



Riešenia úloh pre učiteľov

školské kolo ZŠ 24/25

Obsah dokumentu

Obsah dokumentu.....	2
Názory a fakty.....	3
Over TikTok video.....	6
Vyber vhodný nadpis.....	9
Zisti pôvod obrázkov.....	12
Over článok.....	15
Pojmy - mediálna gramotnosť.....	19
Kauzalita a korelácia.....	25
Podprahová reklama.....	30
Časti argumentu - spájačka.....	33
Napiš vlastný argument.....	35

Názory a fakty

Teória

? Doplň pojmy *faktické tvrdenie* a *názor* do nasledujúcich viet:

1. ____ je niečo, čo sa dá overiť alebo dokázať. Vieme zistiť, či je to pravda.
2. ____ je to, čo si niekto myslí alebo cíti. Nemôžeš to dokázať ako pravdivé alebo nepravdivé, lebo každý môže mať iný pohľad.



Správna odpoveď

1. Faktické tvrdenie
2. Názor

Prax - rozhovor v školských novinách

? Predstav si, že si moderátor alebo moderátorka školských novín a vedieš rozhovor s expertkou na školské obedy. Tvojou úlohou je rozlíšiť, kedy expertka hovorí fakty a kedy hovorí vlastný názor.

1. "Väčšina žiakov na školských obedoch necháva zeleninu na tanieri."
2. "Zdravé obedy obsahujú veľa zeleniny, ovocia a celozrnných produktov."
3. "Školské jedálne by mali zaviesť viac bezmäsitých jedál."
4. "Mne obedy v školskej jedálni nikdy nechutili, a preto som ich nejedla."



Správna odpoveď

1. Faktické tvrdenie
2. Faktické tvrdenie
3. Názor
4. Faktické tvrdenie



Vysvetlenie:

Cieľom úlohy je naučiť súťažiacich/súťažiace rozdiel medzi faktickým tvrdením (ktoré je overiteľné) a názorom (ktorý vyjadruje osobný postoj).

Je to dôležitý **základ kritického myslenia**. Totiž, ak niekto v diskusii použije faktické tvrdenie, ktoré sa nám nepozdáva, môžeme si ho overiť z dôveryhodných zdrojov. Avšak pri názoroch, s ktorými nesúhlasíme, je lepšie viesť slušnú hodnotovú diskusiu. Za nebezpečnú manipulatívnu stratégiu považujeme najmä to, ak sa nás niekto snaží presvedčiť, že neoverené faktické tvrdenia sú v skutočnosti len jeho/jej názory.

1. tvrdenie ("Väčšina žiakov na školských obedoch necháva zeleninu na tanieri.") **je faktické** tvrdenie - vieme si ho diskutovať, či je reálne pravdivé alebo nie, ale určite ho vieme overiť.

2. tvrdenie ("Zdravé obedy obsahujú veľa zeleniny, ovocia a celozrnných produktov.") **je faktické** tvrdenie, dokonca aj pravdivá informácia. Zelenina nám môže chutiť alebo nechutiť, na zdraví nám môže záležať alebo nezáležať, ale pozitívny vplyv zdravej stravy na telo je jednoducho fakt.

3. tvrdenie ("Školské jedálne by mali zaviesť viac bezmäsitých jedál.") je **názor** - expertka tvrdí, že niečo by sa "malo" stať, bolo by to podľa nej správne. Tým pádom do rozhovoru prináša svoj hodnotový postoj, nie objektívne fakty. Samozrejme, je v poriadku hovoriť svoje názory, ale treba ich v mediálnych výstupoch jasne rozlíšiť od faktov.

4. tvrdenie ("Mne obedy v školskej jedálni nikdy nechutili, a preto som ich nejedla.") **je faktické** tvrdenie aj napriek tomu, že to po prvom prečítaní vyzerá ako názor. Avšak expertka hovorí o fakte zo svojho osobného života. Dá sa objektívne posúdiť, či naozaj jedla alebo nejedla obedy. Názor s podobným obsahom by vyzeral takto: "Obedy v školskej jedálni nie sú chutné."



Pre učiteľov:

Návrh na aktivitu 1 - prevrátenie názorov a faktov:

Dajte žiakom/žiacom za úlohu preformulovať názory na fakty a naopak. Je to krátke cvičenie, ktoré môžu robiť samostatne aj v skupinách. Pomôže im to pochopiť rozdiel medzi týmito dvoma konceptmi.

Správnych riešení je mnoho, napríklad:

1. "Je nepripustné, že toľko veľa žiakov necháva zeleninu na tanieri."
2. "Ľudia by mali jesť viac zeleniny, ovocia a celozrnných produktov."
3. "Školské jedálne ponúkajú častejšie obedy s mäsom ako bez mäsa."
4. "Obedy v školskej jedálni nie sú chutné."

Návrh na aktivitu 2 - fact-checkeri:

Vyskúšajte si so žiakmi/žiacami aké je to byť "fact-checker" - overovateľ faktov. Spýtajte sa ich, ako by postupovali, ak by chceli overiť faktické tvrdenia expertky v rozhovore. Nechajte ich o tom diskutovať v skupinách.

Existuje mnoho správnych možností, napríklad:

- 1. tvrdenie by mohli overiť tým, že by robili pozorovanie v jedálni a počítali, koľko žiakov/žiačok odnesie obed s nezjedenou zeleninou.
- 2. tvrdenie by si mohli overiť napríklad rešeršom - existuje mnoho vedeckých štúdií na túto tému.

- Na overenie 4. tvrdenia by museli kontaktovať napr. rodičov expertky, ktorí by potvrdili, či naozaj nejedla školské obedy.

Podnet na diskusiu:

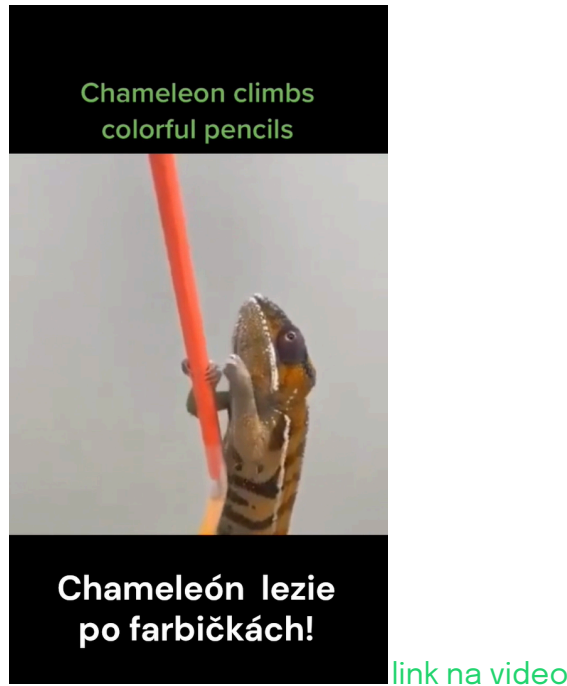
Pripomeňte žiakom/žiačkam, že faktické tvrdenia sa majú overovať a o názoroch môžeme kultivovane diskutovať. Ako by diskutovali s expertkou o jej názore, že by na škole malo byť viac bezmäsitých jedál? Aké sú argumenty za a proti?

Ďalšie zdroje:

Na stránke Mediální výchova pro 21. století nájdete tento [pracovní list](#) na pokročilé rozlišovanie faktov a názorov. Pracovní list je v českom jazyku.

Over TikTok video

Pozri si nasledujúce virálne video na TikToku a odpovedz na otázky:



? Čo platí o video?

- a) Video je skutočné
- b) Video je digitálne upravené
- c) Video je celé vytvorené umelou inteligenciou

✓ Správna odpoveď

b) Video je digitálne upravené

📖 Vysvetlenie:

Veľká časť obsahu, ktorý v dnešnej dobe prijímame, je vo forme reels alebo TikTok videí. Preto je nevyhnutné naučiť sa overovať aj tieto zdroje informácií.

Možnosť a) nie je správna, lebo chameleóny nemenia farbu na základe farby prostredia (viď vysvetlenie k otázke nižšie). Avšak ani c) nie je správne, lebo ide o video skutočného chameleóna, len farby sú jednoduchým spôsobom digitálne upravené v programe Adobe. Takže správna je možnosť b).

Podobné **videá** sa často šíria internetom, aj keď bol tento mýtus o chameleónoch už mnohokrát **vyvrátený**. Kdežto pri videu o chameleónovi ide o celkom neškodnú nepravdivú informáciu, rovnakým spôsobom sa na TikToku/Instagrame môžu šíriť aj klamstvá o vážnejších spoločenských témach.

Súťažiaci/súťažiace môžu postupovať niekoľkými spôsobmi. Napríklad môžu zadať kľúčové slová do vyhľadávača, ideálne v angličtine (popis videa + “video”, “real”...) a tak nájsť zdroje, ktoré potvrdzujú, že videá tohto typu sú falošné. Taktiež mohli použiť nástroje na overenie pôvodu videí, napríklad zadarmo dostupnú službu InVid - WeVerify.

Ktoré tvrdenie je pravdivé?

- a) Chameleóny v skutočnosti nedokážu meniť farbu
- b) Chameleóny menia farbu podľa farby prostredia, aby sa zamaskovali
- c) Chameleóny menia farbu podľa emócií (stres, vzrušenie...)
- d) Chameleóny menia farbu náhodne



Správna odpoveď

c) Chameleóny menia farbu podľa emócií (stres, vzrušenie...)



Vysvetlenie:

Je všeobecne známe, že chameleóny farbu menia. Napriek tomu, že väčšina ľudí verí mýtu, že menia farbu podľa prostredia (možnosť b), nie je to pravda. Avšak nie je to ani náhodné (možnosť c) - v skutočnosti menia farbu podľa emócií, ale napríklad aj na základe teploty, svetla či dokonca na komunikáciu. Viac môžeš zistiť napríklad [tu](#).



Pre učiteľov:

Podnet na diskusiu:

Diskutujte so žiakmi/žiačkami o tom, ako trávajú čas na TikToku alebo Instagram reels. Je veľmi pravdepodobné, že pre mnohých z nich pôjde o hlavný zdroj informácií. Začnite tým, že sa ich spýtate, koľko času trávajú na TikToku alebo Instagrame (vedia si to pozrieť v týchto aplikáciách). Následne s nimi môžete viesť kritickú diskusiu:

- Máte kontrolu nad tým, koľko času trávite na Instagrame/TikToku? Viete si povedať, kedy už stačilo?
- Ako často si overujete informácie, ktoré na týchto platformách vidíte?

Návrh na aktivitu - nepodložené domnienky:

Aké iné nepodložené domnienky ešte poznáte? Veľa z nás si myslelo, že chameleón mení farbu, aby sa zamaskoval v prostredí, ale nie je to tak. Dajte žiačkam/žiakom za úlohu overiť aj nasledujúce mýty, ktorým mnohí z nás veria:

- Vikingovia mali helmy s rohami.
- Veľký čínsky múr je vidno z vesmíru.
- Pštros strčí hlavu do piesku, keď sa bojí.

Môžu pracovať individuálne alebo v skupinách. Mali by odprezentovať, na čo prišli a aká je skutočnosť. Ako podklad k tomuto cvičeniu môžete využiť [video](#) z Youtube SDA.

Zdroje:

- [Originálne TikTok video](#)
- [Snopes fact-check](#)
- [Britannica - Ako chameleóny menia farbu](#)

Vyber vhodný nadpis



Vyber nadpisy, ktoré sedia ku krátkej správe. Môže byť viac než 1 správna odpoveď.

Videohry a násilie

V novom výskume sa tím vedkýň snažil zistiť, či hranie násilných videohier spôsobuje, že sa mladí ľudia stanú agresívnejšími. Zistili, že hranie týchto hier nezvyšuje násilie v reálnom živote, ale môže ovplyvniť, ako ľudia reagujú na stres. Napriek tomu sa názory na túto tému stále líšia.

Nadpisy:

- a) Násilné videohry robia mladých agresívnejšími, tvrdia vedkyne
- b) Nový výskum: Videohry nevedú k násiliu, ale ovplyvňujú správanie pri strese
- c) Násilné hry sú bezpečné: Nová štúdia dokazuje, že nemajú vplyv na hráčov
- d) Vedkyne jednoznačne zničili mýtus o škodlivosti videohier! Neuveríš, čo zistili



Správna odpoveď

- b) Nový výskum: Videohry nevedú k násiliu, ale ovplyvňujú správanie pri strese



Vysvetlenie:

Cieľom úlohy je naučiť súťažiacich/súťažiace rozpoznávať manipulatívne a zavádzajúce nadpisy. Taktiež to testuje schopnosť čítania s porozumením.

Možnosť a) je nesprávna, lebo ide priamo proti záveru vedkýň, ktoré zistili, že hranie týchto hier "nezvyšuje násilie v reálnom živote". Možnosť c) je nesprávna, lebo zo štúdie nevyplýva, že videohry nemajú žiaden vplyv - uvádza sa, že môžu vplývať napr. na stresové reakcie. Možnosť d) je zavádzajúco jednoznačná a apeluje na emócie, kdežto v skutočnosti správa priznáva, že sa "názory na túto tému líšia". Jediná správna možnosť je teda b).



Vyber nadpisy, ktoré sedia ku krátkej správe. Môže byť viac než 1 správna odpoveď.

Influenceri a zdravé stravovanie

Influencerka s miliónom sledovateľov na Instagrame nedávno propagovala diétu, ktorá sľubuje, že každý, kto ju vyskúša, schudne 5 kg za týždeň. Niektorí odborníci varovali, že takáto diéta je nezdravá a môže mladých ľudí vystaviť zdravotným rizikám. V komentároch pod jej príspevkom sa mnohí mladí ľudia pýtali, či to naozaj funguje a či je bezpečné ju skúsiť.

Nadpisy:

- a) Influencerka propaguje nebezpečnú diétu, odborníci varujú
- b) Tajomstvo úspechu influencerky odhalené: Takto sa jej darí chudnúť!
- c) Odborníci kritizujú influencerku: zahráva sa so zdravím mladých ľudí
- d) Sociálne siete sú škodlivé pre zdravie mladých, upozornili odborníci



Správna odpoveď

- a) Influencerka propaguje nebezpečnú diétu, odborníci varujú
- c) Odborníci kritizujú influencerku: zahráva sa so zdravím mladých ľudí



Vysvetlenie:

Možnosť b) je manipulatívna a apeluje na emócie - nejde o žiadne "tajomstvo", keď ho influencerka verejne propaguje. Zároveň nikde v správe nie je uvedené, či diéta reálne funguje. Možnosť d) prekrúca slová odborníkov, ktorí kritizujú danú diétu, nie sociálne siete. Možnosti a) aj c) sú korektné.



Pre učiteľov:

Podnet na diskusiu:

Táto úloha pracuje s fiktívnymi správami, preto odporúčame žiakov/žiačky podporiť v rozmyšľaní nad tým, kedy sa v ich živote stretávajú s podobnými zavádzajúcimi nadpismi. Diskutujte s nimi?

- Z akých médií väčšinou prijímajú informácie?
- Ako často si prečítajú viac, než len nadpis?
- Ako často sa stretávajú so zavádzajúcimi nadpismi?

Odporúčame sa zamerať na médiá ako Refresher a Startitup, ktoré sú obzvlášť populárne medzi mladými. Sú to etablované médiá, ale často využívajú práve takéto zavádzajúce nadpisy.

Ďalšie zdroje:

Podobná, ale mierne náročnejšia, úloha bola použitá na OKM v súťažnom kole pre stredné školy - nájdete ju na strane 5 tohto [dokumentu](#).

Žiaci si môžu overiť svoje vedomosti v interaktívnom [kvíze](#) infomatu skrz svoje mobilné telefóny.

Zisti pôvod obrázkov

Prečítaj si nadpis článku a zhodnoť, ktoré z obrázkov sa k nemu hodia:

V tomto slovenskom meste behal po uliciach medved!

Nadpis článku je vymyslený pre účely tejto úlohy.

Obrázky je možné stiahnuť pre potreby zistenia správnych odpovedí.

? Čo platí o obrázku 1?



- a) obrázok je skutočný a hodí sa k nadpisu článku
- b) obrázok je skutočný, ale nehodí sa k nadpisu článku
- c) obrázok je fotomontáž
- d) obrázok je vytvorený umelou inteligenciou

✓ Správna odpoveď

- a) obrázok je skutočný a hodí sa k nadpisu článku

📖 Vysvetlenie:

Ide o skutočnú fotografiu medveďa z Liptovského Mikuláša z marca 2024, uvedenú v tlačovej agentúre [SITA](#).

Súťažiaci/súťažiace môžu buď využiť Google Lens (mobilná aplikácia), Google Search Images alebo TinEye (desktop) - všetky tieto nástroje dokážu jednoducho nájsť vizuálne zhody a tým overiť zdroj a pôvod obrázku. Úlohu možno vyriešiť aj

zadaním kľúčových slov do vyhľadávača (“medved”, “mesto”...), avšak to je o čosi pracnejšie.

? Čo platí o obrázku 2?



- a) obrázok je skutočný a hodí sa k nadpisu článku
- b) obrázok je skutočný, ale nehodí sa k nadpisu článku
- c) obrázok je fotomontáž
- d) obrázok je vytvorený umelou inteligenciou

✓ Správna odpoveď

b) obrázok je skutočný, ale nehodí sa k nadpisu článku

📖 Vysvetlenie:

Ide síce o skutočnú fotografiu, avšak nesedí do kontextu - v skutočnosti pochádza z roku 2019 z [USA](#). Je dôležité vedieť odhaľovať takéto manipulatívne zneužívanie obrázkov v nesprávnom kontexte, pretože sa tak často šíria nebezpečné dezinformácie. Obrázky si ľahko získajú našu pozornosť a ľahšie im uveríme, lebo máme pocit, že sme niečo videli “na vlastné oči”.

Pri riešení úlohy je možné buď využiť Google Lens (mobilná aplikácia), Google Search Images alebo TinEye (desktop) - všetky tieto nástroje dokážu jednoducho nájsť vizuálne zhody, a tým overiť zdroj a pôvod obrázku. Taktiež je možné zamerať sa na detaily v pozadí - napríklad ŠPZ auta nevyzerá, že je zo Slovenska, má iný tvar.

? Čo platí o obrázku 3?



- a) obrázok je skutočný a hodí sa k nadpisu článku
- b) obrázok je skutočný, ale nehodí sa k nadpisu článku
- c) obrázok je fotomontáž
- d) obrázok je vytvorený umelou inteligenciou



Správna odpoveď

- d) obrázok je vytvorený umelou inteligenciou



Vysvetlenie:

V tomto prípade ide o úplne falošný obrázok vygenerovaný autormi úlohy pomocou ChatGPT. Pri riešení úlohy je možné buď využiť Google Lens (mobilná aplikácia), Google Search Images alebo TinEye (desktop) – avšak žiadne vizuálne zhody by im to nevyhodí, keďže tento obrázok nebol verejne zdieľaný. To samo o sebe napovedá, že zdroj obrázku je pochybný.



Pre učiteľov:

Ďalšie zdroje:

Precvičte si so žiakmi/žiačkami schopnosť overovať obrázky a odhaľovať fotomontáže s pomocou nášho [interaktívneho kurzu](#)! Nájdete tam teóriu, vzdelávacie videá a aj kvíz na upevnenie zručností.


Zdroje:

- [SITA](#)
- [KCRA](#)

Over článok

Prečítaj si nasledujúci článok a odpovedz na otázky:

O tomto vitamíne sa málo hovorí, ale - ak ho nemáte, môžete aj vykrvárať!



16.10.2024 18:00
O tomto vitamíne sa málo hovorí, ale - ak ho nemáte, môžete aj vykrvárať!
vysetrenie.sk

? Článok spomína 4 príznaky nedostatku vitamínu K. Ktorý z príznakov je v článku spomínaný ako prvý?

✓ Správna odpoveď

Zvýšené krvácanie

📖 Vysvetlenie:

Cieľom tejto úlohy je upozorniť na „clickbait“ – spôsob, ako médiá lákajú čitateľov/čitateľky. Clickbait je pútavý, často senzáciový nadpis, ktorý láka na kliknutie, aj keď obsah článku nie je taký zaujímavý alebo hodnotný, ako sľubuje. Takéto nadpisy nielen vyvolávajú **falošnú zvedavosť**, ale často aj **zavádzajú a neodrážajú skutočný obsah** článku.

Súťažiaci/súťažiaca sa má pri riešení úlohy bližšie zamerať na konkrétnu časť článku (s podnadpisom „Ako sa prejavuje nedostatok vitamínu K?“), od ktorej sa odvíja clickbaitový nadpis článku a z nej vybrať len požadovaný prvý spomínaný príznak.

Nadpis článku upozorňuje, že pri nedostatku vitamínu K človek môže aj vykrvárať. V článku v odstavci o zvýšenom krvácaní potom spomína 4 možné prejavy neschopnosti tela správne zrážať krv.

? Ktorý zo spomínaných prejavov jednoznačne potvrdzuje nadpis článku?

- a) ľahko vznikajúce modriny
- b) krvácanie z nosa alebo ďasien
- c) dlhšie krvácanie po poranení
- d) u žien veľmi silné menštruácie
- e) ani jeden z uvedených prejavov



Správna odpoveď

e) ani jeden z uvedených prejavov



Vysvetlenie:

Pri riešení tejto úlohy musí žiacka/žiak prečítať obsah článku, porovnať ho s nadpisom článku a pochopiť, že ani jeden z uvedených príkladov **nepotvrdzuje tvrdenie v nadpise**.

Možnosti a) až d) popisujú rôzne zdravotné problémy, no ani v jednom prípade sa **nespomína priamo vykrvácanie** (čo je životohrožujúci stav).

Cieľom tejto úlohy je priamo poukázať na podstatu clickbaitu, a to, že **nadpis** tohto článku prezentujúci senzáciu **je zavádzajúci**.

? Vyhladaj, kto je autorom/autorkou článku a o aké zdroje sa článok opiera.



Správna odpoveď

kaja



Vysvetlenie:

Meno autora/autorky článku väčšina redakcií uvádza **pod nadpisom článku** (príp. pod titulným obrázkom k článku), najmä v tlači sa meno autora/autorky objavuje aj pod článkom.

Je dôležité, aby autori/autorky uvádzali svoje skutočné meno. Autor/autorka tak preberá zodpovednosť za obsah článku a neskrýva sa za prezývky.

Časté nesprávne odpovede boli “Zoznam”, čo je názov média, a “Getty Images”, čo je názov zdroja obrázku.

? Je možné dohľadať bližšie informácie o kvalifikácii autora/autorky článku?

- a) áno
- b) nie



Správna odpoveď

- b) nie



Vysvetlenie:

V článku je možné zistiť, že ide o autorku s pseudonymom “kaja” z redakcie Zoznamu. **Na informácie o profesionálnej kvalifikácii, vzdelaní či expertíze autorky článok neodkazuje.**

Ak redakcia pridá k menu autora/autorky odkaz na stránku s jeho/jej krátkym životopisom a e-mailovým kontaktom, môžeme si ľahšie **overiť, či má autor/autorka na tému článku potrebné odborné vedomosti**. Ak by sme mali nejaké otázky alebo niečo nebolo jasné, môžeme mu/jej napísať e-mail priamo.

Prečo je problém, keď chýbajú informácie o autorovi/autorke? Lebo si potom nevieme overiť, či má dostatočné vzdelanie a skúsenosti, či je odborník/odborníčka na danú tému. Koniec-koncov ide o to, či autorovi/autorke môžeme dôverovať.

? Je možné v článku dohľadať konkrétne zdroje, z ktorých autor/autorka čerpal/čerpala?

- a) áno
- b) nie



Správna odpoveď

- b) nie



Vysvetlenie:

V článku sa autorka **neodkazuje na žiadne konkrétne zdroje** - nespomína ich ani v jednotlivých odstavcoch v texte článku, ani pod článkom ako zoznam použitej literatúry.

Keď autor/autorka uvedie zdroje, z ktorých čerpal/a, je to užitočné - ak si chceme o téme prečítať viac, a zároveň to **zvyšuje aj dôveryhodnosť článku**. Ak v článku nie sú uvedené žiadne zdroje, mali by sme byť skeptickí a sami si overiť, či sú nové informácie pravdivé.

Najmä v oblasti zdravotníctva, kde môže ísť niekedy doslova o život, je mať vysoké nároky na zdroje informácií v článku nevyhnutné.



Pre učiteľov:

Clickbait je častým marketingovým prvom nielen médií, ktoré sa snažia získať si nové kliknutia na svoje články, ale aj platených reklamných kampaní, ktoré sa snažia prilákať potenciálnych zákazníkov/zákazníčky na svoje webstránky. Diskutujte preto so žiakmi/žiačkami, aby clickbait dokázali v praxi čo najjednoduchšie identifikovať.

Otázky na diskusiu: Diskutujte so žiačkami/žiakmi o ich skúsenostiach, kedy sa stretli s clickbaitovým obsahom. Tipy na otázky do diskusie:

- Stretli ste sa s tým, že po prečítaní článku s clickbaitovým nadpisom ste sklamané nenašli očakávané odpovede?
- Ktoré témy sú najčastejším terčom pre clickbaitový nadpis/reklamný banner?
- Dokážete už po prečítaní nadpisu vyhodnotiť, či ide o clickbaitový obsah? Ak áno, ako?
- V čom je clickbait nebezpečný?

Podnet na aktivitu: Vyzvite žiakov/žiačky, aby si jeden týždeň zaznamenávali všetky clickbaitové nadpisy či reklamy, s ktorými prišli do kontaktu. Po týždni ich vyzvite, aby odprezentovali výsledky svojho pozorovania a diskutujte s nimi, čo ich počas týždňa prekvapilo. Tipy na otázky do diskusie:

- Očakávali ste viac alebo menej clickbaitových nadpisov/reklám?
- Podľa čoho ste vedeli, že ide o clickbait?
- Ktorý clickbaitový nadpis vám prišiel "najefektívnejší" (mali ste problém ho po prvom prečítaní "prekuknúť")?
- Podarilo sa vám všetky clickbaity odhaliť už po prvom prečítaní?

Pojmy - mediálna gramotnosť

Nasledovné termíny priradiť k definíciám: Satira, dezinformácia, Falošné správy, hoax, misinformácia

1. _____ sú zámerne vytvorené nepravdivé informácie, ktorých cieľom je klamať alebo manipulovať.
2. _____ sú nesprávne alebo neúplné informácie, ktoré sú šírené omylom, nie s úmyslom škodiť.
3. _____ sú nepravdivé informácie, ktorá sa šíri virálne, často cez sociálne siete.
4. _____ je forma humoru, ktorá využíva prehnané alebo vymyslené situácie na kritiku spoločenských a politických tém.
5. _____ sú nepravdivé alebo skreslené informácie, ktoré sa tvária ako dôveryhodné spravodajstvo.



Správna odpoveď

1. Dezinformácie
2. Misinformácie
3. Hoaxy
4. Satira
5. Falošné správy



Vysvetlenie:

Úloha sa zameriava na mediálnu gramotnosť, čo znamená schopnosť správne rozpoznať a porozumieť informáciám v médiách a na internete. Správnym priradením termínov k definíciám si žiaci/žiačky precvičujú schopnosť odlišovať rôzne druhy nepravdivých alebo zavádzajúcich informácií.

Táto úloha má za cieľ naučiť žiakov/žiačky rozlišovať medzi rôznymi druhmi nepravdivých správ a chápať, že **nie každá nepresná informácia je šírená s cieľom škodiť** - niekedy ide len o chybu alebo neúmyselné šírenie nesprávnych informácií.

Pozri si nasledujúce príspevky na sociálnych sieťach a urči, ktorý pojem sa najviac hodí na daný príspevok.



Ktorý pojem najlepšie vystihuje tento príspevok?



- A) Hoax
- B) Falošná správa
- C) Satira
- D) Pravdivá správa



Správna odpoveď

- A) Hoax



Vysvetlenie:

Tento príspevok je príkladom hoaxu, čo znamená nepravdivé alebo zavádzajúce tvrdenie, ktoré sa často šíri virálne po internete a sociálnych sieťach. Príspevok zobrazený na obrázku obsahuje nepravdivé a dávno vyvrátené o Rómoch a o tom, že nemusia platiť za lieky. Navyše, priamo navádza na šírenie tejto nepravdivéj a emocionálne nabitej správy. To, že ide o hoax, dokážeme rozoznať aj vďaka tomu, že tento príspevok sa virálne šíril na sociálnej sieti (Facebooku). V dolnom rohu obrázku si môžeme všimnúť, že príspevok bol zdieľaný 36-tisíckrát.

? Ktorý pojem najlepšie vystihuje tento príspevok?



Katka Krížanová



74 likes

Katka Krížanová OMG, moja obľúbená speváčka podporila môjho obľúbeného hokejistu! To je aké milé, veľmi ma to potešilo #slafkovsky #swiftie

[View all 7 comments](#)

včera

- A) Falošné správy
- B) Dezinformácia
- C) Misinformácia
- D) Pravdivá správa



Správna odpoveď

C) Misinformácia



Vysvetlenie:

Tento príspevok obsahuje nesprávne informácie, ktoré však boli pravdepodobne šírené bez zlého úmyslu. Ide o fiktívny prípad, kedy niekto zdieľa správu o tom, že známa americká speváčka Taylor Swift je fanúšičkou mladého slovenského hokejistu. Nadšenie z tejto správy a uveriteľnosť fotografie, ktorá je v skutočnosti upravená fotošopom, vyvolali silnú odozvu a viedli k šíreniu tejto správy. Cieľom však nebolo nikomu uškodiť a cielene šíriť nepravdivú informáciu. Z tohto dôvodu ide o misinformáciu. Na rozdiel od dezinformácie, ktorá je zámerne vytvorená na manipuláciu alebo klamanie, misinformácia vzniká ako omyl alebo z nedostatku správnych informácií.

? Ktorý pojem najlepšie vystihuje tento príspevok?



spravny.rtv.sk



Liked by [redacted] and others

spravny.rtv.sk Súčasný americký prezident Joe Biden je skúsenejší a predvídateľnejší ako jeho predchodca Donald Trump, povedal v rozhovore šéf Kremľa Vladimir Putin podľa agentúry TASS.

Na otázku, kto by bol na čele Spojených štátov pre Rusko lepší, Putin odvetil, že Biden. Moskva je podľa slov ruskej hlavy štátu pripravená spolupracovať s kýmkoľvek, koho si Američania túto jeseň do Bieleho domu zvolia.

„Je to skúsenejší, predvídateľnejší človek, je to politik starej formácie,“ povedal na adresu súčasného demokratického prezidenta USA Bidena šéf Kremľa v rozhovore s novinárom kanála Rossija-1 Pavlom Zarubinom.

- A) Falošné správy
- B) Pravdivá správa
- C) Hoax
- D) Dezinformácia



Správna odpoveď

B) Pravdivá správa

 **Vysvetlenie:**

Napriek tomu, že príspevok na prvý pohľad môže pôsobiť ako nepravdivá informácia, v skutočnosti ide o reálnu [správu](#) zo Slovenskej televízie a rozhlasu. Pod hlavným príspevkom, ktorého cieľom je zaujať pozornosť diváka, je napísané vysvetlenie, vďaka ktorému už daná správa dáva oveľa väčší zmysel.

Úloha poukazuje na to, že nie každá informácia, ktorú nájdeme na internete a na prvý pohľad vyzerá nepravdivo, je v skutočnosti hoax. Zároveň, táto úloha je príkladom toho, prečo je dôležité nečítať iba nadpisy.

 **Ktorý pojem najlepšie vystihuje tento príspevok?**



[\(link na video\)](#)

- A) Falošné správy
- B) Misinformácia
- C) Satira
- D) Dezinformácia

 **Správna odpoveď**

- D) Dezinformácia



Vysvetlenie:

Ide o falošné video vytvorené s pomocou umelej inteligencie, tzv. “[deepfake](#)”. Je na ňom zobrazený prezident Slovenskej republiky, ktorý vyzýva ľudí na to, aby investovali 250 eur do ropných spoločností. Hlas prezidenta je vygenerovaný umelou inteligenciou, takže znie veľmi presvedčovo. Avšak nie je to skutočné video, cieľom je uškodiť – obráť dôverčivých ľudí o peniaze. Preto môžeme hovoriť o dezinformácii.



Pre učiteľov:

Návrh na aktivitu:

Rozdeľte žiakov do 4-5 skupín. Každéj skupine dajte kartičky alebo výtlačky mediálnych obsahov, napr. výňatky z článkov, príspevky zo sociálnych sietí, memy, správy z bulvárnych médií. Obsahy by mali zahŕňať:

- Zjavne humorné satirické články/príspevky.
- Falošné správy s upravenými faktami.
- Virality šíriace hoaxy.
- Nesprávne informácie, ktoré však neboli úmyselné.
- Zámerne manipulatívne dezinformácie.

Môžete na to využiť aj [materiály](#) použité v predošlých ročníkoch OKM.

Úloha žiakov je:

- Identifikovať, o aký typ obsahu ide.
- Diskutovať v skupine, na základe čoho sa rozhodli (napr. tón obsahu, jazyk, zdroj informácie).

Následne každá skupina krátko predstaví, ako klasifikovala svoje kartičky a vysvetlí svoje rozhodnutie. Ostatné skupiny môžu reagovať alebo klásť otázky. Vedte diskusiu a objasňuje prípadné nejasnosti.

Záver a reflexia:

Zosumarizujte kľúčové body diskusie:

- Ako rozlíšiť jednotlivé typy obsahu?
- Prečo je dôležité kriticky pristupovať k informáciám v médiách?
- Aké techniky môžeme používať na overovanie pravdivosti informácií?

Zdroje:

- [AFP článok - lieky](#)
- [Mediaklik článok - Slafkovsky](#)
- [STVR článok - Putin](#)
- [Video - deepfake Pellegrini](#)

Kauzalita a korelácia

V tejto úlohe sa naučíš, prečo "korelácia nie je hneď aj kauzalitou" a najmä, čo tieto dva pojmy znamenajú.

Na úvod trochu teórie:

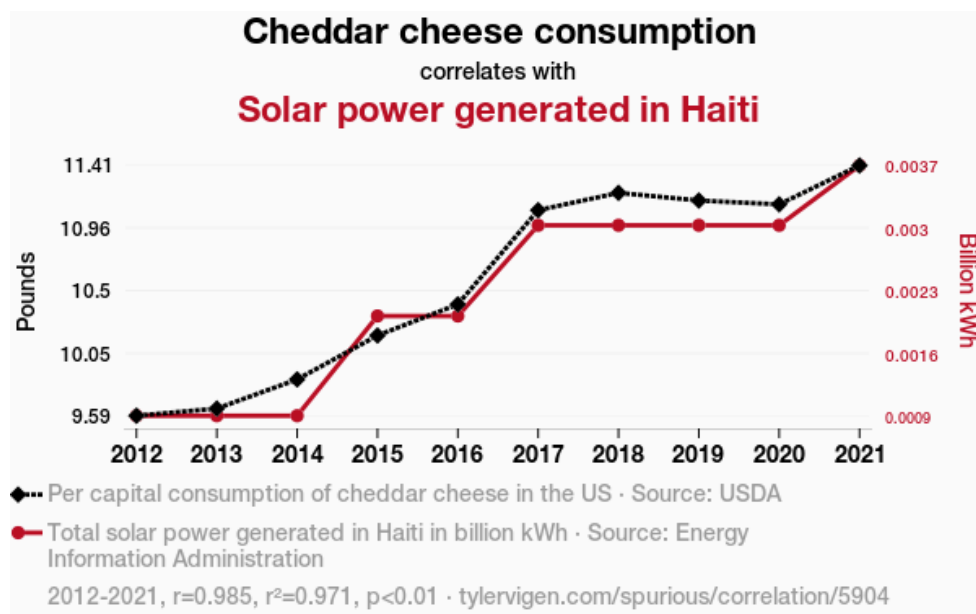
Kauzalita je vzťah medzi dvoma javmi, kde jeden jav (príčina) spôsobuje druhý jav (dôsledok). Napríklad, keď stlačíme vypínač, zapne sa svetlo – tu je jasná príčina (stlačenie vypínača) a dôsledok (rozsvietenie svetla). Kauzalita znamená, že jeden jav priamo ovplyvňuje druhý.

Korelácia znamená, že medzi dvoma javmi existuje súvislosť, ale neznamená to, že jeden spôsobuje druhý. Korelácia hovorí len o tom, že sa dva javy často vyskytujú spolu, ale nemusia byť priamo prepojené. Napríklad, ak zistíme, že čím viac zmrzliny ľudia jedia, tým viac ľudí chodí na kúpalisko, existuje tu korelácia – tieto dva javy sa vyskytujú spolu, no jeden druhý nespôsobuje. Skutočný dôvod, prečo sa oba javy dejú súčasne, je teplé počasie, ktoré spôsobuje chuť na zmrzlinu aj túžbu ísť na kúpalisko.

Jednoducho povedané, **kauzalita je o príčine a následku**, zatiaľ čo **korelácia je o tom, že sa dva javy dejú spolu, no nemusia byť priamo prepojené**.

Príklad 1: Syr a slnečná energia

Graf ukazuje vývoj dvoch javov: spotrebu syra čedar (čiernou) a tvorbu solárnej energie na Haiti (červenou).



Preštuduj si graf a na základe toho urči, ktoré tvrdenia sú pravdivé.
Môže byť viac než 1 pravdivé tvrdenie.

- Ak by rozdiely medzi javmi v roku 2014, 2018 a 2019 neboli tak veľké, išlo by o kauzalitu.
- Graf je príkladom korelácie.
- Vývoj oboch javov spolu koreluje, no nie je zjavná logická príčina, ktorá by ich kauzálne spájala.
- Spotreba čedaru nedokáže ovplyvniť výrobu energie zo solárnych zdrojov na Haiti.



Správna odpoveď

- Graf je príkladom korelácie.
- Vývoj oboch javov spolu koreluje, no nie je zjavná logická príčina, ktorá by ich kauzálne spájala.
- Spotreba čedaru nedokáže ovplyvniť výrobu energie zo solárnych zdrojov na Haiti.



Vysvetlenie:

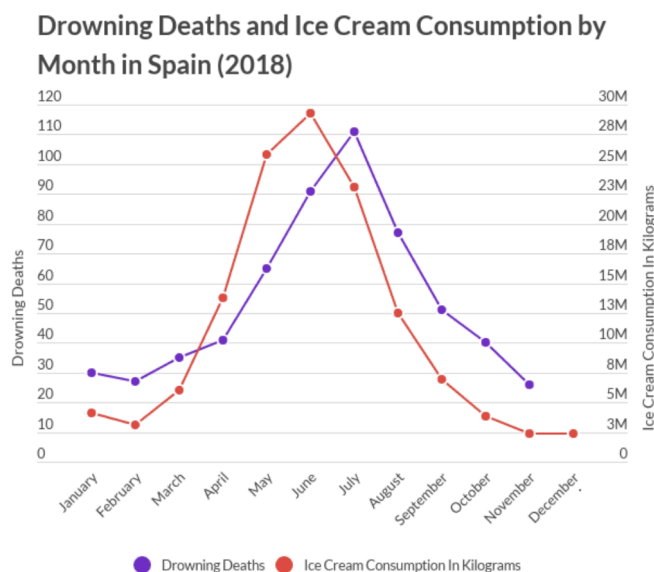
Jedinou nepravdivou je možnosť a), pretože ani pri 100% zhode vyobrazených hodnôt by sa **tieto dva javy navzájom nezapríčiňovali**. Ide totiž o náhodu.

To, že sa tieto javy navzájom nezapríčiňujú, zároveň znamená, že ide o koreláciu, teda možnosť b) je pravdivá.

Možnosti c) a d) sú pravdivé, pretože oba javy (spotrebu syra a tvorbu solárnej energie) **neprepája žiadna zjavná logická príčina**.

Príklad 2: Zmrzlina v Španielsku

Graf ukazuje mesačný vývoj dvoch javov v Španielsku v roku 2018: úmrtia utopením (fialovou) a spotrebu zmrzliny (oranžovou).



Statista (2020)

? Preštuduj si graf a na základe toho urči, ktoré tvrdenia sú pravdivé. Môže byť viac než 1 pravdivé tvrdenie.

- a) Graf je príkladom kauzality.
- b) K tomu, aby sme mohli s určitosťou povedať, že ide o koreláciu, nemáme dostatok informácií.
- c) Vysoká spotreba zmrzliny v júni 2018 je príčinou zvýšenia počtu tragicky utopených v mesiaci júl 2018.
- d) Graf neobsahuje konkrétne prepojenia zobrazených javov, preto ide o koreláciu.



Správna odpoveď

d) Graf neobsahuje konkrétne prepojenia zobrazených javov, preto ide o koreláciu.

Vysvetlenie:

Jediná pravdivá je možnosť d) – keďže spotreba zmrzliny **nezapríčiňuje** počet úmrtí utopením, ide naozaj **o koreláciu, nie kauzalitu**. Z toho istého dôvodu sú možnosti a) a c) nepravdivé.

Graf jasne zobrazuje vývoj **dvoch odlišných javov**, medzi ktorými **existuje súvislosť**, preto je možné určiť, že ide o koreláciu a možnosť b) je preto nepravdivá.

? Najvyššie hodnoty oboch javov sú podľa grafu v letných mesiacoch. Čo môže byť dôvodom, že oba javy dosahujú maximum práve v tomto období?

- a) V lete je najvyššia spotreba zmrzliny, pri ktorej konzumácii je zvýšené riziko utopenia.
- b) Skrytou príčinou je teplé počasie, lebo vtedy sa konzumuje najviac zmrzliny a aj chodí najčastejšie potápať.
- c) Je to náhoda.



Správna odpoveď

b) Skrytou príčinou je teplé počasie, lebo vtedy sa konzumuje najviac zmrzliny a aj chodí najčastejšie potápať.



Vysvetlenie:

Správna odpoveď je možnosť b), pretože **jedenie zmrzliny aj potápanie sú aktivity, ktoré sa najčastejšie dejú v lete, keď je horúco**. Vysoké teploty sú teda skrytou príčinou tejto korelácie. Možnosť a) nedáva zmysel, pretože jedenie zmrzliny nijako nezvyšuje riziko utopenia. Možnosť c) je tiež nesprávna, pretože tu vieme určiť skrytú príčinu tejto korelácie – teplé počasie.

Príklad 3 - fajčenie a rakovina pľúc

Text nižšie sa zameriava na dva javy: vplyv fajčenia tabaku na ľudské telo a mieru rizika vzniku rakoviny pľúc.

Pravdepodobnosť, že ľudia, ktorí fajčia cigarety, dostanú rakovinu pľúc alebo na ňu zomrú, je 15 až 30-krát vyššia ako u nefajčiarov. Dokonca aj fajčenie niekoľkých cigariet denne alebo príležitostné fajčenie zvyšuje riziko vzniku rakoviny pľúc. Čím viac rokov človek fajčí a čím viac cigariet denne vyfajčí, tým viac sa riziko zvyšuje.



Na základe prečítaného textu urči, ktoré tvrdenia sú pravdivé. Môže byť viac než 1 pravdivé tvrdenie.

- a) Text nie je príkladom kauzality.
- b) Následkom vzniku rakoviny pľúc je fajčenie.
- c) Fajčenie tabaku je možnou príčinou vzniku rakoviny pľúc.
- d) Fajčiari trpia častejšie na rakovinu pľúc ako nefajčiari, čo je následkom ich zvyku fajčiť.



Správna odpoveď

- c) Fajčenie tabaku je možnou príčinou vzniku rakoviny pľúc.
- d) Fajčiari trpia častejšie na rakovinu pľúc ako nefajčiari, čo je následkom ich zvyku fajčiť.



Vysvetlenie:

Text popisuje dva javy (fajčenie a výskyt rakoviny pľúc), ktoré **na seba priamo nadväzujú** – ide teda o príklad **kauzality**, a preto je možnosť a) nepravdivá.

Z textu vyplýva, že nadväznosť javov v možnosti b) **je opačná** - následkom fajčenia je vznik rakoviny pľúc, a teda možnosť b) je tiež nepravdivá. Možnosti c) a d) správne **poukazujú na kauzálnu nadväznosť** v texte spomínaných dvoch javov, a preto sú obe pravdivé.



Pre učiteľov:

Koncepty korelácie a kauzality sú zložité aj pre vysokoškolsky vzdelaných ľudí. Je v poriadku, ak sa žiaci/žiačky s touto úlohou trápili, išlo o jednu z najťažších v teste. Preto ponúkame návrh na cvičenie, v ktorom si žiaci/žiačky môžu upevniť svoje vedomosti:

Cieľom tohto cvičenia je zábavnou formou ukotviť v žiakoch/žiačkach princíp korelácie a kauzality, aby v budúcnosti boli obozretnejší pri jej identifikácii v reálnom živote.

Rozdelte žiakov/žiačky do skupín po 2-3. Nasmerujte ich na [stránku s kurióznymi koreláciami](#) a nechajte ich, aby sa zamerali na jednu ľubovoľnú podľa vlastného výberu. Nechajte žiakom/žiačkam 5-8 minút na to, aby spoločne vymysleli "možné" nezmyselné vtipné prepojenie dvoch javov z vybranej korelácie. Následne nechajte skupiny odprezentovať vymyslené prepojenia.

Následne aktivitu uzavrite zhrnutím, prečo je dôležité zamyslieť sa nad koreláciou/kauzalitou aj v bežnom živote, aby sme sa pri vážnejších témach nestali obeťou klamlivého manipulatívneho výkladu prepojenia dvoch na prvý pohľad korelujúcich javov.

Týmto cvičením sa žiaci/žiačky naučia, že **korelácia neznamená kauzalitu, pokiaľ neexistuje dôveryhodné vysvetlenie príčinnno-následkového vzťahu**. Zároveň v praxi pochopia, ako sa dá manipulovať s dátami a vďaka tomu, že si to aj vyskúšajú, to ľahšie zvládnu odhaliť v budúcnosti.

Zdroje:

- [Graf 1 - čedar a solárna energia](#)
- [Graf 2 - zmrzlina a leto](#)
- [Text - fajčenie](#)

Podprahová reklama



Obrázok vyššie zachytáva scénu z populárneho seriálu *Stranger Things*, kde hlavná postava sedí za stolom a myslou hýbe plechovku Coca-Coly.

? Prečo tvorcovia seriálu umiestnili plechovku Coca-Coly do scény?

- a) Pretože tvorcovia seriálu chceli, aby sa diváci zamysleli nad dopadmi Coca-Coly na zdravie.
- b) Pretože Coca-Cola je najobľúbenejší nápoj herečky.
- c) Pretože Coca-Cola zaplatila za to, aby sa jej produkty objavovali v seriáli.
- d) Ide o náhodu, žiadny skrytý účel za tým nie je.



Správna odpoveď

- c) Pretože Coca-Cola zaplatila za to, aby sa jej produkty objavovali v seriáli.



Vysvetlenie:

Správna odpoveď je c): Coca-Cola zaplatila za to, aby sa jej produkty objavovali v seriáli. Toto sa nazýva "**product placement**" alebo "umiestňovanie produktu." Tvorcovia filmov a seriálov často umožňujú spoločnostiam zaplatiť za to, aby sa ich produkty objavili v konkrétnych scénach.

V tomto prípade scéna zo "Stranger Things," kde postava pohybuje plechovkou Coca-Coly, nie je náhodná - Coca-Cola zaplatila za to, aby sa jej produkt dostal na obrazovku a zaujal pozornosť divákov. To pomáha zvyšovať povedomie o značke a podporuje predaj, pretože diváci si produkt môžu všimnúť a zapamätať.



Aký vplyv môže mať opakované videnie takýchto scén na divákovo správanie?

- a) Divák si podvedome začne produkty spájať s pozitívnymi sociálnymi situáciami, čo môže ovplyvniť ako sa rozhodne pri nakupovaní.
- b) Divák si vybuduje voči značke odolnosť a bude ju ignorovať.
- c) Divák si produkty všimne, ale nebudú ho zaujímať, keďže nejde o priamu reklamu.
- d) Scény nemajú žiadny vplyv, keďže divák nerozumie tomu ako funguje reklamné umiestňovanie produktov do seriálových scén.



Správna odpoveď

- a) Divák si podvedome začne produkty spájať s pozitívnymi sociálnymi situáciami, čo môže ovplyvniť ako sa rozhodne pri nakupovaní.



Vysvetlenie:

Opakované zobrazovanie produktov ako je Coca-Cola v populárnych seriáloch alebo filmoch môže mať významný vplyv na správanie divákov. Keď divák často vidí určitý produkt v zábavnom a príjemnom kontexte ako je obľúbený seriál alebo scéna s hrdinom, tento produkt si podvedome spojí s pozitívnymi emóciami a situáciami. Týmto spôsobom si buduje voči produktu pozitívne podvedomé asociácie, čo môže ovplyvniť jeho rozhodnutia pri nákupe.

Reklamné umiestňovanie produktov je menej rušivé než priama reklama a často si ho divák ani neuvedomuje. Pôsobí cez opakovanie, pozitívne asociácie a podprahové vnímanie. Úloha učí žiakov/žiačky chápať, ako opakované vystavovanie ovplyvňuje ich vnímanie a správanie, a pomáha kriticky hodnotiť vplyv reklamy na podvedomie.



Pre učiteľov:

Podprahová reklama je spôsob reklamy, ktorý využíva nenápadné alebo skryté odkazy, ktoré si divák vedome nemusí všimnúť, ale ktoré môžu ovplyvniť jeho podvedomie. Takéto reklamy sa často objavujú v médiách, napríklad vo filmoch, seriáloch alebo hudobných videách, kde produkty nenápadne figurujú ako súčasť scény (napr. nápoj na stole hlavnej postavy).

Deti a mladí ľudia sú často vystavení podprahovým reklamám bez toho, aby si uvedomovali ich vplyv. Je preto nesmierne dôležité na túto tému diskutovať, naučiť sa rozpoznávať marketingové techniky a uvedomiť si, ako tieto reklamy môžu

ovplyvňovať rozhodovanie a návyky. Zvyšovanie mediálnej gramotnosti študentom pomáha stať sa odolnejšími voči manipulácii.

Otázky na diskusiu:

Na začiatok rozprúďte medzi žiakmi diskusiu na tému podprahovej reklamy. Diskutujte o ich skúsenostiach a poznatkoch.

Možné otázky:

- *Čo je podprahová reklama?*
- *Kde všade sa s ňou môžeme stretnúť?*
- *Viete si spomenúť na príklad/situáciu, kde ste sa stretli s podprahovou reklamou?*
- *Myslíte si, že je jednoduché alebo zložité odhaliť podprahovú reklamu?*
- *Myslíte si, že podprahová reklama je efektívna? Prečo áno alebo nie?*

Návrh na aktivitu:

Vyzvite študentov, aby si týždeň pozorne všímali svoje okolie, najmä médiá a aby si zaznamenávali, kde všade sa stretli s podprahovou reklamou.

Počas hodiny potom položte otázku: *Kde všade a ako často počas týždňa ste sa stretli s podprahovou reklamou?*

Na tabuľu zapisujte odpovede žiakov, napr. televízia, filmy, sociálne siete, športové zápasy, videohry. Môžete tiež doplniť príklady z podprahových reklám, napr. produkty na pozadí scény alebo značky, ktoré používajú postavy vo filmoch.

Následne rozdeľte študentov do menších skupín (4-5) a povzbudte ich, aby medzi sebou zdieľali konkrétne príklady podprahovej reklamy, s ktorými sa počas týždňa stretli.

V skupinách tiež študenti môžu odpovedať na otázky:

- *Ako ste si všimli, že išlo o podprahovú reklamu? Bolo to zrejmé alebo ste si to uvedomili až po zamyslení?*
- *Aký dojem na vás reklama zanechala? Ovplyvnila vaše vnímanie značky alebo produktu?*
- *Ktoré médiá podľa vás najčastejšie využívajú podprahovú reklamu? (napr. filmy, videohry, sociálne siete)*
- *Ako by sa mohol divák brániť voči nevedomému vplyvu podprahovej reklamy?*
- *Myslíte si, že reklama, ktorú ste si všimli, bola zameraná špecificky na vašu vekovú skupinu? Ak áno, akým spôsobom?*

Reflexia a záver

Uzavrite aktivitu otázkou:

„Čo ste sa dnes naučili o reklame a ako sa dá kriticky pristupovať k tomu, čo vidíme v médiách?“

Zdôraznite potrebu byť informovanými a uvedomelými spotrebiteľmi.

Časti argumentu - spájačka

V tejto úlohe sa naučíš, aké sú tri časti silného a presvedčivého argumentu.

Argument je súbor myšlienok, ktoré používame na to, aby sme presvedčili niekoho o niečom alebo mu ukázali svoj názor.

V Slovenskej debatnej asociácii učíme, že argument sa skladá z troch častí:

1. **Tvrdenie** - jednoduchá hlavná myšlienka argumentu. Zvyčajne je to krátka a jasná veta, ktorá hovorí, čo sa argument snaží dokázať.
2. **Vysvetlenie** - najdlhšia časť argumentu, ktorá vysvetľuje, ako a prečo tvrdenie platí. Popisuje, ako jednotlivé fakty a udalosti spolu súvisia. Vysvetlenie odpovedá na otázku "Prečo?" a pomáha pochopiť logiku argumentu.
3. **Dôkaz** - ukazuje, že vysvetlenie je pravdivé aj v reálnom svete. Podporuje argument faktami, dátami alebo príkladmi z reality.



Prečítaj si časti argumentu o tom, že školské uniformy by mali byť povinné, a zorad' ich do správneho poradia:

Tvrdenie	Žiaci sú často povrchní a vedia sa posmievať spolužiakom za veci, ktoré nevedia ovplyvniť, ako napríklad oblečenie. Chudobnejšie deti si nemôžu dovoliť drahé veci, a preto sú často terčom šikany. Školské uniformy by tento problém vyriešili, pretože by všetci mali rovnaké oblečenie, čím by zmizol jeden z hlavných dôvodov šikany.
Vysvetlenie	Alison Bodine z Texaskej univerzity v roku 2003 vydala výskum, v ktorom zistila, že po zavedení povinných uniforiem takmer všetci žiaci tvrdili, že ich najväčšou výhodou je menej vysmievania. Tvrdili to dokonca aj tí, ktorí boli proti povinným uniformám!
Dôkaz	Mali by byť zavedené školské uniformy, lebo sa tým predíde šikane medzi žiakmi.



Správna odpoveď

Tvrdenie: Mali by byť zavedené školské uniformy, lebo sa tým predíde šikane medzi žiakmi.

Vysvetlenie: Žiaci sú často povrchní a vedia sa posmievať spolužiakom za veci, ktoré nevedia ovplyvniť, ako napríklad oblečenie. Chudobnejšie deti si nemôžu dovoliť drahé veci, a preto sú často terčom šikany. Školské uniformy by tento

problém vyriešili, pretože by všetci mali rovnaké oblečenie, čím by zmizol jeden z hlavných dôvodov šikany.

Dôkaz: Alison Bodine z Texaskej univerzity v roku 2003 vydala výskum, v ktorom zistila, že po zavedení povinných uniforiem takmer všetci žiaci tvrdili, že ich najväčšou výhodou je menej vysmievania. Tvrdili to dokonca aj tí, ktorí boli proti povinným uniformám!



Vysvetlenie:

Cieľom úlohy je naučiť súťažiacich/súťažiace aké sú časti argumentu a ako vyzerajú v praxi. Tvrdenie je vždy prvé, krátke, výstižne popisuje pointu - uniformy predídu šikane. Vysvetlenie je dlhšie a rozoberá argument krok za krokom. Dôkaz sa odkazuje na konkrétnu informáciu, v tomto prípade [štúdiu](#).



Pre učiteľov:

Návrh na aktivitu:

Zadajte žiačkam/žiakom, aby vyskúšali reagovať na takýto argument. Nájdu niekde vo vysvetlení chybu?

Môžete im pomôcť týmito otázkami:

- Naozaj sa deti šikanujú kvôli oblečeniu?
- Sú lepšie spôsoby, akými sa dá predchádzať šikane bez toho, aby sme zasahovali do slobody žiakov?
- Akú rolu v predchádzaní šikany hrá sila kolektívu a láskavá atmosféra v triede?

Ďalšie zdroje:

Na našej stránke okm.sk nájdete sériu kurzov, jeden z nich je zameraný na [argumentáciu](#) a druhý na [reagovanie na argumenty](#).

Napiš vlastný argument

 **Napiš vlastný argument na túto tému:**

Mobilné telefóny by mali byť na základných školách zakázané.

Pravidlá písania argumentu:

- Môžeš si vybrať, či s danou témou súhlasíš alebo nesúhlasíš.
- Argument by mal obsahovať tvrdenie, vysvetlenie a dôkaz.
- Zameraj sa na jednu myšlienku a tú rozvi do hĺbky. Neodporúčame miešať v jednom argumente veľa rôznych myšlienok.
- Pri dôkaze uveď zdroj svojej informácie (stačí link).
- Argument by mal mať maximálne 200 slov.
- Argument musíš napísať samostatne, je zakázané kopírovať text z iných stránok alebo z ChatGPT.



Správna odpoveď

V tomto prípade neexistuje jedna správna odpoveď. Súťažiaci/súťažiaca si mohli vybrať pozíciu za alebo proti, a následne mohli poňať tému z rôznych argumentačných perspektív.

Súťažiaci, ktorí **súhlasili** s témou, sa mohli zamerať napríklad na tieto argumenty:

- Dopad mobilných telefónov na školský výkon žiakov, napr. znížená schopnosť sústrediť sa na hodinách.
- Dopad mobilných telefónov na mentálne zdravie žiakov, napríklad závislosť na sociálnych sieťach.
- Dopad mobilných telefónov na medziludské vzťahy, napríklad že cez prestávky sa žiaci menej medzi sebou rozprávajú.

Súťažiaci, ktorí **nesúhlasili** s témou, sa mohli zamerať napríklad na tieto argumenty:

- Zákazy nie sú dobré riešenie, lebo potom sa žiaci nenaučia pracovať s mobilnými telefónmi zodpovedne.
- Ide o zásah do slobody žiakov - je ich rozhodnutie, či a ako budú mobilné telefóny používať.
- Ak si žiaci nemôžu celý deň skontrolovať upozornenia a sociálne siete, budú na to stále myslieť a nebudú sa vedieť sústrediť na učivo.
- Žiaci budú neradi chodiť do školy.



Hodnotenie:

Kategória	Body	Detailnejšie kritériá hodnotenia
Tvrdenie	0-1 b	Má argument jasne stanovené tvrdenie na začiatku?
Vysvetlenie	0-3 b	<p>Má argument vysvetlenie, alebo zostáva na rovine tvrdenia?</p> <p>Nadväzuje vysvetlenie na tvrdenie? Existuje jasná spojitosť medzi tvrdením a vysvetlením?</p> <p>Ako rozsiahle je toto vysvetlenie? Sú všetky kroky v príčinnno-výsledkovom reťazci dostatočne vysvetlené? Nachádzajú sa v argumente logické skoky a diery vo vysvetlení?</p> <p>Nachádzajú sa v argumente kontradikcie (protirečenia)?</p> <p>Nachádzajú sa v argumente logické chyby?</p>
Dôkaz	0-2 b	<p>Nachádza sa v argumente dôkaz?</p> <p>Podporuje tento dôkaz vysvetlenie? Existuje link medzi vysvetlením a dôkazom?</p> <p>Je dôkaz dostatočne vysvetlený a pochopiteľný?</p> <p>Je uvedený zdroj dôkazu?</p> <p>Je tento zdroj dôveryhodný?</p>
Stratégia	0-3b	<p>Súvisí tento argument s témou?</p> <p>Je to jeden z kľúčových argumentov alebo ide skôr o okrajový a menej dôležitý bod?</p>

Štýl	0-1b	(Gramatické chyby a preklepy nehodnotíme, pokiaľ je text čitateľný.) Je po prvom prečítaní jasné, čo sa autor snažil povedať? Pomáha štýl a výber slov obsahu argumentu, alebo mu skôr škodí? Číta sa argument príjemne? Aký dojem zanechal argument po prečítaní?
Rozsah	0-1b	Držal sa argument rozsahu max. 200 slov?



Pre učiteľov:

Návrh na aktivitu:

Dajte žiakom/žiačkom za úlohu vytvoriť čo najpresvedčivejší argument, ale **na opačnú stranu**, ako tvorili predtým. Môže to byť pre nich zo začiatku veľmi náročné, totiž nie sme zvyknutí rozmýšľať nad argumentami, s ktorými nesúhlasíme. Avšak spočíva v tom veľká didaktická hodnota - žiaci/žiačky zväžia aj druhú perspektívu a vedie ich to k tolerancii odlišných názorov a schopnosti diskutovať.

Ďalšie zdroje:

My v Slovenskej debatnej asociácii veríme, že argumentácia je najlepší spôsob, akým si môžeme vybudovať kritické a analytické myslenie, a taktiež schopnosť vyjadrovať svoje myšlienky. Ak žiakov/žiačky baví argumentácia, odporúčame ich zapojiť do iného programu SDA - [juniorskej debatnej ligy](#).

Otázky, pripomienky, sťažnosti

V Slovenskej debatnej asociácii chceme, aby bola Olympiáda kritického myslenia spravodlivá a transparentná súťaž. Preto sme poskytli detailný a exaktný popis procesu bodovania všetkým účastníkom a účastníčkam.

V prípade, že s niečím nesúhlasíte, máte sťažnosť alebo sa len chcete na niečo opýtať, neváhajte nás kontaktovať: okm@sda.sk