



**Co-funded by
the European Union**

**AKTYWIZUJĄCY SCENARIUSZ LEKCJI
opracowany w ramach projektu**

„INNOWACJE W EDUKACJI SZKOLNEJ”

Temat lekcji:

PROJEKTOWANIE KAMPANII „STOP FAKE NEWS”

1. Cele lekcji

Uczeń:

- potrafi zaplanować i zaprezentować mini-kampanię edukacyjną przeciwdziałającą fake newsom,
- zna podstawowe elementy skutecznej kampanii społecznej (cel, odbiorca, przekaz, forma, kanał dystrybucji),
- rozwija umiejętność kreatywnej pracy zespołowej, argumentacji i komunikacji,
- potrafi dobrać odpowiednie hasła i materiały wizualne,
- świadomie korzysta z wiedzy o dezinformacji, by edukować innych.

2. Grupa docelowa

Uczniowie szkół podstawowych

3. Metody

- Praca projektowa w grupach
- Burza mózgów
- Analiza przykładów
- Prezentacja i omówienie prac

4. Materiały

- Tablica interaktywna lub flipchart

Projekt dofinansowany przez Unię Europejską



**Co-funded by
the European Union**

- Przykłady kampanii społecznych (slajdy, plakaty, grafiki, posty internetowe)
- Karta pracy „Plan kampanii STOP FAKE NEWS” (szablon)
- Kartki A3, kolorowe pisaki, nożyczki, klej
- Dostęp do internetu (opcjonalnie do inspiracji lub prostych grafik w Canvie)

5. Przebieg lekcji (45 minut)

1. Wprowadzenie – po co kampanie społeczne? (5 min)

Forma: burza mózgów + krótka rozmowa kierowana

Przebieg:

1. Rozgrzewka: Nauczyciel pyta uczniów:

- Czy kiedykolwiek spotkaliście się w internecie z kampanią, która miała zmienić czyjeś zachowanie? (np. akcje typu „Stop przemocy”, „Nie hejtuj”, „Zostań w domu podczas pandemii”)
- Czy uważacie, że takie kampanie mogą działać? Co sprawia, że o nich pamiętamy?
- Czy w internecie można zrobić coś, by fałszywe wiadomości rozchodziły się wolniej lub w ogóle zniknęły?

2. Zbieranie pomysłów: Uczniowie podają przykłady akcji, które znają ze szkoły, mediów, internetu (np. memy edukacyjne, hasła na TikToku, plakaty w szkole). Nauczyciel zapisuje propozycje na tablicy.

3. Informacje merytoryczne (krótki wykład):

- Definicja kampanii społecznej: to zaplanowane działanie mające wpłynąć na zachowania lub świadomość ludzi w ważnych sprawach (np. bezpieczeństwo, zdrowie, odpowiedzialność w sieci).
- Dlaczego działa: wykorzystuje prosty język, emocje, obrazy, które szybko docierają do odbiorców, często powtarzają się w różnych miejscach (szkoła, internet, plakaty), dzięki czemu łatwo je zapamiętać.
- Rola w walce z fake newsami: kampanie mogą uczyć, jak sprawdzać źródła, zachęcać do niewierzenia w emocjonalne tytuły i pokazywać, że każdy użytkownik internetu ma wpływ na to, co się w nim rozprzestrzenia.

4. Omówienie elementów kampanii: nauczyciel pokazuje na przykładzie (może być wydruk lub slajd):

Projekt dofinansowany przez Unię Europejską



**Co-funded by
the European Union**

- Cel kampanii: co chcemy zmienić (np. mniej udostępnień fake newsów).
 - Odbiorca: do kogo mówimy (uczniowie, rodzice, wszyscy użytkownicy sieci).
 - Hasło: krótkie, chwytliwe zdanie (np. „STOP FAKE NEWS – sprawdź, zanim klikniesz”).
 - Forma: plakat, mem, post, filmik, hashtag.
 - Kanał publikacji: szkoła, media społecznościowe, lokalna akcja w mieście.
5. **Podsumowanie wprowadzenia:** nauczyciel podkreśla, że w dalszej części lekcji uczniowie sami stworzą mini-kampanię, która będzie mogła zostać zaprezentowana w szkole lub w internecie jako przykład działań przeciwko dezinformacji.

2. Inspiracja – szybki przegląd przykładów (5 min)

Forma: pokaz slajdów + krótka analiza w parach

Przebieg:

1. Prezentacja materiałów – nauczyciel pokazuje uczniom 4–6 przykładów kampanii edukacyjnych przeciwko dezinformacji. Mogą to być wydruki, slajdy lub zrzuty ekranu z internetu. W zestawie znajdują się zarówno prawdziwe kampanie, jak i przykłady stworzone na potrzeby lekcji:

Przykłady faktyczne:

1. Plakat edukacyjny (UE – Think Before You Share)

- Hasło: „*Pomyśl zanim udostępnisz*”
- Obraz: telefon w dłoni, nad nim lupa i znak STOP.
- Pod spodem: „*Sprawdź źródło. Chroń siebie i innych przed fałszywymi informacjami.*”

2. Post z portalu fact-checkingowego (Demagog.org.pl)

- Grafika: dwa identyczne nagłówki obok siebie – jeden oznaczony „Prawda”, drugi „Fałsz”.
- Tekst: „*Ten news o darmowych biletach do kina dla wszystkich? Fałsz. Sprawdź fakty na demagog.org.pl zanim uwierzysz.*”

3. Infografika „Jak rozpoznać fake news” (Konkret24)

- 4 kroki: sprawdź źródło, porównaj w innych mediach, oceń tytuł, nie udostępniaj, jeśli masz wątpliwości.

Projekt dofinansowany przez Unię Europejską



**Co-funded by
the European Union**

- Obraz: ikony lupy, komputera, znaku zapytania.

Przykłady fikcyjne (do ćwiczenia w klasie):

4. Plakat szkolny „STOP FAKE NEWS”

- Hasło: *„Nie klikaj w ciemno – sprawdź źródło!”*
- Obraz: uczeń przy komputerze, obok chmurki: „Prawda” ✓ i „Fałsz” ✗.
- Dół plakatu: *„Zanim udostępnisz – pomyśl, kto to zobaczy.”*

5. Post na Instagram szkolny

- Zdjęcie: sensacyjny nagłówek: *„Uczniowie dostaną wolne całe dwa tygodnie!”*
- Podpis: *„Brzmi fajnie? To fake news! Sprawdź w kalendarzu szkoły. Nie wierz we wszystko, co krąży po sieci.”*
- Hashtag: #PrawdaMaZnaczenie

6. Scenka z TikToka (scenariusz)

- Osoba 1 dostaje wiadomość: *„Zamykają wszystkie sklepy od jutra! Zrób zakupy natychmiast!!!”*
- Osoba 2 sprawdza na stronie ministerstwa – komunikat: *„To nieprawda – sklepy otwarte”*.
- Napis na końcu: *„Sprawdź zanim się przestraszysz”* + hashtag #StopFakeNews.

2. Krótka analiza w parach: uczniowie w parach omawiają:

- Co sprawia, że dany materiał jest zauważalny? (kolory, obraz, hasło).
- Czy przekaz jest jasny i zrozumiały?
- Jakie emocje wywołuje? (powaga, śmiech, ostrzeżenie).
- Czy zachęca do działania? (np. sprawdzenia źródła).

3. Wnioski klasowe: nauczyciel zapisuje na tablicy elementy, które powtarzają się w skutecznych kampaniach, np.:

- krótki, chwytliwy tekst,
- wyraźny obrazek lub symbol (np. lupa, znak STOP),
- kontrastowe kolory,
- emocje (odpowiedzialność, humor, ciekawość),

Projekt dofinansowany przez Unię Europejską



**Co-funded by
the European Union**

- proste wezwanie do działania („Sprawdź”, „Zgłoś”).
4. **Podsumowanie:** nauczyciel podkreśla, że te elementy uczniowie wykorzystają w swojej kampanii, aby była **krótka, zrozumiała i łatwa do zapamiętania**.

3. Ćwiczenie główne – „Tworzymy kampanię STOP FAKE NEWS” (25 min)

Forma: praca w grupach (3–5 osób)

Cel: rozwijanie kreatywności, współpracy i umiejętności tworzenia krótkiego, skutecznego przekazu edukacyjnego przeciwko dezinformacji.

Etap 1 – Planowanie (10 min)

Każda grupa otrzymuje Kartę pracy z tabelą do uzupełnienia oraz zestaw przykładów z poprzedniego punktu (faktyczne i fikcyjne kampanie).

Instrukcja: zanim zaczniecie tworzyć plakat czy post, zaplanujcie całą kampanię.

Element kampanii	Nasz pomysł
Cel kampanii	Co chcemy osiągnąć? Jakie zachowania zmienić? (np. „Sprawdzaj źródła”, „Nie wierz w sensacyjne nagłówki”).
Odbiorca	Do kogo kierujemy przekaz? (np. uczniowie szkoły, rodzice, użytkownicy TikToka).
Hasło kampanii	Krótki, chwytliwy tekst (max. 5–7 słów).
Forma	Plakat, mem, post w social mediach, krótki filmik, hashtag, mini-podcast.
Główne przesłanie	Najważniejsza myśl dla odbiorcy.
Kanał publikacji	Gdzie pokażemy kampanię? (np. Instagram szkolny, gazetka, tablica).

Wskazówki:

- Hasło ma być krótkie, wyraziste i zapadające w pamięć.

Projekt dofinansowany przez Unię Europejską



**Co-funded by
the European Union**

- Przekaz powinien być prosty i zrozumiały dla odbiorcy.
- Pomyślcie, jakie emocje chcecie wywołać (odpowiedzialność, ciekawość, troska).
- Możecie inspirować się pokazanymi przykładami, ale stwórzcie coś własnego.

Etap 2 – Tworzenie materiału (15 min)

Każda grupa przygotowuje prototyp kampanii – pierwszą wersję materiału edukacyjnego.

Do wyboru:

- Plakat – kartka A3 lub wersja cyfrowa, z hasłem, grafiką, symbolem STOP FAKE NEWS.
- Post lub mem – krótki tekst + ilustracja, format jak na Instagram/TikTok.
- Scenka/filmik – scenariusz 30–60 sekund z sytuacją fake newsa i reakcją bohaterów.
- Hashtag kampanii – np. #StopFakeNews, #SprawdźZanimKlikniesz, #PrawdaMaZnaczenie.

Ważne elementy:

- Przekaz edukacyjny: zachęta do sprawdzania informacji, zgłaszania fake newsów.
- Czytelność: duże litery, prosta grafika, mało tekstu.
- Wezwanie do działania: np. „Sprawdź źródło”, „Zgłoś post”.

Podpowiedzi:

- Zróbcie coś, co sami chcielibyście udostępnić znajomym.
- Użyjcie kontrastowych kolorów, symboli, prostych obrazków.
- Wymyślcie kilka wersji hasła i wybierzcie najlepszą.

Etap 3 – Prezentacja i omówienie (8 min)

1. Przygotowanie do prezentacji (1 min)
 - Grupa wybiera 1–2 osoby do prezentacji.
 - Ustalcie, kto mówi o celu, hasle, formie.
2. Prezentacje grupowe (ok. 2 min na grupę)
 - Pokażcie swój materiał (plakat, post, scenariusz).

Projekt dofinansowany przez Unię Europejską



**Co-funded by
the European Union**

- Wyjaśnijcie: cel kampanii, odbiorcę, hasło, formę, kanał publikacji.
3. Pytania od klasy (1–2 min)
- Np.: „Dlaczego wybraliście taki symbol?”, „Jak zachęcicie odbiorców do działania?”
4. Głosowanie klasowe (1 min)
- Kategoria: „najlepsze hasło”, „najlepsza grafika”, „najbardziej pomysłowa forma”.
5. Podsumowanie nauczyciela (ok. 2 min)
- Wszystkie projekty są wartościowe i mogą być wykorzystane w szkole.
 - Możliwe działania: umieszczenie plakatów w korytarzu, publikacja w mediach szkoły, „Tydzień STOP FAKE NEWS” z prezentacją młodszym klasom.

Tabela w formie tekstowej, gotowa do wstawienia w scenariusz zajęć:

Element kampanii

Nasz pomysł

Cel kampanii – Co chcemy osiągnąć? Jakie zachowania zmienić?

Odbiorca – Do kogo kierujemy przekaz?



**Co-funded by
the European Union**

Element kampanii

Nasz pomysł

**Hasło kampanii – Krótki, chwytliwy tekst
(max. 5–7 słów)**

**Forma – Plakat, mem, post, filmik, hashtag,
podcast**

**Główne przesłanie – Jedna najważniejsza
myśl, którą chcemy zostawić odbiorcom**

**Kanał publikacji – Gdzie nasza kampania
mogłaby być pokazana?**

5. Podsumowanie i refleksja (2–3 min)

Cel: utrwalenie wiedzy, uświadomienie uczniom znaczenia ich działań w walce z dezinformacją oraz wzmocnienie poczucia sprawczości.

Przebieg zajęć:

1. Praca indywidualna (1–2 min)

- Uczniowie zapisują w zeszytach lub na małych kartkach swoje refleksje, kończąc zdania:

Projekt dofinansowany przez Unię Europejską



**Co-funded by
the European Union**

- „Zrozumiałem/am, że kampania STOP FAKE NEWS...”
- „W naszej grupie nauczyłem/am się, że ważne jest...”
- „W przyszłości mogę zareagować na fake newsy, tworząc...”
- „Najbardziej zapamiętałem/am z dzisiejszej lekcji...”
- Uczniowie mogą zdecydować, czy chcą odczytać swoją odpowiedź głośno, czy przekazać ją anonimowo nauczycielowi (np. na kartce).

2. Tablica klasowa – wspólne wnioski (1 min)

- Nauczyciel tworzy listę na tablicy lub flipcharcie pt. „Jak możemy działać przeciw fake newsom?”
- Uczniowie podają swoje propozycje, np.:
 - „sprawdzać źródła przed udostępnieniem,”
 - „tworzyć proste plakaty lub posty edukacyjne,”
 - „zachęcać innych do krytycznego myślenia,”
 - „zgłaszać fałszywe treści w mediach społecznościowych,”
 - „organizować kolejne mini-kampanie w szkole lub internecie.”

3. Podsumowanie nauczyciela (ok. 1 min)

- Podkreśla, że każdy uczeń ma realny wpływ na środowisko informacyjne, nawet poprzez małe działania, jak nieudostępnianie niesprawdzonych wiadomości czy tworzenie własnych materiałów edukacyjnych.
- Zachęca do wykorzystania projektów stworzonych podczas zajęć w realnych kanałach komunikacji (gazetka, szkolny profil w social mediach, wydarzenia edukacyjne).
- Dodaje: *„Dzięki takim kampaniom stajecie się ambasadorami prawdy w internecie – pomagacie innym odróżniać fakty od fałszu.”*

5. Słownik pojęć – Kampanie i dezinformacja

Pojęcie	Definicja
Fake news	Fałszywa lub zmanipulowana informacja udająca prawdziwą wiadomość.
Dezinformacja	Celowe wprowadzanie w błąd za pomocą nieprawdziwych treści.

Projekt dofinansowany przez Unię Europejską



**Co-funded by
the European Union**

Pojęcie	Definicja
Kampania społeczna	Zaplanowane działania edukacyjne i informacyjne, które mają zmieniać postawy ludzi.
Hasło kampanii	Krótkie, chwytliwe zdanie, które zapada w pamięć i wyraża główny cel akcji.
Fact-checking	Sprawdzanie faktów w wiarygodnych źródłach.
Odpowiedzialność cyfrowa	Świadome, etyczne korzystanie z internetu, w tym reagowanie na fałszywe treści.

7. Przewodnik metodyczny dla nauczyciela

1. Przykłady i inspiracje

- Przygotowanie materiałów: przed lekcją zbierz kilka przykładów kampanii edukacyjnych związanych z dezinformacją:
 - Plakaty i grafiki z kampanii UE, EDMO lub EUvsDisinfo (np. „Think Before You Share”, „Pomyśl zanim udostępnisz”).
 - Posty z portali fact-checkingowych (Demagog, Manipulatoři.cz, Infosecurity.sk) pokazujące, jak prosty komunikat może zatrzymać fake newsy.
 - Hasła krótkie, rytmiczne, łatwe do zapamiętania, np. „*Stop Fake News – Sprawdź, zanim klikniesz!*”.
- Pokaż uczniom różne formaty kampanii: plakat, mem, krótkie wideo, hasztag.
- Zwróć uwagę, jak emocje, kolorystyka, proste grafiki wpływają na skuteczność przekazu.

2. Materiały do ćwiczeń

- Karty pracy: z polami do wpisania celu kampanii, grupy odbiorców, hasła, formy przekazu i kanału publikacji.
- Szablony plakatów: puste formatki A3 z miejscem na hasło i grafikę – ułatwią pracę grupom.
- Kolorowe pisaki, mazaki, kredki, karteczki samoprzylepne, ewentualnie dostęp do komputerów/tabletów dla tworzenia projektów cyfrowych.
- Slajdy z inspiracjami: aby każda grupa mogła zobaczyć, jak wyglądają profesjonalne kampanie edukacyjne.

Projekt dofinansowany przez Unię Europejską



**Co-funded by
the European Union**

3. Moderowanie pracy grup

- Przypominaj o celu kampanii: walka z dezinformacją – zachęcenie do sprawdzania informacji, nieudostępniania fake newsów.
- Zadawaj pytania kierunkowe:
 - „Czy wasz przekaz jest zrozumiały dla innych uczniów?”
 - „Czy to hasło zachęci kogoś do zastanowienia się, zanim kliknie?”
 - „Czy materiał jest pozytywny i inspirujący, a nie wyśmiewający ludzi, którzy wierzą w fake newsy?”
- Wspieraj pomysły twórcze, ale pokazuj, jak można je skrócić i wzmocnić, by były łatwe do zapamiętania.

4. Budowanie bezpiecznej atmosfery

- Podkreśl, że każdy pomysł jest wartościowy, nawet jeśli wymaga dopracowania.
- Zamiast krytyki stosuj pytania: „Co mogłoby sprawić, że wasz plakat byłby jeszcze bardziej przekonujący?”
- Unikaj oceniania estetyki pracy – ważniejszy jest przekaz i pomysł niż wygląd projektu.

5. Rozszerzenie działań po lekcji

- Zorganizuj głosowanie w klasie lub szkole na najlepszą kampanię.
- Wybierz 1–2 projekty do realizacji:
 - wydrukuj plakaty i rozwieś w szkole,
 - opublikuj przygotowane grafiki/posty na szkolnym profilu,
 - zaprosz uczniów do stworzenia krótkiego filmiku edukacyjnego.
- Możesz połączyć działania z tygodniem edukacji medialnej lub projektem szkolnym o bezpieczeństwie w sieci.

8. Źródła:

Projekt dofinansowany przez Unię Europejską



Co-funded by the European Union

1. Źródła międzynarodowe (UE i świat)

- **European Digital Media Observatory (EDMO)** – <https://edmo.eu>
Zawiera bazę raportów i materiałów edukacyjnych o fake newsach w krajach UE, narzędzia do analizy treści, przykłady działań społecznych i kampanii edukacyjnych.
- **EUvsDisinfo (European External Action Service)** – <https://euvsdisinfo.eu>
Projekt UE zwalczający dezinformację, w tym dotyczącą wojen informacyjnych. Dostępne analizy fake newsów, grafiki, infografiki i gotowe materiały do wykorzystania w edukacji.
- **UNESCO – Media and Information Literacy Curriculum for Teachers** – <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971>
Globalny podręcznik o edukacji medialnej, zawiera propozycje ćwiczeń i przykładów kampanii społecznych związanych z fałszywymi informacjami.
- **OECD – "How to Spot Fake News"** – <https://www.oecd.org/education/>
Materiały o odporności cyfrowej, przykładach dezinformacji i roli edukacji w przeciwdziałaniu fake newsom.
- **Media Literacy Now (USA)** – <https://medialiteracynow.org/>
Przykłady kampanii edukacyjnych skierowanych do młodzieży, gotowe hasła, grafiki i projekty szkolne.

2. Źródła polskie

- **Demagog.org.pl** – <https://demagog.org.pl>
Największy polski portal fact-checkingowy, prowadzi kampanie edukacyjne, publikuje analizy fake newsów oraz materiały graficzne (infografiki, plakaty).
- **Konkret24 (TVN24)** – <https://konkret24.tvn24.pl>
Artykuły obalające fałszywe informacje, w tym dotyczące zdrowia, polityki, bezpieczeństwa. Cenne źródło przykładów do ćwiczeń.
- **Niebezpiecznik.pl** – <https://niebezpiecznik.pl>
Artykuły o bezpieczeństwie w sieci, phishingu, manipulacjach informacyjnych – do wykorzystania przy tworzeniu kampanii ostrzegawczych.
- **Gov.pl – Bezpieczny Internet** – <https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/bezpieczny-internet>
Materiały edukacyjne dla uczniów i nauczycieli o bezpiecznym korzystaniu z sieci, w tym reagowaniu na fałszywe informacje.

3. Źródła czeskie i słowackie



**Co-funded by
the European Union**

- **Manipulátoři.cz** – <https://manipulatori.cz>
Analizy fake newsów, narzędzia edukacyjne, przykłady kampanii medialnych z Czech.
- **Demagog.cz** – <https://demagog.cz>
Weryfikacja wypowiedzi polityków, przykłady fałszywych treści i sposoby ich sprawdzania.
- **Demagog.sk** – <https://demagog.sk>
Słowacki portal fact-checkingowy, scenariusze edukacyjne, przykłady manipulacji w mediach społecznościowych.
- **Infosecurity.sk** – <https://infosecurity.sk>
Raporty o dezinformacji w krajach Europy Środkowej, przydatne w budowaniu świadomości uczniów.

4. Narzędzia pomocne przy tworzeniu kampanii

- **Canva** (<https://www.canva.com>) – darmowe szablony plakatów, infografik, postów do mediów społecznościowych.
- **Piktochart** (<https://piktochart.com>) – narzędzie do szybkiego tworzenia grafik edukacyjnych.
- **Kahoot** (<https://kahoot.com>) – quizy o fake newsach i weryfikacji informacji jako uzupełnienie kampanii.
- **Google Fact Check Tools** (<https://toolbox.google.com/factcheck>) – narzędzie do wyszukiwania sprawdzonych faktów i obalonych fake newsów.

