej školy

3. Metódy vyučovania

- Brainstorming
- Mini-prednáška s príkladmi
- Jazyková analýza titulkov
- Skupinové cvičenie
- Riadená diskusia
- Individuálna reflexia

4. Didaktické pomôcky / zdroje

- Počítač, projektor alebo interaktívna tabuľa
- Súbor titulkov článkov (realistické, ale aj fiktívne alebo tematicky neutrálné) – dôveryhodné a clickbaitové
- Pracovné listy s pomocnými otázkami na analýzu
- Infografika „Ako funguje clickbait?“

Projekt spolufinancovaný Európskou úniou



Co-funded by the European Union

- Nástroje a vzdelávacie zdroje:

- o Poľsko: <https://demagog.org.pl>, <https://konkret24.tvn24.pl>

- o Česko: <https://manipulatori.cz>

- o Slovensko: <https://demagog.sk>

- o Ukrajina: <https://www.stopfake.org/en/news/>

- o Európska únia: <https://edmo.eu>, <https://euvsdisinfo.eu>

5. Priebeh hodiny (45 min)

1. Úvod – hovorí každý titulok pravdu? (5–7 min)

1. Brainstorming (2–3 min)

- Učiteľ požiada žiakov, aby si spomenuli na titulky, ktoré nedávno videli na internete (spravodajské portály, YouTube, TikTok, reklamy, sociálne siete).
- Žiaci uvádzajú príklady – môžu byť neutrálne alebo senzáciechtivé (napr. „Nikto to nečakal!“, „Šokujúci objav lekárov!“, „Tento trik zmení tvoj život!“).
- Učiteľ zapíše niekoľko titulkov na tabuľu a potom sa opýta:
o „Bola po kliknutí na tieto titulky vždy pravda zhodná s tým, čo sľuboval názov?“

2. Navádzajúce otázky na krátku diskusiu (2 min)

- Stalo sa vám, že obsah článku bol úplne iný, než naznačoval titulok?
- Prečo autori niekedy vytvárajú titulky plné emócií alebo prehánania?
- Môže byť titulok formou manipulácie – snahou riadiť naše emócie alebo rozhodnutie kliknúť na odkaz?
- Aké emócie najčastejšie vyvolávajú senzáciechtivé titulky (napr. šok, strach, zvedavosť, pobúrenie)?
(Učiteľ sa môže opýtať, či sa žiaci vtedy cítia „zmanipulovaní“ alebo či ľutovali, že klikli na takýto článok).

3. Doplnok učiteľa – rozšírené odborné informácie (2–3 min)

- Clickbait je návnada na kliknutia – titulok alebo miniatúra (napr. obrázok na YouTube), ktorý má prinútiť príjemcu otvoriť obsah, často používa:
prehnane alebo dramatické výrazy („nikto neuverí...“, „šokujúci objav!“),
o úmyselné vynechávanie podstatných faktov, aby sa vybudovalo napätie alebo pocit tajomstva,
o sľuby výnimočného obsahu, ktorý sa nakoniec ukáže ako obyčajný alebo nezodpovedajúci titulku.
- Hlavný cieľ clickbaitu:
o zisk – čím viac kliknutí, tým viac zobrazení reklám a peňazí pre autora stránky,
o ovplyvňovanie verejnej mienky – titulok môže zmeniť spôsob, akým premýšľame o udalosti ešte pred prečítaním článku,
o šírenie fake news – senzáciechtivé titulky priťahujú pozornosť a radi sa zdieľajú, aj keď obsahujú nepravdu.
- Problém s clickbaitom:
o môže viesť k dezinformácii, pretože veľa ľudí číta len titulok a neoveruje obsah,



**Co-funded by
the European Union**

o utvrdzuje v sieti kultúru „senzácie“, kde sa najrýchlejšie šíria emocionálne správy, aj keď sú nepravdivé alebo zavádzajúce.

2. Mini-prednáška: Čo je clickbait a ako funguje? (10–12 min)

1. Úvod (1–2 min)
 - Učiteľ sa pýta žiakov:
 - o „Stalo sa vám, že ste klikli na článok alebo video, ktorého titulok sľuboval senzáciu, ale obsah bol nudný alebo úplne iný?“
 - o „Prečo nás takéto titulky priťahujú?“
 - Krátke vysvetlenie: clickbait je „návnada na kliknutia“ – špeciálne skonštruovaný titulok alebo miniatúra, ktorá láka otvoriť obsah, ale často zavádza alebo preháňa, aby získala čo najviac zobrazení.
2. Znaky clickbaitových titulkov (4–5 min)

Učiteľ rozoberá najčastejšie techniky, uvádza príklady:
3. Senzáciechtivé slová
 - o Používanie emotívnych, dramatických výrazov:
 - ♣ „ŠOK!“, „DESIVÉ!“, „NEUVERÍŠ, ČO SA STALO...“, „TAJNÝ PLÁN VLÁDY“.
 - o Cieľ: vzbudiť zvedavosť a emócie, aby prinútili kliknúť.
4. Preháňanie a dramatizovanie
 - o Vytváranie dojmu, že udalosť je dôležitejšia alebo nebezpečnejšia, než v skutočnosti je.
 - o Príklad: „Tento obyčajný nápoj ZABÍJA milióny ľudí denne!“ – a obsah sa týka nadmernej konzumácie sladených nápojov.
5. Otázky bez odpovede
 - o Forma titulku, ktorá necháva tajomstvo, napr.:
 - ♣ „Odpočúva ťa tvoj telefón? Pravda je šokujúca!“
 - o Psychologický mechanizmus: čitateľ chce poznať odpoveď, aj keď text neobsahuje seriózne informácie.
6. Manipulatívne obrázky a grafiky
 - o Miniatury videí alebo obrázky, ktoré nesedia k obsahu alebo sú prehnané: dramatické farby, krikľavé nápisy, prehnané emócie na tvárach.
 - o Často slúžia na upútanie pozornosti pri prehliadaní webu alebo sociálnych sietí.
7. Sľuby výnimočného obsahu alebo odmeny
 - o Titulky naznačujúce šokujúci objav, zázračné riešenie problému, napr.:
 - ♣ „Tento jeden trik spôsobí, že schudneš za týždeň – lekári ho nenávidia!“
 - (Možno ukázať príklady clickbaitových miniatúr z YouTube – napr. názvy veľkými písmenami a s prehnanými emotikonmi).
8. Ciele tvorby clickbaitov (2–3 min)
 - Ekonomické:
 - o Každé kliknutie = zobrazenie reklamy, teda viac peňazí pre autora stránky alebo kanála.



**Co-funded by
the European Union**

- o Aj keď je obsah slabý, počíta sa počet kliknutí, nie kvalita informácie.
- Manipulatívne:
 - o Clickbait sa používa na riadenie emócií: vyvolanie strachu, hnevu, pobúrenia, ale aj zvedavosti či nádeje.
 - o Emócie spôsobujú, že obsah zdieľame častejšie, aj keď sme ho nečítali.
- Posilňovanie fake news:
 - o Clickbaitové titulky sa šíria rýchlejšie než faktické správy, lebo sú emocionálnejšie a ľahko zapamätateľné.
 - o Takto sa nepravdivé informácie šíria virálne skôr, než sa overia.
- 9. Následky clickbaitov (2 min)
 - Povrchné vedomosti: veľa používateľov číta len titulky, nie obsah – vedie to k poloprávdám alebo mylným presvedčeniam.
 - „Honba za senzáciou“: médiá súťažia o našu pozornosť, vytvárajú čoraz prehnanejšie názvy, čo znižuje kvalitu informácií na internete.
 - Dezinformácia a informačný chaos: senzáciechtivé titulky ľahko vedú k šíreniu nepravdivého obsahu, upevňovaniu klebiet a fake news.
 - Informačná únava: príjemcovia prestávajú dôverovať médiám, cítia sa oklamaní alebo zmanipulovaní.
- 10. Zhrnutie a otázka pre žiakov (1 min)
 - Clickbait je nástroj na získavanie pozornosti, ale často na úkor pravdy a dôveryhodnosti.
 - Učiteľ položí otázku:
 - o „Dá sa vytvárať titulky, ktoré sú zaujímavé, ale nezavádzajú? Ako by mohli vyzerat’?“
 - o (Povzbudenie na ďalšiu diskusiu v nasledujúcej časti hodiny.)

3. Skupinové cvičenie – „Ktorý titulok klame?“ (15–20 min)

Cieľ cvičenia

- Rozvíjať schopnosť rozpoznávať clickbaitové titulky.
- Učiť sa analyzovať jazykové a vizuálne triky, ktoré pôsobia na naše emócie a rozhodnutie kliknúť.
- Cvičiť tvorbu dôveryhodných, informatívnych titulkov namiesto senzáciechtivých.

1. Rozdelenie do skupín (1 min)

- Trieda sa rozdelí na tímy po 3–4 žiakov.
- Každá skupina dostane súbor 6 titulkov (3 clickbaitové, 3 dôveryhodné).
- Titulky by mali byť realistické, ale aj fiktívne alebo politicky neutrálne, napr.:

1. „Šok! Toto jedlo ťa môže zabiť za minútu – lekári varujú!“
2. „Nový výskum: strava bohatá na vlákninu znižuje riziko srdcových chorôb.“
3. „Nikto to nečakal! Pozri, čo urobil tento politik na stretnutí.“
4. „Včera v Krakove otvorili najväčší edukačný park pre deti.“



**Co-funded by
the European Union**

5. „Tento jeden trik spôsobí, že zaplatíš za elektrinu o polovicu menej!“
6. „Nová správa WHO: klimatické zmeny vplývajú na duševné zdravie mladých.“

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

Každá skupina dostane kartu so zoznamom 10 najčastejšie používaných trikov:

Nr	Clickbaitový trik	Príklad
1	Šokujúce slová a výkričníky	„ŠOK!“, „DESIVÉ!“
2	Tajomstvo, nedopovedanie	„Neuveríš, čo sa stalo...“
3	Sľub výnimočného efektu	„Tento trik zmení tvoj život...“
4	Strašenie a vyvolávanie strachu	„Toto jedlo ťa môže zabiť!“
5	Otázky bez odpovede	„Odpočúva ťa tvoj telefón?“
6	Prehnané emócie	„Všetci sú v šoku!“, „Nikto tomu neverí!“
7	Zveličovanie faktov	„Najväčší škandál v histórii...“
8	Manipulatívne obrázky/grafiky	Miniatúry s krikľavými nápismi, dramatické farby
9	Sľub „tajnej informácie“	„Firmy pred tebou skrývajú tento fakt!“
10	Čísla bez kontextu	„10× väčšie riziko!“, bez uvedenia zdrojov

3. Úloha skupiny (7–8 min)

Každá skupina:

1. Označí clickbaitové titulky – ktoré sú senzáciechtivé a ktoré dôveryhodné.
2. Zaznačí použité triky z listu 10 techník – v jednom titulku môže byť viac trikov.
3. Navrhne dôveryhodnejší titulok pre aspoň jeden clickbaitový, aby bol informatívny a bez manipulácie.

Tabuľka na vyplnenie:

Titulok Clickbait? (Áno/Nie) Použitý trik (č. zo zoznamu) Lepšia verzia titulu



**Co-funded by
the European Union**

Titulok Clickbait? (Áno/Nie) Použitý trik (č. zo zoznamu) Lepšia verzia titulku

2

4. Prezentácia výsledkov (4–5 min)

- Každá skupina predstaví svoje závery v 2–3 minútach:
 - o ktoré titulky považovala za clickbaitové,
 - o aké triky boli použité,
 - o ako by sa dal titulok napísať inak, aby bol zaujímavý, ale dôveryhodný.
- Učiteľ zapisuje na tabuľu najčastejšie použité triky – vytvára sa spoločný varovný zoznam pre celú triedu.

5. Zhrnutie cvičenia (1–2 min)

- Clickbait funguje, pretože vyvoláva emócie a zvedavosť, ale často zavádza alebo preháňa.
- Nemá zmysel zdieľať obsah len na základe titulku – treba overiť zdroj a prečítať celý článok.
- Každý sa môže naučiť tvoriť titulky zaujímavé, ale pravdivé, ktoré lákajú čitateľov na fakty, nie na manipuláciu.

4. Diskusia: Prečo klikáme na clickbait? (8–10 min)

Cieľ diskusie

- Pochopiť psychologické mechanizmy, ktoré spôsobujú, že clickbait priťahuje pozornosť.
- Uvedomiť si, ako emócie a zvedavosť ovplyvňujú rozhodnutia používateľov internetu.
- Vypracovať zásady bezpečného používania online obsahu a odolnosti voči manipulatívnym titulkom.

1. Otázky pre žiakov (základné)

1. Čo spôsobuje, že niektoré titulky lákajú kliknúť, aj keď vieme, že môžu preháňať?
2. Sú emotívne názvy viac „pútavé“ než neutrálne fakty? Prečo?
3. Ako clickbait ovplyvňuje naše hodnotenie obsahu ešte predtým, než článok prečítame?
4. Dá sa úplne vyhnúť clickbaitu na internete? Je to reálne?
5. Ako by sme mali reagovať, keď zistíme, že titulok zavádza alebo preháňa?

2. Doplnkové otázky na prehĺbenie

- Stalo sa vám, že ste zdieľali článok len na základe názvu, bez čítania obsahu?
- Aké emócie najčastejšie nútia ľudí kliknúť – zvedavosť, strach, hnev, radosť, pocit tajomstva?



Co-funded by the European Union

- Všimli ste si, že niektoré titulky sľubujú senzáciu, ale v texte sa takmer nič nedeje? Ako ste sa vtedy cítili?
- Spôsobuje väčší počet lajkov a komentárov pri titulku dojem, že je pravdivejší?
- Ako médiá zarábajú na tom, že klikáme na takéto názvy? Je to férové voči čitateľom?

3. Mini-analýza (voliteľne 2–3 min)

Učiteľ ukáže na slajde dva fiktívne titulky:

- „Šok! Tento nápoj ťa môže zabiť za 60 sekúnd!“
- „Výskumy ukazujú, že nadbytok kofeínu môže škodiť zdraviu.“

Otázky pre žiakov:

- Ktorý titulok viac púta pozornosť? Prečo?
- Na ktorý by ste klikli skôr – a znamená to, že je pravdivejší?
- Aké emócie vyvoláva prvý názov a aké druhý?

4. Závery diskusie

- Clickbait stavia na emóciách a našej prirodzenej zvedavosti – chceme vedieť, čo je „šokujúce“ alebo „tajné“.
- Naš mozog rýchlejšie reaguje na silné emócie než na pokojné fakty – preto manipulatívne titulky vyhrávajú na internete.
- Veľa používateľov hodnotí obsah podľa názvu, nie podľa faktov – to podporuje šírenie poloprávd a fake news.
- Nedá sa úplne vyhnúť clickbaitu, ale môžeme sa naučiť ho rozpoznávať a nepodľahnúť manipulácii.
- Najlepšia reakcia na clickbaitový titulok:
 1. Overiť zdroj a prečítať obsah do konca.
 2. Neposielať článok ďalej len podľa názvu.
 3. Nahlásiť zavádzajúce titulky na sociálnych sieťach.

5. Zhrnutie a reflexia (7–10 min)

1. Individuálna reflexia – dokonči vety (3–4 min)

Každý žiak si do zošita alebo na malý papier zapíše odpovede na vety:

- „Pochopil/a som, že clickbait...“
- „Najviac ma zvyknú nachytať titulky, ktoré...“
- „Predtým než kliknem, nabudúce si overím...“
- (voliteľné) „Vďaka tejto hodine viem, že na internete nie je všetko...“

(Možno pozbierať papieriky anonymne a prečítať niekoľko odpovedí, aby trieda videla rôzne pohľady.)



**Co-funded by
the European Union**

2. Krátka triedna diskusia (2–3 min)

Otázky pre žiakov:

- Prekvapilo vás dnes niečo nové o clickbaitoch?
- Bude pre vás teraz jednoduchšie rozpoznať manipulatívny titulok?
- Je každý clickbait škodlivý, alebo môže byť niekedy „neškodnou pozvánkou“ na kliknutie?

(Učiteľ moderuje diskusiu a zdôrazní, že problémom je hlavne zavádzanie, nie samotná snaha zaujať.)

3. Vytvorenie spoločného zoznamu – „5 spôsobov, ako sa nenechať chytiť na clickbait“ (3–4 min)

Na tabuľu alebo flipchart žiaci spolu s učiteľom zapisujú pravidlá, napríklad:

1. Overujem zdroj stránky (či je dôveryhodný, známy, seriózny).
2. Čítam celý článok, nielen názov.
3. Zamyslím sa, či titulok nie je prehnaný, emotívny alebo tajomný bez dôvodu.
4. Neposielam správu len preto, že znie šokujúco alebo ju všetci zdieľajú.
5. Porovnávam informáciu v iných médiách, aby som zistil, či ju uvádzajú aj inde.
6. (voliteľne) Ignorujem obsahy, ktoré sľubujú „zázračné riešenia“ alebo „tajné fakty, ktoré všetci skrývajú“.

(Zoznam možno ponechať vyvesený v triede ako pripomienku pre žiakov.)

4. Záver učiteľa – odborné zhrnutie (1–2 min)

- Clickbait funguje, pretože využíva emócie, zvedavosť a túžbu rýchlo získať informácie.
- Senzačný titulok však nemusí odovzdať pravdu – a mnohí ľudia uveria obsahu už len na základe názvu, aj keď si článok neprečítajú.
- Schopnosť rozpoznávať clickbait je dôležitou súčasťou vedomého používania internetu, vďaka ktorej môžeme:
 - o vyhnúť sa manipulácii,
 - o nenechať sa vtiahnuť do falošných informácií,
 - o dbať na kvalitu obsahu, ktorý sami posúvame ďalej.

6. Slovník pojmov

Pojem	Definícia
Clickbait	Titulok alebo miniatúra, ktorá má upútať pozornosť, často prehnaná alebo zavádzajúca v porovnaní s obsahom článku.
Manipulatívny titulok	Názov vytvorený tak, aby vyvolal emócie (šok, hnev, strach), často na úkor dôveryhodnosti informácie.
Efekt zvedavosti	Psychologický mechanizmus spôsobujúci, že chceme poznať chýbajúcu informáciu – využívaný v clickbaitoch.
Dezinformácia	Nepravdivé alebo zmanipulované informácie šírené s cieľom ovplyvniť príjemcov.

Projekt spolufinancovaný Európskou úniou



**Co-funded by
the European Union**

7. Metodický sprievodca pre učiteľa – rozšírená verzia

1. Príprava materiálov

- Výber príkladov:
 - o Používaj neutrálne alebo fiktívne titulky, ktoré nesúvisia s aktuálnymi politickými spormi ani témami vyvolávajúcimi kontroverzie medzi žiakmi.
 - o Vyhýbaj sa citlivým témam (náboženstvo, miestne konflikty, súkromné situácie žiakov).
 - o Sústreď sa na titulky edukačné, zábavné, každodenné (napr. zdravie, veda, zaujímavosti, šport).
- Rôzne formáty:
 - o Priprav súbor titulkov vo forme výtlačkov alebo prezentácie – zo spravodajských portálov, YouTube, sociálnych sietí aj reklám.
 - o Pridaj obrázky a miniatúry, aby žiaci videli, ako clickbait funguje vizuálne (farby, emotikony, kriľavé nápisy).
- Karta 10 trikov clickbaitových titulkov:
 - o Rozdaj každému tímu kartu s najčastejšími technikami manipulácie titulkov, aby im uľahčila analýzu počas cvičení.

2. Vedenie hodiny

- Úvod:
 - o Začni od príkladov blízkych žiakom (YouTube, TikTok, Instagram), aby si hneď získal ich pozornosť.
 - o Spýtaj sa, či sa im už stalo, že klikli na zavádzajúci názov – tým sa vytvorí kontext na ďalšie cvičenia.
- Mini-prednáška:
 - o Dávaj krátke, jasné definície, striedaj ich s otázkami na triedu, aby si udržal zapojenie.
 - o Ukáž, že clickbait nemusí byť vždy lož, ale vždy má cieľ manipulovať emóciami a prinútiť kliknúť.

3. Moderovanie cvičení a diskusie

- Skupinová práca:
 - o Uisti sa, že každý tím rozumie zadaniu a vie, ako používať kartu 10 trikov clickbaitu.
 - o Podnecuj argumentáciu: „Prečo si myslíte, že tento titulok je clickbait? Aké emócie má vyvolať?“
 - o Ak sa objavia rozdielne názory, ukáž, že hranica medzi zaujímavým a manipulatívnym titulkom môže byť jemná – a je prirodzené, že žiaci ju hodnotia inak.
- Diskusia:
 - o Vytvor priestor na voľnú výmenu názorov – pýtaj sa, nesúď.
 - o Môžeš ukázať, že aj odborníci sa nechajú nachytať na clickbait, aby sa žiaci necítili



**Co-funded by
the European Union**

zahanbene.

o Zdôrazni, že cieľom hodiny nie je kritizovať používateľov internetu, ale učiť sa lepšie filtrovať informácie.

4. Budovanie bezpečnej atmosféry

- Vyhýbaj sa zosmiešňovaniu odpovedí žiakov – každý názor je východiskom pre diskusiu.
- Ak niekto uvedie príklad zo svojho života (klikol na falošný titulok alebo naletel podvodu), nedovoľ vtípy na jeho účet – zdôrazni, že ide o bežnú skúsenosť.
- Ak treba, pripomeň pravidlá etikety – vzájomný rešpekt a bezpečná komunikácia online.

5. Výhovný cieľ hodiny

- Vytváranie u žiakov:
 - o Povedomia o tom, ako fungujú médiá a reklamy na internete.
 - o Odolnosti voči manipulácii emóciami, ktorá nás vedie ku klikaniu a zdieľaniu bez overenia faktov.
 - o Schopnosti kriticky čítať titulky, hodnotiť ich dôveryhodnosť a vyhnúť sa šíreniu falošného obsahu.

6. Možné rozšírenia hodiny

- Domáca úloha: žiaci vyhľadajú na internete príklady clickbaitových titulkov (bez odkazov), ktoré spoločne rozoberú na nasledujúcej hodine.
- Triedny projekt: vytvoriť „Kódex žiaka vedomého v sieti“ s pravidlami bezpečného čítania titulkov a zdieľania obsahu.
- Mini-kreatívny workshop: žiaci pretvoria clickbaitové názvy na dôveryhodné, aby ukázali, že sa dá napísať zaujímavý titulok bez manipulácie.

8. Vzdelávacie a fact-checkingové zdroje



**Co-funded by
the European Union**

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

<https://edmo.eu>

- **EUvsDisinfo – European External Action Service**

<https://euvsdisinfo.eu>

- **Demagog.org.pl (Poľsko)**

<https://demagog.org.pl>

- **Konkret24 (Poľsko)**

<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/>

