

SZKOŁA PODSTAWOWA

LEKCJA 2.



45 MINUT

TEMAT LEKCJI:

KASYNO ZAWSZE WYGRYWA

CEL GŁÓWNY

Rozwijanie krytycznego myślenia i umiejętności oceny opłacalności gier losowych poprzez analizę zasad gry, kosztów, wypłat, prawdopodobieństwa oraz sposobu prezentowania wygranych w reklamie i mediach.

DATA PRZEPROWADZENIA LEKCJI

Opracowanie merytoryczne Fundacja Mentalnie Równi
Materiał edukacyjny zweryfikowany pod kątem merytorycznym,
metodycznym i dydaktycznym przez Ośrodek Rozwoju Kompetencji
Edukacyjnych

LEKCJA 2.

PO ZAJĘCIACH UCZEŃ:

- rozumie, że pojedyncza wygrana nie oznacza, że gra jest opłacalna dla gracza
- wyjaśnia prostymi słowami, czym jest przewaga organizatora (house edge)
- odróżnia koszt udziału, szansę na wygraną, wysokość wypłaty i pełny bilans
- rozumie, że organizator nie musi wygrywać każdej rundy, aby zarabiać w długim okresie
- dostrzega różnicę między krótką historią wygranej a bilansem wielu prób
- analizuje, co reklama wygranej pokazuje, a co może pomijać
- rozpoznaje, że kod promocyjny, bonus lub link influencera może być elementem modelu biznesowego
- potrafi wskazać finansowe i pozafinansowe koszty grania
- zadaje pytania: „Kto na tym zarabia?”, „Ile kosztują wszystkie próby?” i „Czy widzę pełny bilans?”.

METODY PRACY:

- dyskusja problemowa
- analiza przypadku
- praca z danymi
- „prawda czy mit?”
- analiza reklamy / komunikatu
- praca z materiałem filmowym
- praca grupowa



FORMY PRACY:

- indywidualna
- w parach
- w małych grupach
- z całą klasą



ŚRODKI DYDAKTYCZNE

- tablica lub ekran
- kartki / żetony papierowe do symulacji
- karty z opisami gier i reklam
- kalkulator (opcjonalnie)
- komputer i projektor do filmu

„WYGRAŁEM 50 ZŁ!” CZY TO ZNACZY, ŻE ZAROBIŁEM?

WPROWADZENIE

Nauczyciel przedstawia historię:

**„Olek pokazuje znajomym screen:
WYGRAŁEM 50 ZŁ!
Jest przekonany, że gra mu
się opłaca.”**

Następnie ujawnia kolejne informacje:

**wcześniej wykonał 12
prób po 5 zł.**

Uczniowie odpowiadają:

**Czy 50 zł wygranej oznacza
50 zł zysku? Co jeszcze trzeba
wiedzieć, zanim ocenimy wynik?**

Nauczyciel zapisuje na tablicy:

**WYGRANA $\neq$ ZYSK.
Do oceny potrzebny
jest pełny bilans.**



GRA JAKO PRODUKT: KTO NA NIEJ ZARABIA?

NAUCZYCIEL PYTA:

„Gdyby firma przez długi czas wypłacała graczom więcej pieniędzy, niż od nich otrzymuje, czy mogłaby działać jako biznes?”



Wprowadza pojęcie przewagi organizatora: zasady mogą być skonstruowane tak, aby przy bardzo wielu próbach organizator średnio otrzymywał więcej, niż wypłaca.



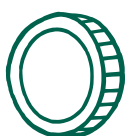
WAŻNE:

Nie oznacza to, że organizator wygrywa każdą rundę. Pojedynczy gracz może wygrać.

SYMULACJA „MAŁA PRZEWAGA, WIELE PRÓB”

DOŚWIADCZENIE Z MONETA

Uczniowie pracują w grupach. Każda grupa otrzymuje



**20 papierowych
żetonów**



kostkę

Nie używamy prawdziwych pieniędzy.

ZASADA SYMULACJI:

za każdą próbę gracz oddaje 2 żetony. Przy wyrzuceniu 6 otrzymuje 8 żetonów, przy innych wynikach kostką, nic nie otrzymuje. Grupa wykonuje 18 prób i zapisuje: ile żetonów wpłacono, ile wypłacono, jaki jest bilans gracza i organizatora.

Po symulacji grupy porównują wyniki.

NAUCZYCIEL PODKREŚLA,

**że pojedyncza seria może
wyglądać różnie, dlatego
ważne są zasady i wiele prób,
a nie jedna emocjonująca historia.**

„DUŻA NAGRODA” NIE ZNACZY „DOBRA GRA”

Nauczyciel pokazuje dwa komunikaty:

A.

„Wygraj 1000 zł!”

B.

**„Koszt jednej próby: 5 zł.
Szansa na główną
nagrodę jest mała.”**

Uczniowie odpowiadają:

**Który komunikat bardziej
przyciąga uwagę? Który daje
więcej informacji potrzebnych
do podjęcia decyzji?**

HASŁO:

**NIE KUPUJESZ WYGRANEJ.
KUPUJESZ SZANSĘ NA
WYGRANĄ.**

REKLAMA KONTRA PEŁNY BILANS

Grupy otrzymują fikcyjny post influencera:

**„Ale siadło!
500 zł wygranej!
Z moim kodem
START dostajesz
bonus.
Link w bio.”**



ZADANIE:

podkreślcie, co widzimy
w komunikacie, a następnie dopiszcie, czego nie wiemy.

Uczniowie mogą wskazać m.in.: wcześniejsze wydatki, liczbę prób, prawdopodobieństwo, warunki bonusu, ewentualną współpracę reklamową, korzyść autora z kliknięcia.
oraz/lub (w zależności od czasu i liczebności grupy)

„ZAPROJEKTUJ UCZCIWY KOMUNIKAT”

Grupy otrzymują atrakcyjny, ale niepełny komunikat o grze. Ich zadaniem jest stworzenie wersji, która nadal jest zrozumiała, ale pokazuje także koszt udziału, brak gwarancji wygranej, znaczenie wielu prób oraz interes finansowy organizatora. Na koniec klasa odpowiada: „Czy po dodaniu pełniejszych informacji komunikat jest równie zachęcający? Dlaczego?”

REKLAMA KONTRA PEŁNY BILANS

PROPOZYCJA KOMUNIKATU DO ĆWICZENIA

MEGA BOX – OTWÓRZ I SPRAWDŹ, CO TRAFISZ!

NAGRODA GŁÓWNA: 5000 MONET! ★

TYLKO DZISIAJ – PIERWSZE OTWARCIE GRATIS!

**W środku czekają SUPER NAGRODY: monety,
wyjątkowe skórki i przedmioty specjalne!**

**Jedno kolejne otwarcie – tylko 4,99 zł
Kacper właśnie trafił 2000 monet!**

**A CO TRAFI SIĘ TOBIE?
OTWÓRZ TERAZ**

(Pod spodem, małym drukiem:)

Zawartość skrzynki przyznawana jest losowo.
Poszczególne nagrody występują z różną
częstotliwością.

ZADANIE DLA UCZNIÓW: **„ZAJRZYJ ZA REKLAMĘ”**



Grupa ma odpowiedzieć na cztery pytania:

Co reklama pokazuje? – np. dużą nagrodę, zwycięzcę, „gratis”, niską cenę jednej próby.

Jakich emocji próbuje użyć? – ciekawości, ekscytacji, poczucia okazji, presji „tylko dzisiaj”.

Czego reklama nam nie mówi? – jaka jest szansa na 5000 monet, ile przeciętnie trzeba otworzyć skrzynek, ile można wydać łącznie, ilu graczy nic wartościowego nie otrzymało.

Kto zarabia, kiedy naciskamy „OTWÓRZ TERAZ”?

Na końcu uczniowie mają przerobić reklamę na uczciwy komunikat, np.:



BILANS NIE TYLKO PIENIĘDZY

Uczniowie dzielą kartkę na dwie części:



**„Co mogę
chwilowo
zyskać?”**

**„Co mogę
stracić?”**

Obok pieniędzy nauczyciel zachęca do uwzględnienia czasu, snu, nauki, relacji, stresu i koncentracji.

PYTANIE:

**Czy niska cena jednej
próby oznacza niski
koszt całej aktywności?**





PRAWDA CZY MIT?

Nauczyciel czyta zdania, a uczniowie pokazują **PRAWDA / MIT**:

„Kasyno musi wygrać każdą rundę,
żeby zarabiać”

„Pojedyncza wygrana dowodzi,
że gra jest opłacalna”

„Duża nagroda może występować
w grze niekorzystnej dla gracza”

„Mała cena jednej próby nie mówi,
ile wydamy łącznie.”



EWALUACJA LEKCJI

PO ZAJĘCIACH UCZEŃ:

Uczeń kończy dwa zdania:

„Pojedyncza wygrana nie dowodzi, że...”

oraz

**„Zanim uwierzę reklamie dużej wygranej,
sprawdzę / zapytam o...”.**



WSKAZÓWKI METODYCZNE DLA NAUCZYCIELA



- 1. Nie używaj prawdziwych pieniędzy ani nagród w symulacjach.** Ćwiczenie ma ujawniać mechanizm, a nie odtwarzać hazard.
- 2. Nie ucz strategii zwiększania skuteczności obstawiania.** Analizuj zasady, koszty, prawdopodobieństwo i interes organizatora.
- 3. Zadawaj pytania wymagające danych:** „Skąd to wiemy?”, „Jakiego elementu bilansu brakuje?”, „Kto odnosi korzyść finansową?”.
- 4. Wyraźnie odróżniaj pojedynczy wynik od długoterminowej opłacalności.** To główna oś lekcji.
- 5. Przy analizie reklam używaj materiałów fikcyjnych lub zanonimizowanych.** Nie eksponuj marek bukmacherskich ani kodów, które mogłyby działać promocyjnie – zachęcająco do aktywności.
- 6. Bądź ostrożny w osądach i działaniu,** jeśli pojawią się osobiste historie uczniów, nie wymagaj ujawniania doświadczeń i nie oceniaj ich publicznie.