



Riešenia úloh

**celoštátne kolo 25/26
ZŠ (3. kategória)**

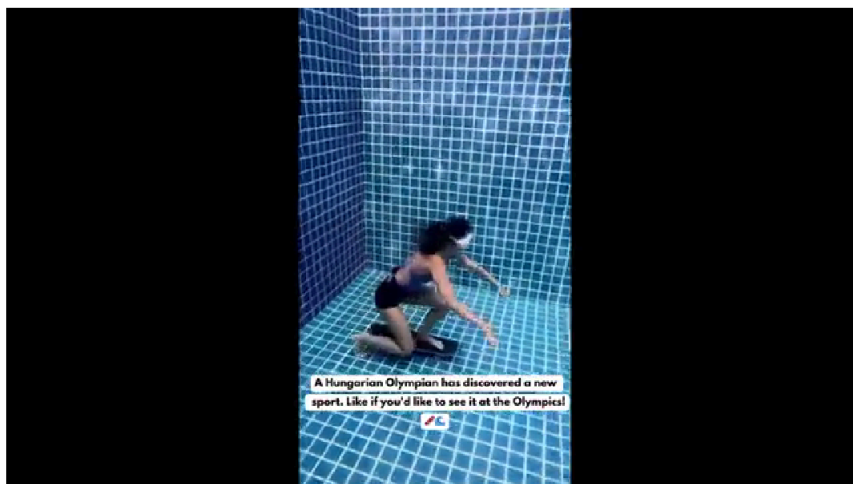
Obsah

Over videá.....	3
ChatGPT - otázky prompt.....	6
Článok az247.cz.....	12
Naratív.....	17
Príspevok s mapou.....	24
Over tvrdenia v statuse.....	31

Over videá

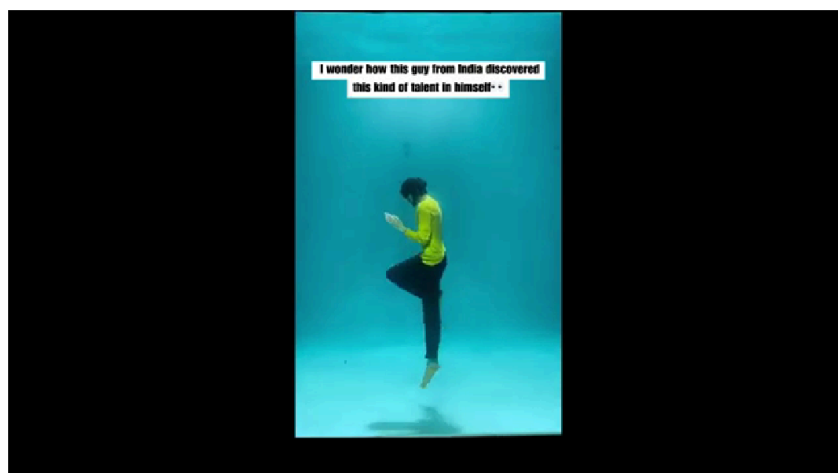
? Over nasledujúce videá a rozhodni, ktoré tvrdenie o nich platí.

Video č. 1



- a) Video je reálne a popis sedí k videu.
- b) Video je reálne, ale popis nesedí k videu.
- c) Ide o video vygenerované AI, v ktorom vystupuje AI influencerka.
- d) Ide o video vygenerované AI, v ktorom nie je konkrétna AI influencerka.
- e) Nie je možné overiť informácie o tomto videu.

Video č. 2



- a) Video je reálne a popis sedí ku videu.
- b) Video je reálne, ale popis nesedí ku videu.
- c) Ide o video vygenerované AI, v ktorom vystupuje AI influencer.
- d) Ide o video vygenerované AI, v ktorom nie je konkrétny AI influencer.
- e) Nie je možné overiť informácie o tomto videu.



Správna odpoveď

Video č. 1 – Video je reálne, ale popis nesedí ku videu.

Video č. 2 – Video je reálne a popis sedí ku videu.



Vysvetlenie:

Cieľom úlohy bolo žiakov naučiť overovať videá, ktoré vidia na sociálnych sieťach. Aj napriek tomu, že obe videá zobrazujú nereálne vyzerajúce činnosti, sú skutočné.



Popíš svoj postup, ako si došiel/la k obom záverom. Na základe práce s akými zdrojmi si prišiel/la k správnej odpovedi?

Príklad modelovej odpovede:

Prvé video je síce reálne, ale popis nesedí, pretože nejde o maďarskú olympioničku, ale o slovenskú športovkyňu. Prišla som na to spôsobom za použitia funkcie Google lens. Dané video som našla zverejnené na Youtube kanáli [Olympics](#), ktorý je oficiálnym kanálom Olympijských hier, z čoho usudzujem, že ide o reálne video. V rámci tohto reelska bolo zverejnené aj meno ženy vo videu – [@sisa_solymosyova](#) (Sylvia Solymosyová). Následne za použitia Googlu a verejne dostupných zdrojov (napr. [článok BBC](#)) som prišla na to, že ide o športovkyňu (nie olympioničku) zo Slovenska (nie z Maďarska)

Druhé video je taktiež reálne, ale v tomto prípade sedí aj popis. Najprv som použila Google Lens, vďaka čomu som našla pôvodný zdroj videa – ide o profil Hydroman Official (bolo možné nájsť [YTB](#) alebo [IG](#)). To, že nejde o AI generované video, som posúdila podľa toho, že som dala si zoradiť videá na YTB od najstaršieho a videla, že profil publikoval aj v čase, keď AI ešte nebola. Tak som našla pri videu zverejnené jeho meno: Jaydeep Gohil (ak súťažiaci išiel cez Instagram, našiel zverejnené meno v jeho biu). Po zadaní tohto mena do Googlu mi vyskočila Guinnessova kniha rekordov, v rámci ktorej má tento človek zápis, a píše sa v nej, že pochádza z Indie. (Informácia, že pochádza z Indie sa nachádza aj priamo v popisku na jeho YTB profile, účastník mohol si ňou pomôcť, ale následne aj tak ju bolo potrebné ešte overiť pomocou nejakého oficiálneho zdroja).



Hodnotenie:

Odpoveď získala 3 body, ak v nej súťažiaci popísal presný postup, ako obe videá overil. Uviedol zdroje, z ktorých pri overovaní vychádzal a jeho odpoveď bola zrozumiteľná, jasná a správna.

Odpoved' získala 2 body, ak v nej súťažiaci popísal presný postup, ako jedno z týchto videí overil, pričom uviedol zdroje, z ktorých pri overovaní vychádzal. Táto odpoved' bola zrozumiteľná, jasná a správna. Zároveň súťažiaci správne overil aj druhé video, no jeho odpoved' nešla do hĺbky – buď neuviedol zdroje, z ktorých pri overovaní vychádzal alebo odpoved' nebola naformulovaná jasne a zrozumiteľne

Odpoved' získala 1 bod, ak v nej súťažiaci dokázal popísať presný postup overenia jedného z videí, pričom uviedol zdroje, z ktorých pri overovaní vychádzal. Táto odpoved' bola zrozumiteľná, jasná a správna. Druhé video súťažiaci správne overiť nedokázal, resp. nedokázal popísať spôsob, ako video overil.

Odpoved' získala 0 bodov, ak v nej súťažiaci nedokázal správne popísať postup overenia t.j. na základe popísaného postupu nebolo možné dôjsť k odpovedi.

Zdroje:

- [Video č.1](#)
- [Video č.2](#)

ChatGPT – otázny prompt

Matej videl niekoľko virálnych videí z ceremoniálu filmového oceňovania Slnko v sieti. Názov ho zaujal, preto do ChatuGPT zo zvedavosti zadal nasledovný prompt:

“Prečo sa slnko v sieti volá slnko v sieti”

Odpoveď ChatuGPT ho prekvapila:

Názov **Slnko v sieti** je symbolický a má viacero významových vrstiev – nie je to doslovný opis situácie.

1. Konkrétny obraz vo filme

Vo filme sa objaví moment, keď slnko presvitá cez sieť (napr. rybársku alebo volejbalovú). Tento vizuálny obraz pôsobí poeticky, ale zároveň „rozbitý“ – slnko nie je videné priamo, ale cez prekážku.

2. Symbolika „zachyteného“ sveta

„Slnko v sieti“ sa často interpretuje ako metafora:

- snahy **zachytiť niečo nezachytiteľné** (pravdu, realitu, dospievanie),
- pocitu, že človek vníma svet **skreslene alebo sprostredkovane**,
- generácie mladých ľudí, ktorá je akoby „zamotaná v sieti“ spoločenských okolností.

3. Kontext doby

Film vznikol v období uvoľňovania 60. rokov a býva považovaný za začiatok československej novej vlny.

Názov teda odráža aj:

- hľadanie autenticity,
- narúšanie jednoduchého, „oficiálneho“ pohľadu na realitu.

Zhrnutie:

Názov neznamena len fyzické slnko v sieti, ale najmä **pocit, že realitu vidíme cez filtre, obmedzenia alebo ilúzie** – čo je presne to, čo film tematizuje.

Ak chceš, môžem ti rozobrať aj konkrétne symboly a scény – ten film je na to dosť bohatý.



V jednej vete vysvetli, prečo Matej dostal prekvapivú odpoveď. Následne stručne pomenuj dve slabé stránky (resp. chyby) jeho promptu.



Hodnotenie:

Súťažiaci získal **1 bod**, ak vysvetlil, že Matej dostal prekvapivú odpoveď preto, lebo názov **Slnko v sieti** označuje aj slovenské filmové ocenenia, aj známy slovenský film. Keďže Matej neupresnil, na čo sa pýta, AI mu odpovedala na otázku o filme, aj keď jeho zaujímalo ocenenie.

Ďalšie **2 body** mohol súťažiaci získať za pomenovanie dvoch slabých stránok promptu, napríklad:

- nebolo jasné, či sa Matej pýta na film alebo na ocenenia,
- prompt bol príliš všeobecný a chýbal v ňom kontext.

Za každú správne pomenovanú slabú stránku promptu získal súťažiaci **1 bod**. Ak teda uviedol iba jednu chybu, získal v tejto časti **1 bod**.

Keď si Matej hľadal ďalšie články o tohtoročných filmových cenách, narazil na tieto dva články – jeden z eREPORTu a jeden z Refreshera.

Prehliadka politického aktivizmu: Na Slnku v sieti sa opäť politizovalo, predviedli sa Kramár, Nvotová či Ondřík

<https://ereport.sk/prehliadka-politického-aktivizmu-na-slnku-v-sieti-sa-opat-politizovalo-predviedli-sa-kramar-nvotova-ci-ondrik>

Slnko v sieti: Najlepším hraným filmom je Otec s Milanom Ondříkom. Najviac ocenení však získala dráma Potopa

<https://refresher.sk/201370-Slnko-v-sieti-Najlepsim-hranym-filmom-je-Otec-s-Milanom-Ondrikom-Najviac-oceneni-vsak-ziskala-drama-Potopa>



Stručne porovnaj tieto dva nadpisy článkov a kriticky ich zhodnoť. Svoj postoj odôvodni na konkrétnych slovách či častiach nadpisov.



Hodnotenie:

Súťažiaci získal **1 bod**, ak v odpovedi porovnal, že prvý nadpis má skôr **hodnotiaci, emotívny alebo názorový** charakter, zatiaľ čo druhý nadpis má charakter **vecného a informačného nadpisu**.

Ďalší **1 bod** získal, ak svoje porovnanie odôvodnil konkrétnymi slovami alebo časťami nadpisov. Napríklad mohol uviesť hodnotiace výrazy ako „prehliadka politického aktivizmu“, „opäť politizovalo“ alebo „predviedli sa“, ktoré čitateľovi naznačujú negatívny postoj autora. Druhý nadpis naopak vecne informuje o výsledkoch cien, napríklad v časti „Najviac ocenení získala dráma Potopa“.



V úvode článku z eReportu sa spomína, že najoceňovanejším filmom bol film Otec. Over toto tvrdenie a z nasledovných tvrdení vyber tie pravdivé:

- Ocenenie Slnko v sieti za najlepší hraný film za rok 2025 vyhral film Otec.
- Najviac ocenení v rôznych kategóriách za rok 2025 získal film Otec.
- Film Otec je najoceňovanejší film, lebo okrem hlavnej kategórie získal aj divácku cenu Slnko v sieti.
- Ani jedno tvrdenie nie je pravdivé.



Správna odpoveď

a)



Vysvetlenie:

Cieľom úlohy bolo poukázať na to, že je dôležité si fakty z článkov overovať na dôveryhodných zdrojoch.

Jednou z možností, ako úlohu vyriešiť, bolo skontrolovať, ktorý film vyhral v ocenení Slnko v sieti v roku 2025 priamo na oficiálnej webovej stránke <https://slnkovsieti.sk/>

Správnou odpoveďou je možnosť a), pretože film Otec režisérky Terezy Nvotovej naozaj získal aj podľa oficiálnej webstránky ocenenie v kategórii Najlepší hraný film.

Možnosť b) je nesprávna, pretože najviac ocenení v roku 2025 získal film Potopa. Rovnako tak možnosť c) je nesprávna, pretože divácku cenu získal film Potopa.

Matej eREPORT doposiaľ nepoznal. Zbežne si pozrel viacero ich článkov a na niekoľkých základných znakoch si overil, či tomuto médiu môže plne dôverovať.



Ktoré z nasledujúcich tvrdení najvýstižnejšie vystihuje portál eREPORT?

- a) Ide o spravodajský web, ktorý podáva informácie neutrálne a bez hodnotiacich úsudkov.
- b) Ide o odborný web, ktorý sa zameriava na analytické vysvetlenie tém s doloženými (prevažne akademickými) dôkazmi.
- c) Ide o internetový portál, ktorý vychádza čisto z overených tlačových správ tlačových agentúr.
- d) Ide o portál, ktorý jasne neoddeľuje fakty od hodnotiacich komentárov a ktorý často volí emotívny jazyk namiesto neutrálneho informovania



Správna odpoveď

d)



Vysvetlenie:

Cieľom úlohy je precvičiť si, ako **overovať webové portály**, ktoré dobre nepoznáme.

Pri riešení si súťažiaci mal pozrieť viac článkov z portálu a kriticky ich posúdiť.

Možnosť a) je nesprávna, pretože v článkoch a nadpisoch sa opakovane objavujú citovo zafarbené výrazy. Texty často nepôsobia neutrálne, ale skôr hodnotiace.

Možnosť b) je nesprávna, pretože články väčšinou pracujú len s jedným alebo s malým počtom zdrojov. Zároveň vysvetlenia v textoch nejdú veľmi do hĺbky a neponúkajú podrobné odborné analýzy.

Možnosť c) je tiež nesprávna, pretože pri článkoch sú uvedené mená konkrétnych autorov. Nejde teda o portál, kde by články vychádzali len prevzatím tlačových správ bez vlastného spracovania.

Správna je možnosť d), pretože v článkoch sa často objavujú emotívne výrazy a z textov aj nadpisov je cítiť hodnotiaci postoj autora.



Správne priradiť vety z článku eREPORTU podľa toho, či ide o názor, faktické alebo špekulatívne tvrdenie.

<https://ereport.sk/prehliadka-politickeho-aktivizmu-na-slnku-v-sieti-sa-opat-polit-izovalo-predviedli-sa-kramar-nvotova-ci-ondrik>

Z pôvodného oceňovania najlepších filmov sa stáva skôr „festival“ politického aktivizmu.

Herci hovorili o zániku kultúry, cenzúre a hanbe.

Myslím si, že je to [rozhodnutie televízie neodsniť prenos], veľká hanba.

Aj manžel známej herečky Táne Pauhofovej bol jedným z ocenených.



Správna odpoveď

Z pôvodného oceňovania najlepších filmov sa stáva skôr „festival“ politického aktivizmu. (špekulatívne tvrdenie)

Herci hovorili o zániku kultúry, cenzúre a hanbe. (faktické tvrdenie)

Myslím si, že je to [rozhodnutie televízie neodsniť prenos], veľká hanba. (názor)

Aj manžel známej herečky Táne Pauhofovej bol jedným z ocenených. (faktické tvrdenie)



Vysvetlenie:

Z pôvodného oceňovania najlepších filmov sa stáva skôr „festival“ politického aktivizmu. – **špekulatívne tvrdenie**

Toto tvrdenie nie je jasne overiteľný fakt, ale skôr odhad alebo interpretácia autora. Autor naznačuje, že podujatie mení svoj charakter, no nedokazuje to presnými dátami ani jasným merateľným dôkazom.

Herci hovorili o zániku kultúry, cenzúre a hanbe. – **faktické tvrdenie**

Toto tvrdenie sa dá overiť. Vieme skontrolovať, či herci naozaj použili tieto slová alebo hovorili o týchto témach.

Myslím si, že je to [rozhodnutie televízie neodsniť prenos] veľká hanba. – **názor**
V tomto prípade ide o názor, pretože autor výroku priamo vyjadruje svoj osobný postoj slovami „Myslím si“. Označenie „veľká hanba“ je hodnotenie, nie overiteľný fakt.

Aj manžel známej herečky Táne Pauhofovej bol jedným z ocenených. – **faktické tvrdenie**

Ide o faktické tvrdenie, pretože sa dá overiť, či spomínaný človek je manželom Táni Pauhofovej a či skutočne patrila medzi ocenených.



V článku eREPORTu sa spomína aj citát Maroša Kramára počas uvádzania kategórie najlepší film. Vyber správne tvrdenie.

- a) Na fotografii je Maroš Kramár počas uvádzania kategórie najlepší hraný film v roku 2025.
- b) Maroš Kramár síce naozaj odovzdával ocenenie za kategóriu najlepší hraný film v roku 2025, no táto fotografia je upravená AI.
- c) Fotografia naozaj pochádza z oceňovania, no Maroš Kramár odovzdával ocenenie v inej kategórii.
- d) Fotografia Maroša Kramára je upravená AI a jej originál pochádza z oceňovania v roku 2024.





Správna odpoveď

b)



Vysvetlenie:

Jedným z možných ciest ako pristúpiť k riešeniu úlohy bolo pomocou **klúčových slov** overiť, či Maroš Kramár naozaj odovzdával v roku 2025 ocenenie Slnko v sieti a ak áno, v akej kategórii. Klúčovými pojmami mohli byť napríklad “Maroš Kramár “Slnko v sieti” “2025”.

Medzi výsledkami hľadania sú aj mnohé **video zostrihy** z oceňovania. Z nich je jasné, že Maroš Kramár naozaj odovzdával cenu v kategórii Najlepší hraný film v roku 2025. **Možnosti c) a d) sú preto nesprávne.**

Po zhliadnutí krátkeho vstupu Maroša Kramára na videozostrihu je ľahko overiteľné, že fotografia nepochádza priamo z oceňovania, a teda že bola AI upravená. **Správna preto nie je možnosť a), ale správnou odpoveďou je možnosť b).**

Zdroje:

- [ChatGPT](#),
- [Stable Diffusion](#)
- [Článok Ereport](#)
- [Článok Refresher](#)

Článok az247.cz

Prečítaj si nasledujúci text z decembra 2025:

Ježišek opět nadělil bohatým dětem víc než chudým. EU chce dárky přerozdělit

Redakce • 25 Pro 2025



Zatiaľčo deti z bohatších rodín si tento rok pod stromčekom našli herné konzoly, najnovšie iPhone a horské bicykle, chudobnejšie deti si museli vystačiť s ponožkami, dvanásť rokov starou PS4 z bazáru a lacnými telefónmi s Androidom.

Ježiško sa tak opäť ukázal ako bezcitný elitár, ktorý systematicky preferuje deti z vyšších príjmových skupín.

„Ježiško sa roky tvári ako ľudomil, ale dáta neklamú. Je to elitár, ktorý systematicky preferuje deti z vyšších príjmových skupín,” píše sa v správe Európskej komisie. „Korelácia medzi tým, ako je dieťa poslušné a hodnotou darčiekov je takmer nulová. Korelácia s daňovým priznaním rodičov je naopak stopercentná.”

EÚ sa preto chystá túto systémovú nerovnosť vyriešiť novou smernicou. Podľa návrhu budú musieť Ježiško, Santa Claus a Dedo Mráz nadeľovať darčeky rovnomerne, bez ohľadu na majetkové pomery rodičov. V opačnom prípade im hrozia miliardové pokuty.

„Nie je dôvod, aby dieťa, ktorému rodičia kúpili v máji elektrobicykel a v septembri iPad za dobré známky, dostávalo v decembri ďalší luxus, zatiaľčo jeho spolužiak, ktorý ako jediný nešiel na lyžiarák, pretože si to rodina nemôže dovoliť, našiel pod stromčekom iba telefón s čínskym spywarom. To je

rozožranosť, ktorá zvyšuje uhlíkovú stopu,” vysvetľuje eurokomisár pre zdieľanú chudobu Alan Harper.

Komisia varuje, že pokiaľ Ježiško bude naďalej nosiť chudobným deťom lacné Androidy, čo podľa nej predstavuje formu digitálneho vylúčenia, môže mu byť odobraná licencia a darčeky by miesto neho musela roznášať Česká pošta. V tom prípade by sa Vianoce 2026 v mnohých domácnostiach slávili až niekedy v auguste 2027.

 **Výrok „Korelácia medzi tým, ako je dieťa poslušné a hodnotou darčiekov je nulová” znamená že:**

- a) Poslušnosť dieťaťa má vplyv na hodnotu darčiekov.
- b) Medzi hodnotou darčiekov a poslušnosťou dieťaťa nie je žiadna súvislosť.
- c) Medzi hodnotou darčiekov a poslušnosťou dieťaťa existuje súvislosť, ale jeden jav nespôsobuje druhý.
- d) Na hodnotu darčiekov nemá vplyv poslušnosť dieťaťa, ale Ježiško uprednostňuje deti majetnejších rodičov.



Správna odpoveď

b)

 **Ktorý z výrokov opisuje kauzalitu?**

- a) Komisia varuje, že pokiaľ bude Ježiško aj naďalej nosiť chudobným deťom lacné Androidy, bude mu odobratá licencia.
- b) Zatiaľčo deti z bohatších rodín si našli pod stromčekom herné konzoly a najnovšie iPhone, chudobnejšie deti dostali Androidy.
- c) Podľa návrhu Európskej komisie bude musieť Ježiško nadeľovať darčeky rovnomerne bez ohľadu na majetkové pomery rodičov.
- d) Spolužiak, ktorý nešiel na lyžiarák, našiel pod stromčekom telefón s čínskym spywarom.



Správna odpoveď

a)



Vysvetlenie:

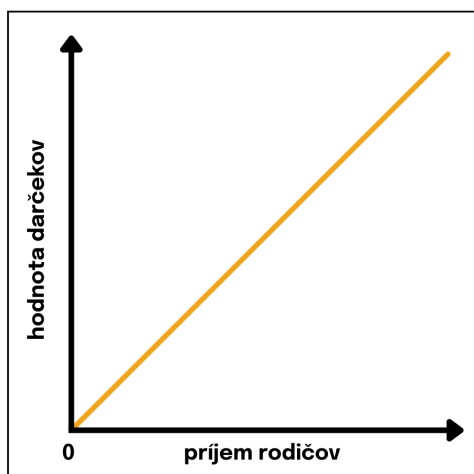
Cieľom úlohy bolo, aby si súťažiaci uvedomili, čo znamenajú pojmy korelácia a kauzalita a vedeli ich identifikovať.

Výrok v prvej otázke: „Korelácia medzi tým, ako je dieťa poslušné a hodnotou darčiekov je nulová” znamená, že čím je dieťa viac alebo menej poslušné, nijako to nesúvisí s tým, aké hodnotné darčeky dostane.

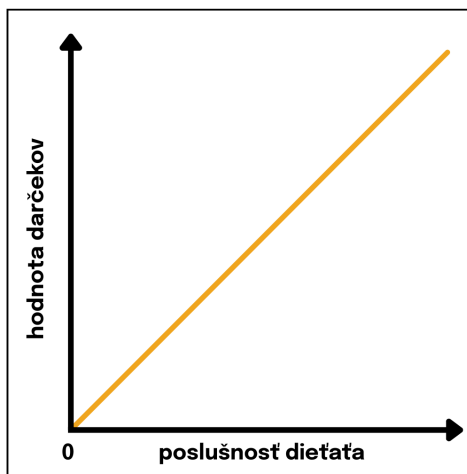
Pri druhej otázke bolo potrebné nájsť kauzalitu, teda dva javy, ktoré spolu navzájom súvisia a zároveň, kde jeden spôsobuje druhý. To vidíme iba v možnosti a) *Komisia varuje, že pokiaľ bude Ježiško aj naďalej nosiť chudobným deťom lacné Androidy, bude mu odobratá licencia.* V tomto prípade prvý jav je Ježiško nosiaci lacné darčeky a druhým javom je odobratie licencie.

? V článku sa píše, že správa Európskej komisie vychádzala z dát. Ktorý graf potvrdzuje závery Európskej komisie?

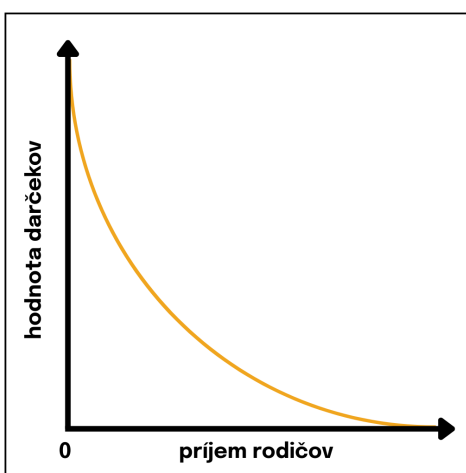
a)



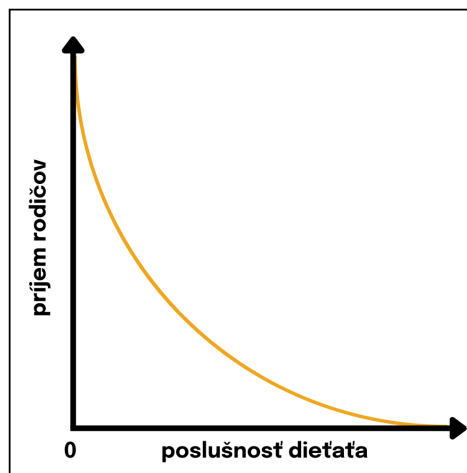
b)



c)



d)





Správna odpoveď

a)



Vysvetlenie:

Cieľom úlohy bolo, aby žiaci dokázali vyčítať dáta z textu a predstaviť si aj ich vizuálnu podobu.

Dôležité bolo, aby sa súťažiaci pozreli na všetky štyri grafy a uvedomili si, čo z každého z nich vyplýva:

- 1 - S príjmom rodičov rastie hodnota darčiekov.
- 2 - S poslušnosťou dieťaťa rastie hodnota darčiekov
- 3 - So zvyšujúcim sa príjmom rodičov, klesá hodnota darčiekov
- 4 - So zvyšujúcou sa poslušnosťou dieťaťa, klesá príjem rodičov.

Možnosti c) a d) bolo možné vylúčiť najjednoduchšie, pretože takéto súvislosti sa v texte nespomínajú vôbec. Druhá možnosť sa v texte spomína, ale v súvislosti, že korelácia je nulová - uvedený graf však zobrazuje 100% koreláciu, preto nemôže byť správnou odpoveďou. Správnou možnosťou bola prvá možnosť, keďže text uvádza, že Ježiško preferuje deti z vyšších príjmových skupín a dodáva, že korelácia medzi hodnotou darčiekov a daňovým priznaním rodičov je stopercentná.

Teda dve veličiny, ktoré porovnáva sú hodnota darčiekov a príjem rodičov a je medzi nimi pozitívna korelácia - t. j. ak rastie jedna veličina, rastie aj druhá.



Čo môžeme povedať o zdroji, odkiaľ daný text pochádza?

- a) Ide o dôveryhodné médium
- b) Ide o bulvárne médium
- c) Ide o satirické médium
- d) Ide o dezinformačné médium
- e) Ide o tlačovú agentúru



Správna odpoveď

c) Ide o satirické médium



Vysvetlenie:

Na to, že text je satirický, sa dalo prísť viacerými spôsobmi:

- Alan Harper nie je eurokomisár, ale fiktívna postava zo seriálu Dva a pol chlapa
- Ježiško, Dedo Mráz aj Santa Claus sú fiktívne postavy
- Autor pracuje s humorom

Zároveň po rozkliknutí [zdroja](#), v ľavom hornom rohu môžeme vidieť, ako médium popisuje samo seba, čo je evidentnou satirou:

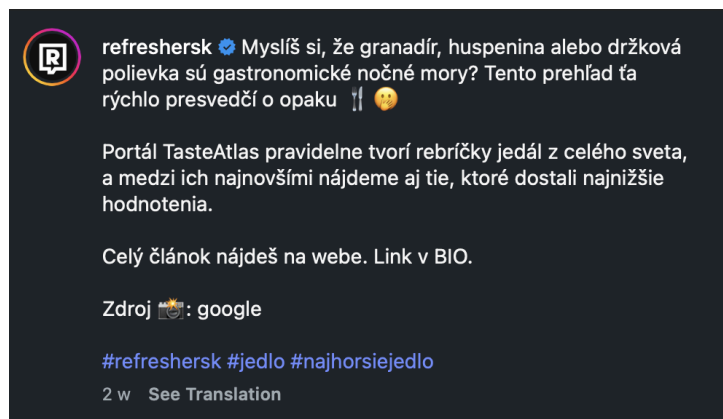


Zdroje:

- az247.cz

Naratív

Na hodine geografie ste sa práve učili o národných jedlách rôznych krajín, keď na Instagrame nájdeš tento príspevok:



Sedia vedľa teba dvaja kamaráti a spoločne sa znechutíte nad jedlom. Príspevok vás však zaujal a rozhodnete sa pozrieť naň bližšie.

? Z akého zdroja čerpá Refresher tento rebríček? Skopíruj link na webstránku tohto zdroja.
(nie je potrebné uviesť konkrétny link, stačí všeobecný link názvu stránky)



Správna odpoveď'

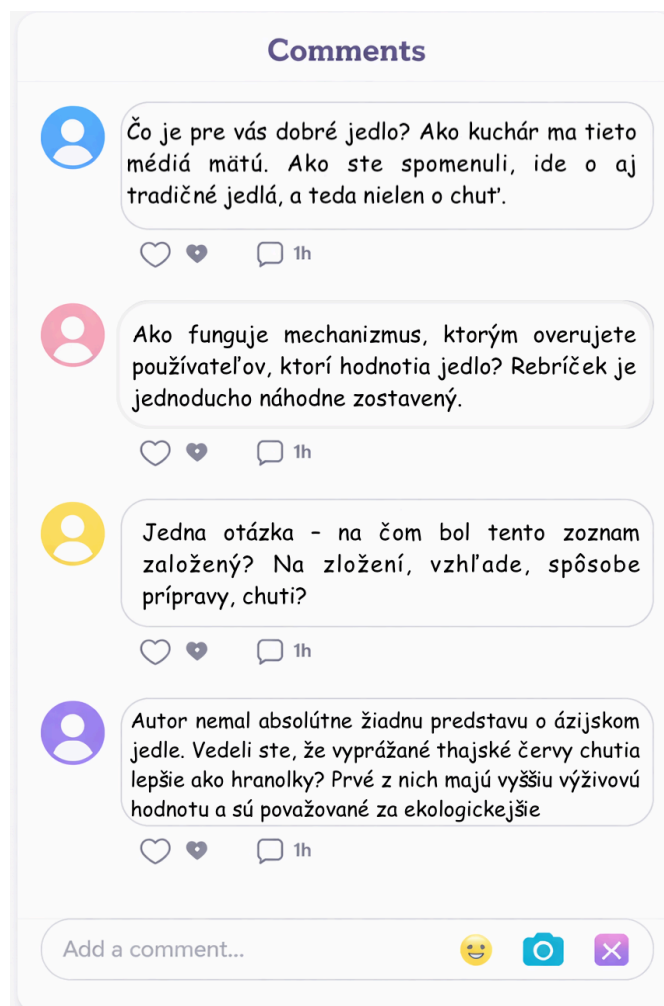
<https://www.tasteatlas.com/>



Vysvetlenie:

Na správne riešenie úlohy si stačilo prečítať popis k príspevku, kde sa spomína, že "Portál TasteAtlas pravidelne tvorí rebríčky". Zavádzajúce pre súťažiacich/-e mohlo byť, že Refresher uvádza ako zdroj obrázka Google. TasteAtlas potom stačilo vyhľadať na internete a skopírovať link.

Na danej webstránke nájdete pod pôvodným rebríčkom nasledujúce komentáre:



? Komentáre reagujú na popisy jedál v rebríčku a na fungovanie webstránky. Čo vyplýva z komentárov o pôvode rebríčka? Viaceré možnosti môžu byť správne.

- a) Rebríček vznikol na základe hodnotení odbornou komisiou.
- b) Rebríček prezentuje hodnotenie ako objektívne, aj keď vzniklo subjektívne.
- c) Rebríček vznikol na základe definovaných kritérií, ktoré sú dostupné na webstránke.



Správna odpoveď

b) Rebríček prezentuje hodnotenie ako objektívne, aj keď vzniklo subjektívne.



Vysvetlenie:

Cieľom tejto úlohy bolo poukázať na subjektivitu rebríčkov, ktoré sa často šíria po internete. Nejde o rebríčky zostavené objektívne či odborne, aj keď sa tak prezentujú, najmä pokiaľ ide o subjektívne hodnotenie.

Na správne riešenie úlohy bolo treba interpretovať komentáre, ktoré boli vybrané zo stránky TasteAtlas a zodpovedajú tomu, ako sa daný rebríček zostavil:

Odpoveď **a)** je **nesprávna**, pretože druhý komentár priamo odkazuje na mechanizmus, kedy webstránka overuje používateľov, ktorí následne hodnotia jedlá. Nejde teda o odbornú komisiu.

Odpoveď **c)** je **nesprávna**, pretože tretí komentár sa dopytuje po kritériách, ktoré nie sú jasné v hodnotení rebríčka.

Odpoveď **b)** je **správna**.

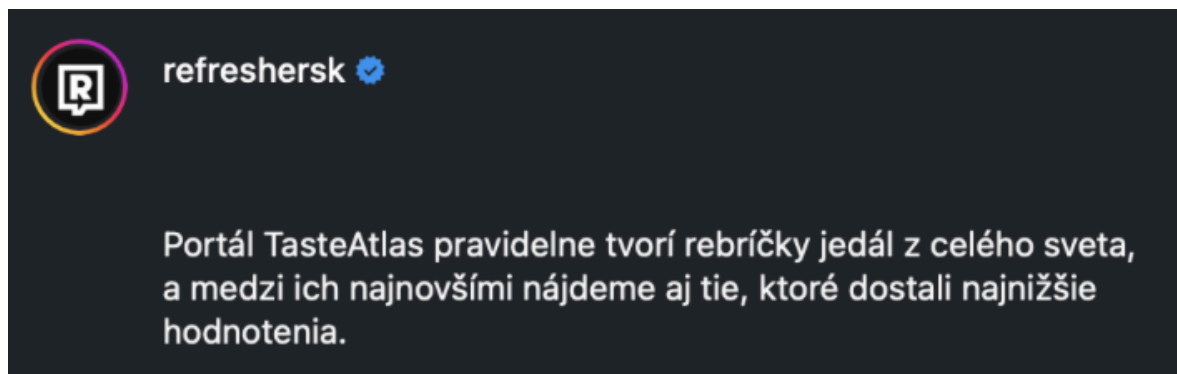
Pri vašom pátraní si všimnete, že príspevok a samotný rebríček majú rôzny **naratív** - spôsob, akým rozprávame príbeh o tom, čo sa deje. Môže byť neutrálny alebo emočný podľa slov, ktoré používame, a podľa toho, ako si situáciu vysvetlíme.

Rozhodnete sa pozrieť bližšie na túto tému. Nájdete ďalšie príspevky a rôzne komentáre.



Aké nástroje používajú tieto úryvky vo svojom naratíve? Prirad' fotky k správnym pojmom.

Názor	Refresher
Faktické tvrdenie	Plus 7 Dní
Emočne zafarbené faktické tvrdenie	Komentár na FB



PLUS 7 DNÍ
30. máj 2025 · 🌐

...

Uznávaný portál Taste Atlas zverejnil rebríček, kde sa zameral na najhoršie stredoeurópske jedlá a nápoje, no, bohužiaľ, v prvej desiatke malo zastúpenie aj Slovensko.

Más pertinentes ▼



Bryndzové halušky kde? Už len
kvôli smradu majú byť top 3

3 sem Me gusta Responder



Správna odpoveď

Názor - Komentár na FB
Faktické tvrdenie - Refresher
Emočne zafarbené faktické tvrdenie - PLUS 7 DNÍ



Vysvetlenie:

Cieľom tejto úlohy bolo upriamiť pozornosť na emočné zafarbenie a spôsob, akým je príbeh podaný. Toto podanie môže potom ovplyvniť čitateľa/-ku článku.

Komentár na Facebooku-u je názor, pretože vyjadruje osobný postoj nejakej osoby.

Časť popisu z Refresher popisu je faktické tvrdenie, pretože neutrálne a objektívne popisuje portál TasteAtlas a obsah rebríčka.

Nadpis z príspevku PLUS 7 DNÍ je emočne zafarbené faktické tvrdenie, pretože výber slov ako „bohužiaľ“ a „najhoršie“ nie je neutrálny v tomto kontexte a podsúva istý naratív.

S kamarátmi ste sa rozhodli ochutnať jedno z jedál z rebríčka. Nebolo vôbec také zlé, niektorým veľmi chutilo.



Aký dopad má naratív príspevku z Instagramu?

- a) Naratív príspevku podsúva istý pohľad, v tomto prípade vytvára predsudok.
- b) Naratív príspevku vzbudzuje v čitateľoch emócie, v tomto prípade pozitívne.
- c) Naratív príspevku podporuje záujem o jedlá z rôznych krajín.
- d) Naratív príspevku nemá žiaden dopad na čitateľa.



Správna odpoveď

- a) Naratív príspevku podsúva istý pohľad, v tomto prípade vytvára predsudok.



Vysvetlenie:

Odpoveď **a)** je **správna**, pretože naratív podvedome vyvoláva v ľuďoch isté emócie a podáva im konkrétny pohľad, ktorý tentokrát vytvára predsudok.

Odpoveď **b)** je **nesprávna**, pretože pokým naratív vzbudzuje emócie.

Odpoveď **c)** je **nesprávna** odpoveď, pretože cieľ naratívu, ktorý bol zvolený v príspevku, nemá za cieľ vzbudiť záujem o jedlo, ale skôr o príspevok samotný.

Odpoveď **d)** je **nesprávna**, naratív príspevku má dopad na čitateľa.

Po vlastnom pátraní a ochutnávke sa rozhodnete ako svoj projekt na geografiu napísať vlastný príspevok o tomto rebríčku jedál.



Ktorý z nadpisov by nebolo korektné použiť?

- a) Tradičné jedlá okolo sveta, ktoré dostali zlé hodnotenie vo vplyvnom rebríčku.
- b) Rebríček najhorších jedál zo sveta – profesionálny rebríček ich ohodnotil dokonca horšie ako našu huspeninu.
- c) Aké jedlá dostali najnižšie hodnotenie na celosvetovej webstránke gurmánov?



Správna odpoveď

- b) Rebríček najhorších jedál zo sveta – profesionálny rebríček ich ohodnotil dokonca horšie ako našu huspeninu.

Vysvetlenie:

Cieľom úlohy bolo v praxi použiť informácie z predošlých úloh v neutrálnom kontexte školského projektu:

Odpoveď **a)** je **nesprávna**, pretože takýto nadpis je neutrálny, nepoužíva emočne zafarbené slová a objektívne opisuje rebríček.

Odpoveď **b)** je **správna**, pretože takýto nadpis podsúva istý naratív použitím zafarbených slov („najhorších jedál“) a podfarbeného porovnania.

Odpoveď **c)** je **nesprávna**, pretože takýto nadpis je neutrálny a opisuje webstránku.

Zdôvodni svoju predošlú odpoveď. Prečo by si daný nadpis nepoužil/a v danom príspevku

Uveď aspoň 2 dôvody, prečo by daný nadpis nemal byť použitý na takýto článok. Používaj konkrétne časti nadpisu ako príklady pri svojom vysvetlení. Uvažuj v kontexte zvyšku úlohy. Vo svojej odpovedi uveď najskôr celé znenie nadpisu, ktoré si označil/a, a potom súvislé odôvodnenie v rozsahu minimálne 1-2 viet.



Správna odpoveď

„Rebríček najhorších jedál zo sveta – profesionálny rebríček ich ohodnotil dokonca horšie ako našu huspeninu.“

1) Zámena názoru a faktu: Nadpis pôsobí, akoby išlo o odborný a objektívny fakt, no v skutočnosti ide o názorový rebríček. Nie je profesionálny v odbornom zmysle, aj keď môže byť vplyvný alebo známy. Použitie slova „profesionálny“ zvyšuje dôveryhodnosť tvrdenia bez jasného základu.

2) Naratív: Spôsob podania vytvára príbeh autority – rebríček je predstavený tak, aby mu čitateľ automaticky veril. Naratív nie je neutrálny, ale emočne ladený, čo ovplyvňuje, ako si informáciu vysvetlíme ešte predtým, než ju kriticky zhodnotíme.

3) Emočné zafarbenie: Spojenie „najhoršie jedlá“ už samo o sebe obsahuje hodnotenie a emóciu. Je výrazne subjektívnejšie než neutrálnejšie formulácie ako „najnižšie hodnotené jedlá“ či „zlé hodnotenie“. Slovo „najhoršie“ podsúva negatívny postoj namiesto faktického opisu.

4) Cieľ: Porovnanie so slovenským jedlom („naša huspenina“) spolu s emočným jazykom slúži skôr na upútanie pozornosti než na podanie prehľadu. Ide o štýl blízky clickbaitu, nie o vecné informovanie. Hodina geografie by mala byť priestorom na neutralitu, porozumenie rozdielom a diskusiu.

5) Dopad/predsudok: Takto formulovaný nadpis môže podporovať predsudky voči jedlám, pretože ich prezentuje jednostranne, hodnotiaco a rovno prirovnáva k niečomu známemu. Namiesto spoznávania rozdielov vytvára negatívny obraz ešte predtým, než sa o jedle dozvieme viac.



Hodnotenie:

Odpoveď získala 3 body, ak spomenula aspoň 2 znaky, ktoré boli predstavené v úlohe (zámena názoru a faktu, naratív, emočné zafarbenie, cieľ, dopad/predsudok). Najlepšie odôvodnenie priamo používa príklad z časti vety a vysvetlí dané znaky na nich. Kým vysvetlenie znakov sa môže prekrývať, musí mať logickú následnosť.

Odpoveď získala 2 body, ak pomenovala viaceré znaky, ale nevysvetlila ich dostatočne alebo vôbec. Odpoveď získala 2 body aj keď pomenovala a vysvetlila iba jeden znak, avšak do dostatočnej hĺbky na príklade konkrétnej časti nadpisu.

Odpoved' získala 1 bod, ak pomenovala iba jeden znak a nevysvetlila ho dostatočne alebo vôbec.

Zdroje:

- [Slovník JÚLŠ](#)
- [Vzdelávací materiál stereotypy a predsudky](#)
- [Webová stránka tasteatlas](#)
- [Facebookový post Plus 7 dní](#)
- [Instagramový príspevok Refresher](#)

Príspevok s mapou

Zuzke na Instagrame vyskočil takýto príspevok od Startitupu. Pozrela sa na obrázok a popis, no pár vecí jej nesesedelo, tak sa rozhodla pozrieť na príspevok bližšie.



❓ Aký je vzťah medzi Telekomom a Startitup-om?

- Žiaden, Startitup sa rozhodol pokryť Telekom obsah.
- Telekom platí Startitup-u za partnerský obsah.
- Startitup je platforma Telekomu.
- Telekom je služba Startitup-u, ktorú propagujú.



Správna odpoveď

- Telekom platí Startitup-u za partnerský obsah.



Vysvetlenie:

Cieľom tejto úlohy bolo, aby sa súťažiaci/-e zamysleli nad obsahom a formou príspevku. Príspevok na Instagrame nie je označený ako reklama, avšak jeho charakter propaguje Telekom, čo značí partnerský obsah, za ktorý dostal Startitup zaplatené.

Na správne vyriešenie úlohy mohli súťažiaci/-e toto overiť a pozrieť webstránku Startitup a vyhľadať Telekom, kde je podobný obsah označený ako partnerský (napríklad tento [článok](#), ktorý po vyhľadávaní vyskočí medzi prvými). Startitup má napríklad na webstránke zverejnený aj [cenník](#) pre takýto obsah.

 Čo znamená 99,1 % pokrytie?

- a) Pokrytie populácie, teda 99,1 % populácie má prístup k 5G sieti.
- b) Pokrytie územia, teda 99,1 % územia má prístup k 5G sieti.
- c) Pokrytie funkcie, teda 99,1 % času ťa pripojí Telekom k 5G sieti.
- d) Pokrytie operátora, teda 99,1 % populácie používa Telekom.



Správna odpoveď

- a) Pokrytie populácie, teda 99,1 % populácie má prístup k 5G sieti.



Vysvetlenie:

Správne riešenie úlohy bolo dohľadateľné v popise príspevku, kde sa píše, že Telekom pokrýva 99,1 % populácie. Cieľom bolo upriamiť pozornosť aj na obrázok, kde táto informácia chýba a používa 4G+5G mapu pokrytia územia, s ktorou sa pracuje v otázkach nižšie. Nadpis spolu s mapou takto môžu vyvolávať iný dojem a zavádzať. Súťažiaci/-e si mohli aj vyhľadať rozdiel medzi pokrytím populácie a pokrytím územia.



Vyhľadaj, odkiaľ pochádza mapa na Startitup príspevku.

- a) Mapa pochádza z Telekom webstránky.
- b) Startitup je pôvodný zdroj mapy, vyrobili ju.
- c) Mapa pochádza z MojAndroid článku z decembra 2025.
- d) Mapa pochádza z Refresher článku z júna 2024.



Správna odpoveď

- a) Mapa pochádza z Telekom webstránky.



Vysvetlenie:

Na správne riešenie úlohy mohli súťažiaci/-e použiť GoogleLens na mapu na obrázku, kde vyskočia rôzne články (napr. článok od MôjAndroid alebo Refresher), a neskôr aj samotný Telekom. V MôjAndroid článku aj Refresher článku je uvedený ako zdroj mapy Telekom. Súťažiaci/-e mohli ísť aj priamo na webstránku Telekomu, kde sa nachádza identická interaktívna mapa.

Zuzka nevie veľa o reklamách, ale čím viac sa pozerá na príspevok, tým viac chce overiť, či spĺňa všetky pravidlá férovej komunikácie s používateľmi. Začala hľadať na internete relevantné zdroje a našla Etický kódex reklamnej praxe.



Pracuj s Etickým kódexom reklamnej praxe. Na riešenie ďalších otázok sa sústreď na Článok 2 - Článok 4.

Správne priradi prvky Startitup príspevku k pojmom z Etického kódexu:

Komunikačné médium	Užívateľ Instagramu a (potenciálny) klient Telekomu, ktorý je dobre informovaný a v rozumnej miere chápe rôzne faktory.
Priemerný spotrebiteľ	Startitup Instagram.
Súťažiteľ	Telekom.



Správna odpoveď

Komunikačné médium - Startitup Instagram.

Priemerný spotrebiteľ - Užívateľ Instagramu a (potenciálny) klient Telekomu, ktorý je dobre informovaný a v rozumnej miere chápe rôzne faktory.

Súťažiteľ - Telekom.

Môžeme príspevok Startitup považovať za reklamu?

- Áno, pretože príspevok je forma verejnej propagácie a jeho účelom je ovplyvniť správanie spotrebiteľa.
- Áno, pretože príspevok je forma verejnej propagácie a nachádza sa na sociálnej sieti, čo je ustanovená platforma pre reklamu.
- Nie, pretože príspevok síce je forma verejnej propagácie, ale sociálne siete nie sú ustanovenou platformou reklamy.
- Nie, pretože príspevok síce je forma verejnej propagácie, ale jeho účelom nie je ovplyvniť správanie spotrebiteľa.



Správna odpoveď

- Áno, pretože príspevok je forma verejnej propagácie a jeho účelom je ovplyvniť správanie spotrebiteľa.



Vysvetlenie:

Cieľom tejto úlohy bolo predstaviť oficiálny zdroj, Etický kódex reklamnej praxe, a ukázať, že za reklamami existujú pravidlá férovej praxe, ktoré majú chrániť

spotrebiteľa pred zavádzajúcim obsahom. Súťažiaci/-e tak mali možnosť pracovať s novým typom dokumentu.

Prvá otázka mala súťažiacim pomôcť sa zorientovať v kódexe a stačilo si pozrieť definície v určenom rozmedzí článkov, konkrétne v článku 3.

Na riešenie druhej otázky bolo potrebné pracovať s celým rozmedzím určených článkov a správne ich interpretovať:

Odpoveď a) je správna, pretože v článku 2 sú sociálne siete ustanovené ako forma verejnej propagácie a charakter príspevku na Instagrame zodpovedá účelu ovplyvniť spotrebiteľa rôznymi ponukami a informáciami.

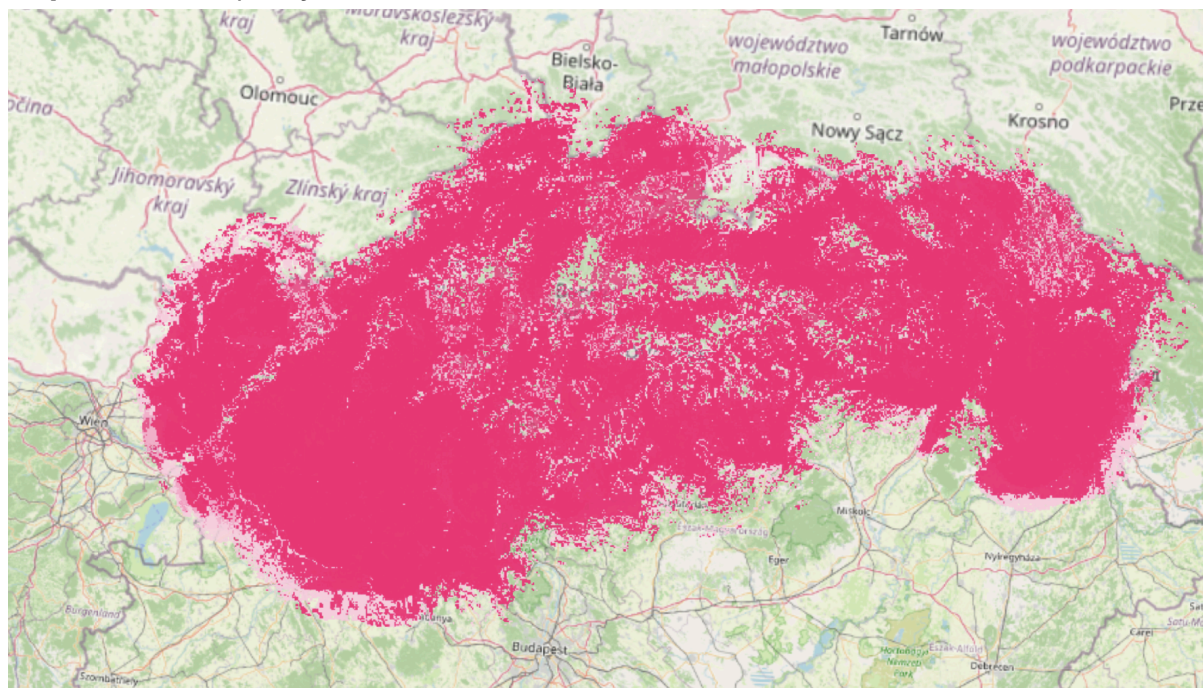
Odpoveď b) je nesprávna, pretože jej zdôvodnenie na reklamu je nedostatočné. Príspevok je reklamou kvôli jeho charakteru, a v článku 2 sa píše, že na sociálne siete sa prihlíada, iba pokiaľ príspevok na sociálnej sieti spĺňa finančnú odplatu a ovplyvňovanie spotrebiteľa.

Odpoveď c) a d) sú preto nesprávne.

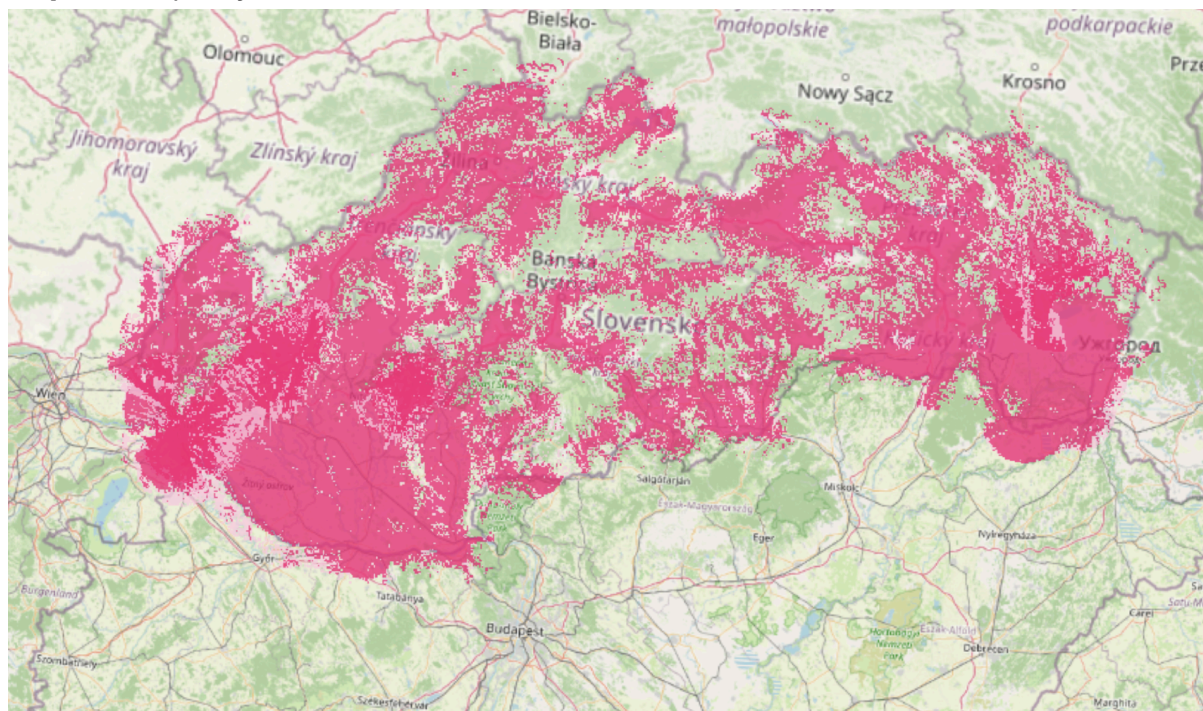
V realite právo na interpretáciu Kódexu a vyhodnotenie situácie má výlučne Rada pre reklamu.

Po tom, ako si Zuzka vyjasnila miesto príspevku v rámci Etického kódexu, sa zase pozrela bližšie na obsah príspevku. Na webstránke *Úradu pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb* našla dostupné mapy pokrytia mobilným signálom rôznych operátorov. Nižšie sú 2 grafy pre Telekom.

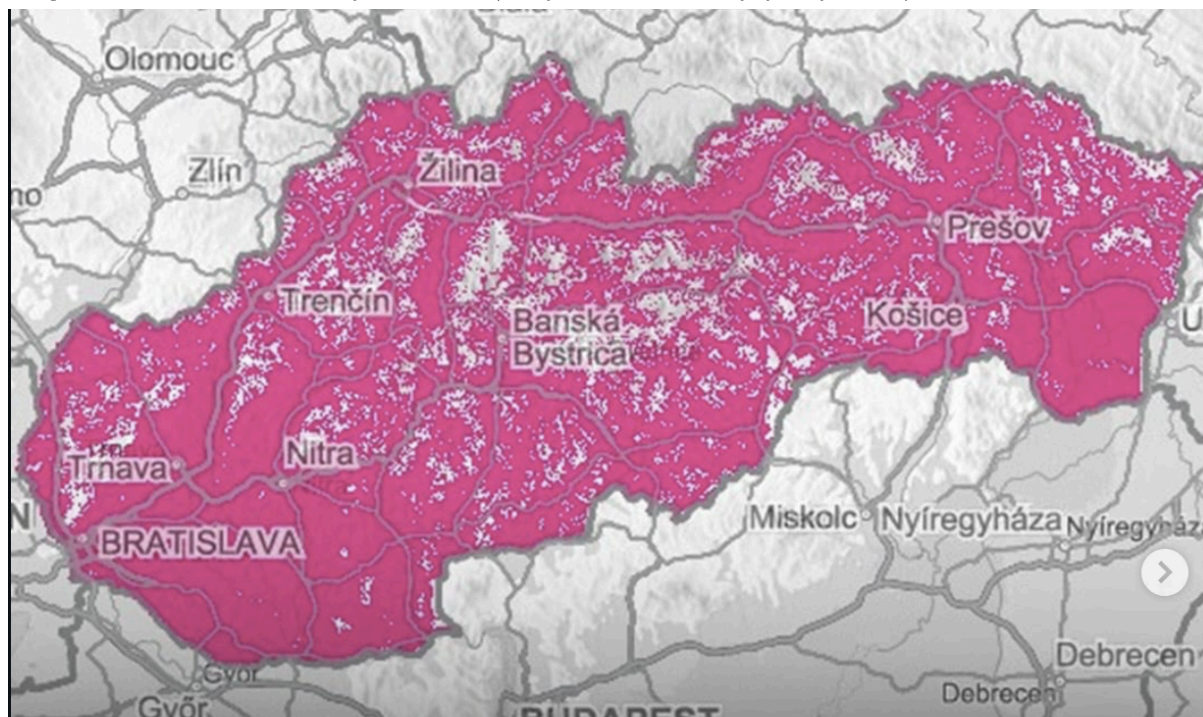
Mapa 1: 4G + 5G pokrytie Telekom



Mapa 2: 5G pokrytie Telekom



Mapa 3: Interaktívna mapa 2G-5G (mapa zo Startitup príspevku)



Zuzka si prečítala popis Startitup príspevku a porovnala medzi sebou mapy. Začala uvažovať, aké využitie by mohla mať každá mapa.



Ktorú z daných máp by si použil/a v obsahovo rovnakom príspevku z rôznych pozícií?

Pomôcka: obsahom príspevku myslíme informovanie o pokrytí Telekomom a potom konkrétne zameranie na 5G sieť.

Etický novinár s cieľom najobjektívnejšie informovať o 5G pokrytí.	Mapa 3: Interaktívna mapa 2G-5G (mapa zo Startitup príspevku).
Reklamná agentúra s finančným cieľom čo najlepšie vykresliť zadávateľa reklamy.	Mapa 2: 5G pokrytie Telekom.
Webstránka operátora s cieľom poskytnúť užívateľom čo najviac informácií.	Mapa 1: 4G + 5G pokrytie Telekom.



Správna odpoveď

Etický novinár s cieľom najobjektívnejšie informovať o 5G pokrytí. – **Mapa 2:** 5G pokrytie Telekom.

Reklamná agentúra s finančným cieľom čo najlepšie vykresliť zadávateľa reklamy. – **Mapa 1:** 4G + 5G pokrytie Telekom.

Webstránka operátora s cieľom poskytnúť užívateľom čo najviac informácií. – **Mapa 3:** Interaktívna mapa 2G-5G (mapa zo Startitup príspevku).



Vysvetlenie:

Cieľom tejto úlohy bolo ukázať a uvažovať o tom, ako aj výber vizuálnych prvkov a dát (ako mapy) ovplyvňuje informácie, ktoré sa snaží niekto komunikovať.

Cieľ **etického novinára** je čo najobjektívnejšie informovať o 5G pokrytí Telekomu, najlepšia mapa na takúto komunikáciu je teda **5G pokrytie**, ktoré priamo ukazuje túto informáciu.

Reklamná agentúra nasleduje finančné ciele a chce čo najlepšie vykresliť zadávateľa reklamy. Na toto zobrazenie najlepšie slúži **4G + 5G mapa**, pretože ukáže najväčšie pokrytie. Z predošlých úloh však musia dbať aj na férovosť tejto komunikácie, aby spotrebiteľa týmito údajmi nezavádzali.

Operátor chce poskytnúť svojim klientom čo najviac informácií, čo **interaktívna mapa**, na ktorej sa dajú pozrieť konkrétne miesta a ich 5G pokrytie, obsiahne najlepšie.

Po pozretí rôznych máp Zuzka dospela k úvahe, akú rolu hrajú grafické a dátové prvky vo verejnej komunikácii. Zuzka si uvedomila význam Etického kódexu v tomto kontexte a koľko rôznych pravidiel sa môže skrývať za jednoduchými príspevkami.

Zhodnot' morálnosť postupu Startitup príspevku o Telekome.

Na základe informácií, ktoré si počas vypracovania tejto úlohy získal/a, v 2-3 vetách zhodnot' celkovú morálnosť postupu Startitup príspevku.

Otázky, ktoré ti môžu pomôcť pri písaní:

- Je tento príspevok reklama? Aký cieľ sledujú Startitup či Telekom?
- Ako Startitup využil mapu v príspevku o Telekome?
- Prebehla komunikácia s užívateľmi férovo? (môžeš si pomôcť Etickým kódexom a článkami, ktoré si používal/a).



Správna odpoveď

- 1) **Reklama:** Príspevok na Startitup-e by sme mohli označiť za reklamu, pretože ide o formu verejnej propagácie, ktorá chce ovplyvniť spotrebiteľa poskytovaním informácií o produkte. Telekom aj Startitup tým sledujú finančné ciele.
- 2) **Mapa:** Ide o tendenčné skreslenie mapy – aj pokiaľ je mapa v príspevku iba ilustračná, môže zavádzať spotrebiteľa.
- 3) **Férová komunikácia:** Celý príspevok by sme teda mohli označiť za neférovú komunikáciu a netransparentnú reklamu (Čl. 4). Po prvé, príspevok nie je označený za reklamu, aj keď propaguje produkt za finančným cieľom. Po druhé, používajú nesprávne a zavádzajúce údaje.



Hodnotenie:

Odpoveď získala 3 body, ak určila príspevok za reklamu a spomenula neférovosť či nemorálnosť postupu Startitup príspevku. Najlepšie odôvodnenie spomenie tendenčné skreslenie mapy a chýbajúce označenie reklamy.

Odpoveď získala 2 body, ak pomenovala aspoň jeden z dvoch znakov (neoznačenie reklamy alebo skreslenie mapy) a vyhodnotila príspevok za potenciálne neférový.

Odpoveď získala 1 bod, ak označila postup za neférový či nemorálny, alebo spomenula jeden zo znakov – skreslenie mapy alebo neoznačenie reklamy.

Zdroje:

- [Telecom mapa](#)
- [Úrad pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb - mapy pokrytia](#)
- [Etický kódex Rady pre reklamu](#)
- [Rada pre reklamu](#)
- [Startitup instagramový príspevok](#)

Over tvrdenia v statuse

Prečítaj si nasledujúci status a odpovedz na otázky:

Narazila som na tento prieskum od DigiQ ohľadom toho, ako mladí používajú sociálne siete. Tie čísla sú šokujúce!

Skoro 90 % základuškolákov už používa Instagram DENNE - veď tam sa rátajú aj sedemročné deti, to je strašné. A že len približne 20 % dievčat z prieskumu nepoužíva Snapchat, to ma naozaj prekvapilo. Myslela som si, že ten už je dávno zabudnutý.

A chápete to, že štyri z týchto najpoužívanějších aplikácií v skutočnosti vlastní jedna firma? Akú moc má nad osudmi našich mladých.

Aspoň že tretina opýtaných chalanov na základných školách nepoužíva ten otrasný čínsky Tiktok...

✓ - používa ✗ - nepoužíva 📅 - používa každodenne		♂	♀	zš	sš
	Whatsapp ✓ 68,4 → denne 21,5 tyždenne 24,9 mesačne 22,0 ✗ 31,6	✓ 66,0 ✗ 34,0 📅 22,7	✓ 71,0 ✗ 29,0 📅 20,3	✓ 78,8 ✗ 21,2 📅 35,0	✓ 65,3 ✗ 34,7 📅 17,4
	YouTube ✓ 96,9 → denne 39,6 tyždenne 34,8 mesačne 22,5 ✗ 3,1	✓ 99,0 ✗ 1,0 📅 56,0	✓ 94,8 ✗ 5,2 📅 22,4	✓ 94,2 ✗ 5,8 📅 43,6	✓ 97,8 ✗ 2,2 📅 38,3
	Instagram ✓ 98,8 → denne 94,7 tyždenne 3,6 mesačne 0,5 ✗ 1,2	✓ 98,7 ✗ 1,3 📅 95,0	✓ 99,0 ✗ 1,0 📅 94,4	✓ 97,1 ✗ 2,9 📅 89,1	✓ 99,3 ✗ 0,7 📅 96,4
	TikTok ✓ 73,4 → denne 51,4 tyždenne 15,0 mesačne 7,0 ✗ 26,6	✓ 66,3 ✗ 33,7 📅 37,7	✓ 80,8 ✗ 19,2 📅 65,7	✓ 74,5 ✗ 25,5 📅 51,1	✓ 73,1 ✗ 26,9 📅 51,4
	Snapchat ✓ 77,0 → denne 61,9 tyždenne 9,4 mesačne 5,6 ✗ 23,0	✓ 74,3 ✗ 25,7 📅 60,0	✓ 79,7 ✗ 20,3 📅 64,0	✓ 78,8 ✗ 21,2 📅 54,7	✓ 76,4 ✗ 23,6 📅 64,1
	Facebook ✓ 66,7 → denne 10,2 tyždenne 21,0 mesačne 35,5 ✗ 33,3	✓ 60,7 ✗ 39,3 📅 10,0	✓ 73,1 ✗ 26,9 📅 10,5	✓ 54,0 ✗ 46,0 📅 7,3	✓ 70,6 ✗ 29,4 📅 11,1
	Messenger ✓ 83,3 → denne 37,4 tyždenne 30,0 mesačne 15,9 ✗ 16,7	✓ 83,3 ✗ 16,7 📅 34,3	✓ 83,2 ✗ 16,8 📅 40,6	✓ 76,6 ✗ 23,4 📅 29,9	✓ 85,3 ✗ 14,7 📅 39,6



Existuje naozaj tento prieskum? Pokús sa dohľadať zdroj na základe informácií v statuse. Vlož link na prieskum tu:
(Ak prieskum neexistuje, napíš "neexistuje")



Správna odpoveď

<https://digiq.sk/wp-content/uploads/2025/09/Sprava-z-prieskumu-digitalna-verzia.pdf>



Vysvetlenie:

Cieľom otázky bolo naučiť súťažiacich dohľadávať primárne zdroje informácií. V informačno-mediálnom priestore sa často spomínajú rôzne výskumy a prieskumy, avšak pokiaľ ich nevieme dohľadať, nemôžeme overiť ich dôveryhodnosť.

Stačilo do vyhľadávača zadať **klúčové slová** zo statusu, napr. “DigiQ”, “prieskum” či “sociálne siete” a potom nájsť správu z prieskumu, v ktorej sa nachádza aj táto tabuľka s dátami.

Pozor, **nestačilo uviesť** webstránku DigiQ, na ktorej sú zhrnuté závery prieskumu. Toto bol pre mnohých prvý výsledok vo vyhľadávači a aj častá nesprávna odpoveď.



Ktoré z tvrdení v statuse sú fakticky pravdivé a vyplývajú z prieskumu?

- a) **Skoro 90 % základoškolákov už používa Instagram DENNE** – ved’ **tam sa rátať aj sedemročné deti**, to je strašné.
- b) A že len **približne 20 % dievčat z prieskumu nepoužíva Snapchat**, to ma naozaj prekvapilo.
- c) A chápete to, že **štyri z týchto aplikácií v skutočnosti vlastní jedna firma**?
- d) Aspoň že **tretina opýtaných chalanov na základných školách nepoužíva** ten otrasný čínsky **Tiktok**...



Správna odpoveď

b) a c)



Vysvetlenie:

Cieľom druhej otázky bolo naučiť súťažiacich overovať či sú dáta nielen z dôveryhodného zdroja, ale aj správne interpretované.

Tvrdenie a) nie je pravdivé, lebo vo výskume sú deti až od veku 10 rokov. Toto sa nedalo vyčítať priamo z tabuľky, takže išlo o náročnejšiu otázku – súťažiaci sa museli vrátiť k správe z prieskumu a tam na strane 5 je sekcia “Participantí”, v ktorej sa uvádza vek detí, ktorých sa prieskum týkal.

Tvrdenie b) vyplýva z tabuľky celkom jednoznačne – v riadku Snapchat a stĺpci s ženským symbolom sa nachádza hodnota 20,3%.

Tvrdenie c) je pravdivé – aplikácie Facebook, Messenger, WhatsApp a Instagram vlastní veľká technologická firma Meta.

Tvrdenie d) nevyplýva, lebo vieme, že približne tretina chlapcov nepoužíva Tiktok, ale to sú chlapci zo základných aj stredných škôl.

 O aký typ zdroju ide? Je tento zdroj informácií dôveryhodný?

- a) Ide o vedeckú štúdiu od vysokoškolských akademikov – dôveryhodný zdroj
- b) Ide o správu z prieskumu od neziskovej organizácie – dôveryhodný zdroj
- c) Ide o správu z prieskumu od Ministerstva školstva – dôveryhodný zdroj
- d) Ide o článok z dezinformačného média – nedôveryhodný zdroj
- e) Zdroj neexistuje



Správna odpoveď

b)



Vysvetlenie:

Ide o dôveryhodný prieskum, ktorý má jasne popísané metódy postupu pri zbieraní dát. Vytvorila ho nezisková organizácia DigiQ, ktorá sa zameriava na vzdelávanie v oblasti digitálnej gramotnosti. Ministerstvo školstva finančne podporilo vznik tohto prieskumu, ale nie sú autorom. Správna odpoveď je teda b).

Zdroje:

- [DigiQ prieskum](#)