

SZKOŁA PONADPODSTAWOWA

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?”
- rozumie intuicyjnie pojęcie wartości oczekiwanej jako średniego rezultatu przy wielu powtórzeniach
- potrafi wykonać prostą analizę oczekiwanej wypłaty i porównać ją z kosztem udziału
- krytycznie ocenia konstrukcję bonusów, promocji i komunikatów bukmacherskich.

METODY PRACY:

- dyskusja problemowa
- symulacja dydaktyczna bez użycia pieniędzy
- 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



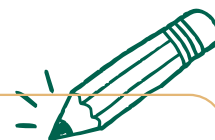
ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

„WYGRAŁEM” A „ZAROBILEM”

Nauczyciel pokazuje komunikat:

**„Wygrałem 800 zł
w zakładach”.**



Uczniowie mają wypisać, jakich danych brakuje,
aby stwierdzić, czy osoba rzeczywiście zarobiła.

NAUCZYCIEL DOPOWIADA:

**Łączna suma wpłat
w miesiącu
wyniosła 1150 zł.**

Uczniowie obliczają bilans i formułują wniosek.



SKĄD BIERZE SIĘ PRZEWAGA ORGANIZATORA?

Nauczyciel wprowadza pojęcie **house edge**:

przewaga wynika z zasad, relacji między prawdopodobieństwem a wypłatą oraz kosztu udziału. Nie wymaga wygrania każdej rundy przez organizatora.

PYTANIE PROBLEMOWE:

„Dlaczego firma może pozwolić części klientów wygrać duże kwoty i nadal zarabiać?”



Uczniowie wskazują znaczenie liczby uczestników, liczby prób i konstrukcji wypłat.

WARTOŚĆ OCZEKIWANA BEZ STRASZENIA MATEMATYKĄ

Nauczyciel proponuje hipotetyczną grę:

udział kosztuje 10 zł.

W 1 na 5 przypadków gracz otrzymuje **30 zł**,
w pozostałych nic.

UCZNIOWIE ANALIZUJĄ

100 hipotetycznych prób:
koszt wszystkich prób = 1000 zł;
około 20 wygranych $\times$ 30 zł = 600 zł wypłat.
Średni bilans graczy wynosi około -400 zł,
czyli -4 zł na próbę.

NAUCZYCIEL WYJAŚNIA:

wartość oczekiwana nie mówi, co
wydarzy się w jednej konkretnej rundzie.
Opisuje, do czego prowadzą zasady
średnio przy bardzo wielu próbach.

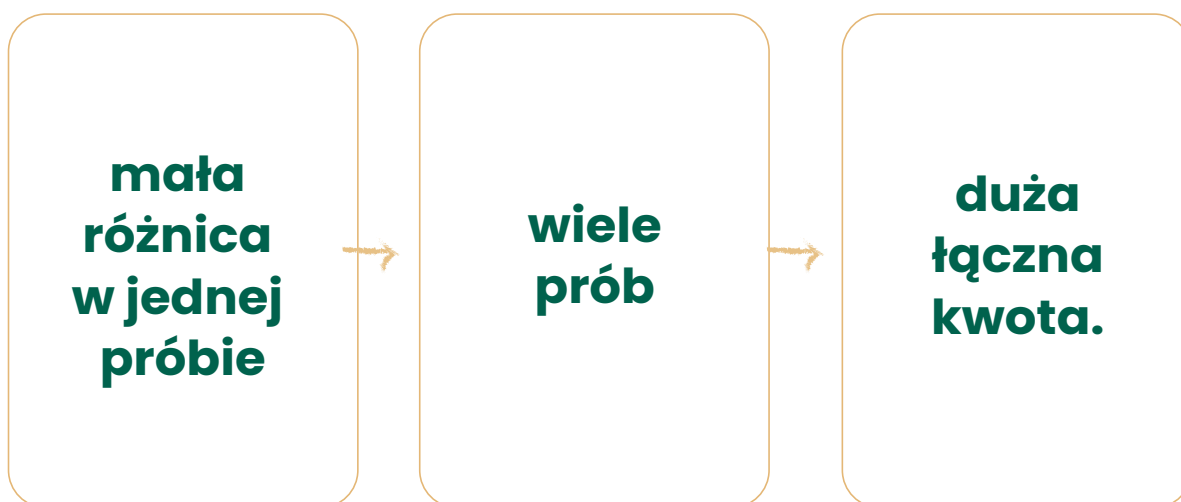
MAŁA PRZEWAGA × SKALA

GRUPY ODPOWIADAJĄ NA PYTANIE:

„Co stanie się z niewielką przewagą organizatora, jeśli tysiące osób wykonują po wiele prób?”



UCZNIOWIE TWORZĄ PROSTY SCHEMAT:



NAUCZYCIEL ZWRACA UWAGĘ, ŻE

krótkoterminowy wynik konkretnej osoby może odbiegać od średniej, ale nie zmienia to konstrukcji zasad.

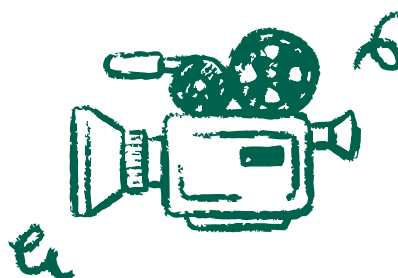
FILM: APLIKACJA BUKMACHERSKA JAKO ZAPROJEKTOWANY PRODUKT

Proponowany materiał:

**TED-Ed „The clever trick used
by sports betting apps”.**

https://www.ted.com/talks/shannon_odell_the_clever_trick_used_by_sports_betting_apps

Film omawia m.in. mechanizmy aplikacji bukmacherskich, poczucie kontroli i rozwiązania podtrzymujące zaangażowanie.



Przed filmem uczniowie otrzymują trzy pytania:

- 1) **Co jest produktem?**
- 2) **Na czym zarabia organizator?**
- 3) **Jakie mechanizmy mogą skłaniać użytkownika do kolejnej aktywności?**

PO FILMIE KRÓTKA DYSKUSJA:

czy „łatwość obstawienia” zmienia matematyczne ryzyko?



REKLAMA POD LUPĄ: HIGHLIGHT ZAMIAST BILANSU

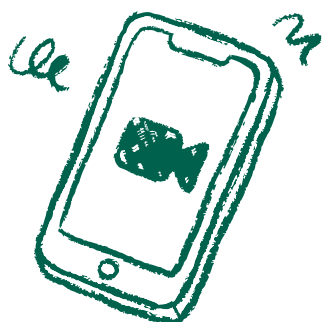
Grupy analizują fikcyjny post:

**„+2400 zł! Wiedziałem, że wejdzie.
Z kodem MAX dostajesz bonus na start.”**

TWORZĄ DWIE KOLUMNY INFORMACJI:

„Co pokazuje?”

**„Czego
nie pokazuje?”**



Powinny pojawić się m.in.
liczba wcześniejszych
zakładów, suma wpłat,
warunki bonusu,
prawdopodobieństwo,
możliwa prowizja afiliacyjna
lub współpraca reklamowa.



PEŁNY BILANS: PIENIĄDZE, CZAS, KONSEKWENCJE

UCZNIOWIE SPORZĄDZAJĄ

**bilans potencjalnych
krótkoterminowych korzyści**

**emocje,
rozrywka,
przynależność**

i kosztów

**pieniądze,
czas,
sen,
stres,
nauka/praca,
relacje)**



PYTANIE:

**co wpływa na to, że gracz
nie postrzega ryzyka?**





TRZY PYTANIA PRZED DECYZJĄ

UCZNIOWIE ODPOWIADAJĄ NA TRZY PYTANIA:



1. „Czy patrzę na pojedynczą historię, czy pełny bilans?”
2. „Ile kosztują wszystkie próby?”
3. „Kto na tym zarabia?”.

NAUCZYCIEL KOŃCZY ZDANIEM:

możliwość wygranej nie jest tym samym co opłacalność.

EWALUACJA LEKCJI

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.



MATERIAŁ FILMOWY

TED-Ed: „The clever trick used by sports betting apps”

– materiał anglojęzyczny.

Oficjalna strona TED-Ed zawiera film i materiały do pytań/dyskusji. Nauczyciel może wykorzystać cały film lub wybrany fragment.

<https://www.ted.com/search?q=The%20clever%20trick%20used%20by%20sports%20betting%20apps>

