



Európska únia
Európsky sociálny fond

Moderné vzdelávanie pre vedomostnú spoločnosť / Projekt je spolufinancovaný zo zdrojov EÚ

Jana Tomášková

Argumentácia v škole i bežnom živote

2015

Publikácia bola vydaná a financovaná z prostriedkov ESF
v rámci národného projektu Profesijný a kariérový rast
pedagogických zamestnancov.
ITMS kód projektu 26120130002
ITMS kód projektu 26140230002

Argumentácia v škole i bežnom živote

Jana TOMÁŠKOVÁ

Bratislava 2015

OBSAH

Úvod	5
1 Ciele vzdelávacieho programu a požiadavky na jeho ukončenie	6
2 Požiadavky na rozvoj argumentačných zručností v pedagogických dokumentoch	9
3 Presviedčanie (presvedčovanie) a argumentácia	11
3.1 Činitele persuázie	12
3.2 Emocionálne a racionálne presviedčanie	14
3.3 Argumentačný text	19
4 Prekážky logického myslenia pri presviedčaní	23
Zoznam bibliografických odkazov	28
Prílohy	30

Úvod

Vážení účastníci vzdelávacieho programu, študijný text je učebným zdrojom vzdelávacieho programu *Rozvoj schopností v argumentácii na vyučovaní jazykovej zložky predmetu slovenský jazyk a literatúra*, ktorého hlavným cieľom je rozšírenie a aktualizovanie profesijných kompetencií učiteľa pri riadení vyučovacieho procesu, v ktorom žiaci analyzujú, hodnotia a tvoria argumentačné texty v ústnej i písomnej jazykovej komunikácii. Obsahom učebného zdroja je inovatívny pohľad na techniky ovplyvňovania účastníkov komunikácie, ktoré sú využiteľné nielen v školskej praxi, ale aj v bežnom živote. Cesta k nadpredmetovej kompetencii – vedieť argumentovať – vedie cez postupné rozvíjanie zručnosti vyjadriť svoj názor, zdôvodniť svoje stanovisko až po prednesenie „vífazného argumentu“. Prvky argumentácie môžeme nájsť v písomných i ústnych slohových žánroch/útvaroch. Do príloh učebného zdroja sme zaradili pracovné východiskové texty, ku ktorým sú navrhnuté úlohy. Spätnú väzbu k riešeniu úloh poskytne lektorka účastníkom kurzu na prezenčnom vzdelávaní.

Autorka

1| Ciele vzdelávacieho programu a požiadavky na jeho ukončenie

Kurikulárna transformácia predmetu slovenský jazyk a literatúra zásadne zmenila jeho východiskovú didaktickú koncepciu (ŠVP ISCED 3).

„V obsahovom usporiadaní predmetu sa do popredia dostávajú komunikačné zručnosti. Najväčší akcent sa pritom kladie na vlastnú tvorbu jazykových prejavov, prácu s informáciami, čitateľskú gramotnosť, schopnosť argumentovať ap.“

Hlavný cieľ vzdelávacieho programu: hlavným cieľom programu je rozšírenie a aktualizovanie profesijných kompetencií učiteľa pri riadení vyučovacieho procesu, v ktorom žiaci analyzujú, hodnotia a tvoria argumentačné texty v ústnej i písomnej jazykovej komunikácii.

Časovo-tematický plán vzdelávacieho programu: obsah vzdelávacieho programu je rozvrhnutý do 4 tematických celkov.

1. tematický celok

Téma	Forma	Časový rozsah
Štandardizované jazykovedné pojmy viažuce sa na oblasť argumentácie a argumentačných textov v cieľových požiadavkách na maturitu jazykovej zložky predmetu slovenský jazyk a literatúra	prezenčná	2
Pojmový aparát oblasti argumentácia a argumentačný text v ŠVP a ŠkVP	prezenčná	4

2. tematický celok

Téma	Forma	Časový rozsah
Presviedčanie vo vyuč. procese i v bežnom živote Racionálne presviedčanie – formy a postupy logického myslenia Argumentácia a druhy argumentov	prezenčná dištančná	12 2
Emocionálne presviedčanie	prezenčná	6

3. tematický celok

Téma	Forma	Časový rozsah
Kritériá hodnotenia žánrov jazykových štýlov v školskej praxi (výklad, úvaha, diskusný príspevok, prejav)	prezenčná	10

4. tematický celok

Téma	Forma	Časový rozsah
Argumentácia v žánroch jazykových štýlov Administratívny štýl – argumentácia v praktických písomnostiach Náučný štýl – prostriedky súdržnosti náučného štýlu, žánre výkladového slohového postupu – výklad, projekt, odborná práca, prípadová štúdia a pod.	prezenčná dištančná	10 6
Publicistický štýl – glosa, stĺpček, komentár, recenzia a pod. Rečnícky štýl – diskusný príspevok, prejav Umelecký štýl – úvaha	prezenčná	6
SPOLU		52/8

Rozsah a trvanie vzdelávacieho programu: 60 hodín (52 h prezenčne, 8 h dištančne). Vzdelávací program je určený pre kategóriu učiteľ, podkategóriu učiteľ strednej školy a učiteľ pre kontinuálne vzdelávanie.

Spôsob ukončovania vzdelávacieho programu: ukončovanie programu je súčasťou kontinuálneho vzdelávania. Vzdelávací program bude ukončený záverečnou prezentáciou pred účastníkmi vzdelávania a lektorom aktualizáčného vzdelávania.

V prípade, že pedagogický zamestnanec zvolí formu overenia profesijných kompetencií nadobudnutých výkonom pedagogickej činnosti alebo seba-vzdelávaním (podľa § 35 ods. 6 zákona č. 317/2009 Z. z.) a bude chcieť vzdelávanie ukončiť, stanovujú sa mu tieto požiadavky na ukončenie vzdelávania:

- a) odovzdá vypracované všetky zadania dištančnej formy vzdelávania,
- b) prezentuje mieru nadobudnutých kompetencií pred skúšobnou komisiou.

Požiadavky na ukončenie vzdelávacieho programu:

- účasť najmenej 80 % z celkového rozsahu prezenčnej formy vzdelávania;
- splnenie všetkých úloh z dištančnej formy vzdelávania;
- úspešné vykonanie záverečnej prezentácie pred účastníkmi vzdelávania a lektorom aktualizáčného vzdelávania podľa § 39, ods. 3 zák. č. 317/2009 Z. z.

Obsah prezentácie:

- návrh vyučovacieho bloku v jazykovej zložke predmetu slovenský jazyk a literatúra so zameraním na ciele a úlohy, ktoré rozvíjajú argumentačné zručnosti žiakov;
- spätná väzba prezentujúceho účastníka k jednému odučenému tematickému celku.

2| Požiadavky na rozvoj argumentačných zručností v pedagogických dokumentoch

Výkonový vzdelávací štandard jazykovej zložky je vypracovaný na základe obsahového vzdelávacieho štandardu a zameriava sa na postupné rozvíjanie komunikačných kompetencií. Jeho dôležitosť pre učiteľa spočíva v poznaní optimálnej a minimálnej úrovne výkonu žiaka pri rozvíjaní jednotlivých kompetencií. Rozvíjanie argumentačných a rečníckych zručností žiakov smeruje k nasledujúcim optimálnym výkonovým štandardom. (ŠVP ISCED 3A)

V rámci rozvoja jazykových kompetencií žiakov (ŠVP ISCED 3A):

- 1.1.3 dokáže vhodne začať, viesť a ukončiť komunikáciu;
- 1.2.2 vo vlastných jazykových prejavoch využíva široký repertoár slovnej zásoby;
- 1.2.5 vie vytvoriť kompozične zrozumiteľný text, v ktorom uplatní logické, časové a príčinnno-následné súvislosti textu a požiadavky slovosledu v slovenčine;
- 1.2.8 ovláda a vo vlastných jazykových prejavoch dodržiava aktuálnu jazykovú normu a zároveň je schopný zvoliť vhodné stylistické prostriedky v každej komunikačnej situácii;
- 1.2.12 ovláda a vo vlastných jazykových prejavoch dodržiava spoločenské zásady jazykovej komunikácie;
- 2.4 vie vecne reagovať na pripomienky k svojmu projektu a podporiť ich argumentmi;
- 3.1 vie racionálne využiť logické myšlienkové operácie na riešenie rôznych životných situácií.

V rámci rozvoja čitateľských kompetencií žiakov (ŠVP ISCED 3A):

- 1.3.9 dokáže posúdiť informačné zdroje, na základe ktorých bol text vytvorený;
- 1.3.10 dokáže zhodnotiť text z hľadiska jazykovej kultúry;
- 1.3.11 dokáže posúdiť subjektívnu využiteľnosť vecného textu;
- 1.3.12 na základe analýzy vie vyjadriť svoj estetický a emocionálny zážitok z prečítaného umeleckého textu a dokáže ho obhájiť;
- 1.3.13 dokáže efektívne využiť zdroje informácií pri práci s vlastným i cudzím textom;
- 1.3.14 ovláda základy kritického čítania, t. j. vie vnímať problémy nastolené textom a identifikuje chyby a protirečenia, ktoré sa v texte nachádzajú;
- 1.3.15 dokáže vyjadriť svoj názor na riešenie reálnych problémov s využitím podnetov z prečítaného textu.

Úlohy

Pracujte s prílohou A.

1. Vytvorte osnovu textu.
2. Vypíšte z textu 3 kľúčové slová.
3. Ide podľa vás o argumentačný text? Zdôvodnite svoje tvrdenie.
4. Vyhľadajte v texte argumenty a vypíšte ich.
5. Analyzujte text po obsahovej i formálnej stránke. Ktoré jazykové a čitateľské kompetencie sa môžu prostredníctvom tohto textu u žiakov rozvíjať?

3| Presviedčanie (presvedčovanie) a argumentácia

Presviedčanie predstavuje istý spôsob prikazovania, pričom je menej autoritatívne a vytvára sa ním pocit zjednocovania individuálnych a skupinových potrieb. Nejde iba o odovzdanie informácie, ale aj o ovplyvňovanie postojov, názorov alebo motívov.

Presviedčanie je spôsob komunikácie, ktorá v sebe zahŕňa ovplyvňovanie takým spôsobom, že poslucháč ochotne sám prijme (alebo neprijme) presvedčenie, postoj presvedčovateľa. Získa **presvedčenie**, t. j. názor, ktorého správnosť človek pokladá za nespornú. Presviedčať môžeme:

- formou argumentácie, tzn. formou logického zdôvodňovania prostredníctvom jazykových prostriedkov;
- formou kladenia otázok;
- prostredníctvom neverbálnej komunikácie;
- pôsobením na emócie (sľuby, vyhrážky, odmeny, tresty a pod.).

Presviedčanie je súčasťou života človeka. Môže sa uskutočňovať prostredníctvom verbálnych či neverbálnych signálov, pričom ľudia sú radšej v role presviedčajúceho ako presviedčaného. Ak chceme, aby bolo presviedčanie účinné, je potrebné dobre poznať komunikačného partnera, zistiť, k čomu inklinuje a ako je možné zaujať ho. Musíme pôsobiť dôveryhodne a presvedčivo, tzn. že sme presvedčení o tom, o čom ideme presviedčať toho druhého. V bežnom presviedčaní je možné použiť aj sugestívne prostriedky, čo považujeme za pôsobenie mimo racionálneho myslenia.

Ak niekoho presviedčame, rešpektujme jeho názory, nesnažme sa mu dávať najavo, že sa vo všetkom mylí.

3.1| Činitele persuázie

Ak sa má človek presadiť, musí si dôverovať, musí veriť vo svoje vlastné vedomosti a schopnosti (self-efficacy). Vysoká sebadôvera sa prejavuje vo výraznejšom sebarozhodovaní a vysokou mierou úsilia meniť seba samého, svoje stereotypy. Dôvera vo vlastné schopnosti sa prejavuje prostredníctvom objektívneho hodnotenia situácie a vyvodenia optimálnych záverov (rovina **kognitívnych procesov**) i **emocionality** (pozitívny pohľad na riešenie problémov, vysoká miera empatie a pod.). Je dôležité zamerať sa na rôzne činitele, ktoré môžu pozitívne alebo negatívne ovplyvniť úspešnosť presvedčania.

Podľa Zelinu (2011) je potrebné zohľadniť tieto aspekty:

A. osobnosť persudéra:

- správať sa tak, aby ho recipient prijímal ako kompetentného a virohodného, jasne a plynulo formulovať myšlienky;
- zostaviť si strategický plán presvedčania;
- získať a udržať pozornosť recipienta;
- využívať metódy persuázie;

B. osobnosť recipienta:

- miera ovplyvniteľnosti,
- koreláty presvedčivosti (potreba spoločenského súhlasu, vysoká úcta k autorite, moci, zážitky menejcennosti, slabý a pasívny obraz o sebe...);
- koreláty nepresvedčivosti (zameranosť na seba, neviazanosť k normám, odpor voči tlaku a manipulácii, malý obdiv autorít a moci, zážitky dokonalosti);
- namyslenosť, silný, aktívny obraz o sebe);
- koreláty bumerangového efektu (odmietanie rodičovskej autority, cynizmus, negativizmus, oportunistizmus, boj proti autorite, zážitky fyzickej nedokonalosti, boj proti konvenciám, prejavovanie agresie, hyperkritickosť);

C. sprostredkujúce faktory:

a) extraindikátory

- vek (malé deti, puberta, staroba);

- pohlavie (ženy sú emocionálne presvedčivejšie);
- vzdelanie;

b) intraindikátory (inteligencia, sociabilita, egocentrizmus, panovačnosť, agresia a pod.):

- osoby s nízkym egom sú presvedčivejšie;
- menej inteligentní ľudia prenechávajú rozhodnutia expertom;
- hostilita, extrapunitivita – niektorí ľudia sú náchylnejší na presvedčenie, pokiaľ sa vyzýva k nepriateľstvu;
- uzavreté a otvorené osobnosti – uzavreté sú konformnejšie;
- sociálne afiliantné osoby (pripojenie) sú prístupnejšie presvedčaniu;
- anxióznejšie osoby sú persuzívnejšie, osoby s nižším sebahodnotením skôr podľahnú.

J. Grác (1985) uvádza sedem metód persúázie:

1. metóda prezentovania argumentov;
2. metóda interogatívneho presvedčovania, využíva opytovanie;
3. metodika kladných odpovedí – obsahuje empatickú analýzu, diferencujúcu analýzu, rezultatívnu analýzu;
4. metodika uplatňovania apelov, ktoré sa chápu aj ako výzva;
5. metodika indirektívneho pôsobenia – využíva bagatelizovanie problému, nepolemizovanie s antitézou;
6. metodika intervenujúcich vplyvov, ktorá sa realizuje pomocou posilňovania, zverejňovania, navodzovania;
7. metodika proponovania riešenia, navrhovanie vhodných riešení, základným nástrojom je logika, projektovanie budúcnosti.

Vzhľadom na ciele vzdelávacieho programu, v publikácii sa zameriavame najmä na tvorbu a prezentovanie argumentov. K základnému postupu pri presvedčaní patrí uviesť tému, sformulovať tézu a k nej relevantné argumenty. Základom každej tézy je komunikatívnosť a informatívnosť. Mala by byť sformulovaná tak, aby bola zrozumiteľná a umožňovala argumentáciu. Viac informácií o tézach, ich formulovaní a druhoch je uvedených v publikácii zverejnenej na stránke MPC: http://www.mpc-edu.sk/library/files/tomaskova_debata_web.pdf.

Úlohy

1. Sformulujte súbor aktuálnych tém a k nim tézy, ktoré vyžadujú argumentáciu.
2. Pracujte s Prílohou C. Posúďte kvalitu vybraných téz vo vzťahu k požiadavkám ŠVP na rozvoj argumentačných zručností žiakov.

3.2| Emocionálne a racionálne presviedčanie

Emocionálne presviedčanie apeluje na poslucháčove potreby, túžby, záujmy a prania. Dôležitým faktorom je upútanie pozornosti, vzbudenie potreby u poslucháčov, ich vek, vzdelanie, postoje. Čím viac rozumie presvedčovateľ pocitom svojho publika, tým má väčšiu šancu presvedčiť ich.

Môže pôsobiť na pocity strachu (napr. Neodporúčam vám ísť na dovolenku do Egypta, pretože v poslednej dobe sa tam niekoľko turistov stalo obeťami teroristických útokov); môže vyvolať súcit (napr. Pomôžte hladujúcim deťom v Sudáne), zlosť (napr. Kto je zodpovedný za to, že sa bojíme večer chodiť po uliciach nášho mesta?) a pod. Dôležité je, aby presvedčovateľ pôsobil zainteresovane a dôveryhodne.

J. A. Šerkovin uvádza nasledovné typy argumentov používané pri presviedčaní (najmä emocionálnom):

- ad hominem – pôsobenie na ľudské city – úlohou je prebudiť u presvedčanej osoby emócie, ktoré zosilňujú mravné pocity, hrdosť, dôstojnosť, solidaritu; apelujú na ľútosť, súcit, skromnosť, úsilie jedinca byť s väčšinou. Rizikom je apelovanie na pocit nenávisť – prináša to viac dysfunkčných efektov. Apelovaním na pocity závidia a zloby sa komunikátor zväčša zdiskredituje, vytvára emocionálne napätie;
- ad ignoranciam – argumenty rátajúce s neinformovanosťou percipientov;
- ad impossibili – argumenty vychádzajúce z nemožného (napríklad sľub o zvýšení plátov na dvojnásobok);
- ad crumenam – argumenty obracajúce sa na silu bohatstva;
- ex consensu gentum – iba populárne prijímané za pravdivé argumenty;

- vzdelanie, postoje – čím viac rozumie presvedčovateľ pocitom svojho publika, tým má väčšiu šancu presvedčiť ho o svojom názore;
- ex silentio – presvedčanie v podobe zamlčania.

Spomínané argumenty rátať s nedostatočným vývojom samostatného a zreleho myslenia ľudí. Ľudia mimovoľne odmietajú vnímať to, čo zjavne protirečí ich postojom a stereotypom.

Osobitným príkladom je presvedčovacia komunikácia, ktorá je zameraná na vyvolanie pocitu strachu. Nadmerne apelovať na city však môže byť aj dysfunkčné, ak sa informácia prijme skôr, ako prejde racionálnym posúdením. Intenzívnejší odpor voči presvedčaniu kladú percipienti s pomerne vysokou úrovňou vzdelania. Kritický vzťah percipientov k presvedčovacej komunikácii môže vzniknúť aj pri nadmernej podrobnosti a hojnosti uvádzaných detailov.

Intenzita odporu môže závisieť od:

- stupňa (v prípade, že ponúkaná argumentácia protirečí skupinovým normám);
- subjektívneho percipientovho hodnotenia svojej príslušnosti ku skupine;
- prejavu tzv. „ovzdušia mienky“. Je pravdepodobnejšie, že percipienti prijmu informáciu, ak už jestvujúci postoj a mienka neprotirečia obsahu. Skupina sankcionuje prijatie alebo neprijatie a vyvíja nátlak na nekonformných členov skupiny.

Počas presvedčania pôsobíme nielen na rozum, ale aj na pocity presvedčaného, pretože oba aspekty spolu súvisia. Racionálne presvedčanie využíva logické argumenty, ktoré sú podložené racionálnymi dôkazmi. Spôsob reči je systematický, zdôvodnené fakty sú dokladom pravdivosti presvedčenia.

Zdôvodňovanie sa stáva bežnou súčasťou nášho života. Argumentácia je druh exemplifikácie, v ktorej sa objasňuje, zdôvodňuje a dokazuje isté tvrdenie, pričom sa vyvíja úsilie presvedčiť niekoho o niečom. Argumentácia je nevyhnutná najmä vo výkladových a náučných textoch.

Základom argumentácie sú argumenty. Argumenty sú potrebné na potvrdenie stanoviska jednotlivca či celého tímu. Ich základom je tvrdenie, ktoré je primerane vysvetlené a podložené dôkazom.

Racionálne presviedčanie môže mať rôzne podoby. Rozlišujeme niekoľko druhov argumentov.

1. Argumenty odvodené z definície

Sú považované za štandardné (bežne sa používajú slovníkové definície).

2. Argumenty vytvorené zo vzťahu príčiny a následku

Jeden jav nasleduje za druhým, preto sa predpokladá, že sú v príčinnom-následnom vzťahu.

3. Argumenty vytvorené zo situácie alebo okolností

Je to druh argumentu vytvorený zo vzťahu príčiny a následku, pomocou ktorého sa rečník snaží presvedčiť oponentov, aby akceptovali určitý čin len na základe toho, že žiaden iný čin nie je v danej situácii možný alebo výhodný. Tento typ argumentu často zahŕňa frázy ako napr. Nemáme inú možnosť...; Je nevyhnutné...

4. Argumenty založené na analógii

Pri tomto type argumentov sa predpokladá, že javy, ktoré sú podobné v určitom ohľade, sa navzájom podobajú aj v iných ohľadoch. Argumenty založené na analógii často slúžia len na objasnenie, málokedy na dokázanie niečoho.

5. argumenty používajúce dôkazy:

- **správy** – je náročné ich hodnotiť, je potrebné uvažovať o vierohodnosti informácie;
- **fakty** – mali by byť odborné, ale zároveň zrozumiteľné, mal by byť uvedený zdroj;
- **štatistiky** – buďte skeptickí v prípade nešpecifikovaných zdrojov informácií, napr. Ministerstvo hospodárstva oznámilo, že v nasledujúcom roku v istom okrese na severnom Slovensku bude investovať veľká americká firma. Je zrejmé, že sa životná úroveň populácie v tomto okrese zvýši o 10 %;
- **osobné svedectvo** – pri presviedčaní je vhodný presvedčovací prostriedok, ktorý prispieva k vierohodnosti a konkrétnosti argumentov, ale treba si dávať pozor na prílišné zovšeobecnenie, pretože osobný názor alebo skúsenosť ešte nemusí dokazovať všeobecnú teóriu;

- **odvolávanie sa na authority** – takéto argumenty majú svoju váhu, záleží na tom, či príslušná autorita má dôveru poslucháčov (čitateľov) a záleží na špecializácii citovanej autority (názory nositeľa Nobelovej ceny za literatúru na liečenie rakoviny treba považovať za súkromný názor občana).

Dôkazy pre svoje argumenty môžeme nájsť v nasledujúcich oblastiach:

❖ podnikateľská prax:

- určité znaky produktov;
- interné i celoplošné výskumy;
- prevádzkové/technické/ekologické požiadavky;

❖ veda:

- fakty, výskumy, štatistiky;
- výroky odborníkov/vedcov;
- nové poznatky zverejnené na odborných seminároch a konferenciách;

❖ normy a spoločenské trendy:

- právne, etické a morálne normy;
- trendy na veľtrhoch/v ďalšom vzdelávaní;
- zmeny hodnôt a premeny potrieb;
- trendy viditeľné na trhu.

(Pozri učebný zdroj *Debata a diskusia – rozvoj rečníckych zručností žiaka na hodinách slovenského jazyka a literatúry*.)

Úlohy

1. K jednotlivým druhom argumentov vytvorte príklady, resp. ich vyhľadajte v novinách.
2. Zorganizujte diskusiu. Pri príprave na vybranú tému využite odbornú literatúru, aby argumenty boli dostatočne podložené dôkazmi. Určte moderátora diskusie. Aká je jeho úloha?
3. Pracujte s textom Príloha F. Vymyslite názvy téz, pri ktorých by ste mohli bájkou použiť: a) v úvode, b) v závere. Preštylizujte bájkou na argumentačný text, resp. vytvorte argument.
4. Urobte analýzu vyučovacej hodiny s využitím argumentačných prvkov (Príloha I).

Východiskom pre výber argumentov je individuálne vnímanie reality. Schopnosť vnímať realitu z druhej strany je najdôležitejšou zručnosťou pri príprave argumentačnej reči. Nestačí vedieť, že druhí vidia veci inak. Je potrebné vcítiť sa do ich kože a vyhnúť sa tak nutkaniu robiť prehnané závery. Objektívna realita, fakty a argumenty nie sú ničím, všetko závisí najmä od toho, čo sa odohráva v hlavách ľudí. Dobre podložené fakty nemusia pre konečné riešenie ešte nič znamenať. Obe strany môžu v argumentácii súhlasiť s tým, že jeden hodinky stratil a druhý ich našiel. Ale vyrieši sa tým otázka, kto má hodinky v konečnom dôsledku dostať?

V argumentácii rozhoduje aj to, ako vnímajú realitu obidve strany. Záleží od rozhodnutia účastníkov, či pootvorí dvierka k dohode, alebo sa jeden z nich rozhodne zvíťaziť za akúkoľvek cenu.

Sledujte vyjadrenia dvoch komunikantov. Sformulujte problém, ktorý by mohol na základe rozličného vnímania reality vzniknúť.

Vnímanie podnájomníka	Vnímanie majiteľky bytu
Nájomné je už aj tak veľmi vysoké.	Nájomné sa už dlho nezvyšovalo.
Keďže ceny všetkého rastú, nemôžem si dovoliť platiť vyššie nájomné.	Keďže ceny všetkého rastú, potrebujem na prenájme viac zarobiť.
Byt treba vymaľovať.	Nájomca ten byt poriadne zničil.
Poznám ľudí, ktorí za podobný byt platia menej.	Poznám ľudí, ktorí za podobný byt platia viac.
Som ideálny nájomca bez psa a mačky.	Tá jeho hlasná hudba ma privádza do šialenstva.
Nájomné platím vždy, keď si ho pýta.	Nikdy mi nezaplatí, kým si nájomné nevypýtam sama.
Je chladná a odmeraná, nikdy sa ma neopýta na nič súkromné.	Správam sa taktne a nestarám sa do osobných vecí iných.

Špecifickou formou pôsobenia sú paradoxné spôsoby ovplyvňovania. Môžu byť i prostriedkom na zmätenie partnera. Používame ich tam, kde zlyhávajú všetky racionálne metódy – provokujeme, uplatňujeme vtipy (niekedy i čierny humor), sugestívne pôsobíme najmä v bezvýchodiskovej situácii:

- zmena pohľadu na vec, napr. už je desať hodín – ešte je len desať hodín;

- zámena časti za celok, napr. ak sa niekto sťažuje, že je zbytočné učiť sa, spýtame sa, či večera mala zmysel;
- odlákane pozornosti, napr. ak sa niekto sťažuje na zúfalú situáciu v automobilovej doprave, odvrátíme pozornosť k obyčajným veciam (Máte flak na nohaviciach);
- anticipácia námietok (napr. Síce tomu nerozumiem, ale chcela by som niečo dodať);
- navádzanie k nevhodnému správaniu (napr. Len fajči, je to zdravé);
- paradoxné prikazovanie (napr. Správaj sa prirodzene a pod.).

Pri paradoxnom ovplyvňovaní si musíme dať pozor, aby nevyznelo ako ironizovanie alebo zhadzovanie oponenta. Mohlo by pôsobiť aj ako urážka.

Úlohy

1. Definujte pojem *paradox* – na základe vlastnej skúsenosti, a potom svoju definíciu porovnajte so slovníkovou definíciou.
2. Vyhľadajte v aktuálnej publicistike príbehy, v ktorých sa postavy ocitli v paradoxných situáciách alebo vzťahoch.
3. Opíšte situáciu z bežného života, ktorá sa vám zdala paradoxná.
4. Považovali by ste nasledujúce obrázky za paradoxné? Uvažujte prečo.

3.3| Argumentačný text

Silná argumentácia je postavená na (obsahovo i jazykovo) dobre pripravenom texte, ktorý je vyjadrením nás samých. Argumentačný text je taký text, v ktorom prevláda vysvetľovanie, zdôvodňovanie a môžeme v ňom zreteľne identifikovať dôkazy.

Pri príprave na argumentáciu je potrebné pripraviť si argumentačnú líniu. Pri jej tvorbe súhlasíme s názorom A. Thieleho (2010) a odporúčame dodržiavanie nasledujúcich krokov:

- 1) **Určenie cieľa argumentácie (minimálny cieľ a maximálny cieľ)**
- 2) **Analýza partnera a situácie**

Argumentačný text musí byť pripravený tak, aby zodpovedal nielen našim požiadavkám, ale bol presvedčivý pre oponenta. Ak predpokladáme problematického partnera, potrebujeme urobiť analýzu jeho profilu. Môžeme sa zamerať na niekoľko oblastí:

A/ Kto je môj oponent

- Aké má pracovné postavenie?
- Aké má kompetencie?
- Je kľúčovou postavou v komunikácii?
- Aký je jeho súkromný život (rodinné zázemie, priatelia, koníčky, záujmy atď.)?

B/ V akej situácii je môj oponent

- Aké očakávania má od nášho rozhovoru?
- Máme spoločné záujmy a dajú sa využiť?
- Aké námietky by mohol mať k návrhu?
- Je ochotný robiť kompromisy?

C/ Aké postoje má môj oponent

- Budú jeho námietky vecné alebo silne emocionálne?
- Aké sú jeho komunikačné zručnosti?
- Inklinuje k nečestným hrám a komunikačným praktikám?
- Ako sa správa v strese?

D/ Aký je vzťah komunikačného partnera ku mne

- Má vo vzťahu ku mne prednosti (vek, pohlavie, odbornosť, predchádzajúce skúsenosti)?
- Ako ma hodnotí (rovnocenný partner, bude sa povyšovať)?
- Ako vie využívať mimojazykové prostriedky?
- Aké kontakty môže pri príprave proti mne použiť?

Ak nie je možné zistiť konkrétne informácie, je potrebné aspoň analyzovať komunikačné situácie, ktoré súvisia s naším oponentom.

3) Analýza celého spektra okolností

Skôr ako začneme zbierať materiály a spracovávať argumenty, mali by sme sa na problém pozrieť z viacerých aspektov. Pomôže nám pri tom pravidlo ETHOS ako nástroj určitej analýzy celého spektra. Na každú tému v podstate môžeme nazerať z 5 hľadísk:

E – economic (ekonomické aspekty);
T – technical (technické aspekty);
H – human (ľudské aspekty);
O – organizacional (organizačné aspekty);
S – social (spoločenské aspekty týkajúce sa okolia).

Cieľom tejto techniky je:

- jasne ukázať na dôležité aspekty diskutovanej témy;
- rozčleniť informácie na relevantné a irelevantné (fakty, argumenty, názor-
né príklady, špecifické znaky a pod.);
- vybrať aspekty dôležité z pohľadu komunikačného partnera.

4) Zber a formulovanie argumentov

Druhom dôkazov sme sa už v učebnom zdroji čiastočne venovali v predchá-
dzajúcej časti.

5) Zváženie a optimalizácia argumentov

Ak sme k diskutovanej téme získali dostatočné množstvo informácií, je po-
trebné urobiť ich revíziu, t. j. vybrať tie najpresvedčivejšie. Pri hľadaní priorit
odporúčame analýzu ABC.

A – údaje, informácie, ktoré musím zverejniť a poskytnúť oponentovi

Malo by ísť o najsilnejšie argumenty celej argumentačnej línie. Nasledujúce
otázky nám pomôžu pri ich hľadaní:

1. ako by som za 1 minútu zhrnul podstatu mojej argumentačnej línie;
2. ktoré tri až štyri argumenty by mali zostať v oponentovej pamäti;

B – údaje, informácie, ktoré by som mal/a poskytnúť oponentovi

Tieto argumenty fungujú ako podpora hlavných argumentov, napomáhajú
presvedčivosti. Uvádzame praktické príklady, porovnania, analógie, opako-
vania a pod.;

C – údaje, informácie, ktoré by som mohol/a poskytnúť oponentovi

Ide o argumenty a informácie, ktorým sa hovorí *nice to know it*, teda *je pek-
né to vedieť*. Využívame ich v prípade, ak máme čas, ide o podrobnosti, sti-
mulujúce a presvedčujúce prvky. Zručnosť rozdeliť argumenty na základné,
okrajové a doplňujúce nám pomáha pripraviť dobrý argumentačný text aj
v časovom strese.

6) Predvídanie námietok a premýšľanie o možných reakciách

Už pri príprave je potrebné myslieť na oponenta a pripraviť si protiargumenty. V argumentácii je nutné rátať i s tým, že oponenti zaútočia neférovou. Príklady sú uvedené v Prílohe H.

7) Plán postupu pri argumentácii.

Poslednú fázu prípravy zahŕňa plán postupu pri argumentácii (v školskej praxi napr. písanie vybraného slohového útvaru s využitím argumentačných techník – diskusný príspevok).

Úlohy

1. Pracujte s Prílohou B.

Vytvorte osnovu textu.

Charakterizujte argumentačný text podľa požiadaviek autorky blogu.

Vysvetlite rozdiely medzi výkladom a blogom.

Vypíšte z textu argumenty, ktorými autorka podporuje svoje tvrdenia.

Vyhľadajte subjektívne štýlotvorné činitele, ktoré ovplyvnili kvalitu textu.

2. Porovnajte dve prílohy (B a H) z pohľadu využitia argumentačných techník. Vysvetlite vzťah reklamy a argumentačného textu.

3. Charakterizujte text – Príloha J – z hľadiska štýlu.

Posúďte argumentačný text pri slogane *just do it – jednoducho to urob.*

K reklamným sloganom nájdite vhodný vizuálny podnet (obrázok). Následne vytvorte argumentačný text.

4| Prekážky logického myslenia pri presviedčaní

Individualita presvedčovateľa sa prejavuje najmä v logike jeho presviedčania. V usudzovaní môže dôjsť ku chybám, ktoré môžu byť len náhodné, alebo sú niečím vážnejším – výsledkom ľahkomyselnosti. Sú odrazom životnej reality, skúseností, vznikajú v dôsledku cielenej manipulácie, alebo môže ísť o presadzovanie postojov alebo stanovísk, ktoré sú samy o sebe prospešné.

V súlade s McInernym je z tohto hľadiska potrebné preskúmať niektoré z postojov a stanovísk, ktorým by sme sa mali vedome vyhnúť, pretože prekážajú našej schopnosti logicky myslieť.

1. Skepticizmus

V správnom usudzovaní má miesto skepticizmus, no mal by byť používaný selektívne. Musíme rozlišovať medzi skepticizmom ako trvalým postojom, ktorému sa treba vyhnúť za každú cenu a skepticizmom ako vhodnou (dokonca potrebnou) odpoveďou na konkrétnu situáciu. Selektívny skepticizmus je len vecou zdržania sa súdu, pokiaľ nebudeme mať poruke dostatočné informácie na to, aby sme posudzovali zodpovedne – napríklad by sme sa mali zdráhať prijať záver úsudku, ktorého premisy sú z nejakého dôvodu otázne. Tento druh zdravého skepticizmu je ochranou správneho usudzovania.

Skepticizmus ako trvalý postoj a ako filozofické stanovisko je zhubný. Rozvracia proces usudzovania ešte predtým, ako by vôbec začal a transformuje ho do procesu chybného usudzovania. Sú dva prejavy skeptického postoja, jeden z nich je extrémnejší než ten druhý, ale oba sú rovnako škodlivé. Extrémny skeptik stroho prehlasuje, že neexistuje nijaká pravda. Toto je zjavne rozporuplná pozícia, pretože ak neexistuje pravda, tak neexistuje ani štandard, podľa ktorého by toto vyhlásenie mohlo byť posúdené, takže skeptikovo tvrdenie nemá zmysel. Umiernený skeptik je ochotný pripustiť, že pravda môže

existovať, ale trvá na tom, že ak aj existuje, tak ľudská myseľ nie je schopná dosiahnuť ju. Spočiatku sa táto pozícia môže zdať menej odmietavá vo vzťahu k pravde, než je pozícia extrémneho skeptika, no nie je to tak. Pravda, ktorá je len teoretická a ku ktorej nemáme prístup, vzhľadom na všetky praktické zámary vlastne ani neexistuje.

2. Vyhýbavý agnosticizmus

Agnostik je ten, kto tvrdí, že mu o nejakej konkrétnej záležitosti chýba dosť vedomostí na to, aby si o nej urobil definitívny úsudok. Termín sa zvyčajne používa v súvislosti s náboženskou vierou. Kým ateista rozhodne vyhlasuje, že Boh neexistuje, agnostik hovorí, že nevie, či Boh je alebo nie je. Postoj agnostika však môžeme zaujať vo vzťahu k akémukoľvek predmetu, nielen k náboženstvu. Medzi skeptikom a agnostikom je výrazný rozdiel. Agnostik na rozdiel od skeptika nepopiera ani existenciu pravdy, ani jej dosiahnuteľnosť. Jednoducho vyhlasuje nevedomosť vo vzťahu k pravde v určitej veci. Tak ako má skepticizmus miesto v zdravom usudzovaní, rovnako má v ňom miesto aj úprimný agnosticizmus. Sme úprimnými agnostikmi, keď si jednoducho priznáme nevedomosť, ktorá je skutočne naša a to tu a teraz. Ak sú naše poznatky o danej veci tak obmedzené, že nám neumožňujú zaujať k nej presvedčivé stanovisko, mali by sme sa vyhnúť tomu, aby sme sa k nej záväzne vyslovili. Urobiť niečo iné by bolo intelektuálne nezodpovedné. Vyhýbavý agnosticizmus je postoj, ktorý sa pokúša predostierať prekonateľnú nevedomosť tak, ako keby bola neprekonateľná. Jedna vec je povedať „neviem“ po dlhom a usilovnom skúmaní predmetu. Niečo celkom odlišné je povedať „neviem“, keď ste si ani nedali tú námahu, aby ste sa pozreli na problém. Osoba, ktorá sa poddá vyhýbavému agnosticizmu, využíva nevedomosť skôr ako ospravedlnenie než ako dôvod. Takáto nevedomosť je výsledkom ľahostajnosti alebo lenivosti.

3. Cynizmus a naivný optimizmus

Cynik je ten, kto robí empaticky negatívne odhady bez adekvátnych dôkazov. Naivný optimista je zas ten, kto robí empaticky pozitívne odhady bez adekvátnych dôkazov. Obaja reprezentujú nelogické pozície. Cynik aj naivný

optimista konajú na základe predsudkov (toto slovo pochádza z latinského *praejudicare* – súdiť vopred), pretože si formujú názor na danú vec skôr, ako sa s ňou stretli a seriózne sa ňou zaoberali, ani nehovoriac o jej porozumení. Cynik, ktorý sa pripravuje na debatu, predpokladá, že:

- a) to, o čom sa bude debatovať, je smiešne;
- b) jeho oponent je hlupák a
- c) debata aj tak neprinesie nič dobré.

Cynizmus, odhliadnuc od jeho vnútornej nelogickosti, je problematický v tom, že nás oslepuje vo vzťahu k možnostiam a veľmi často pretvára naše negatívne odhady a očakávania na proroctvá. Naivný optimista po tom, čo strávi hodinu s mladou ženou, s ktorou sa prvýkrát stretol, je presvedčený, že má:

- a) krásu Heleny Trójskej,
- b) inteligenciu Madam Curie a
- c) umelecký vkus Emily Dickinsonovej.

Naivný optimizmus okrem toho, že nám podáva skreslený pohľad na prítomnosť, nás pripravuje na budúce sklamanie, pretože veci sú len zriedkavo takými, ako si ich naivný optimista predstavuje. Ani cynik, ani naivný optimista nevenujú pozornosť svetu okolo seba správnym spôsobom. Namiesto toho, aby videli veci také, aké sú, vidia ich tak, ako ich chcú vidieť.

4. Obmedzenosť

Rektorova manželka stratila perlovú náušnicu nevyčísliteľnej hodnoty niekde na ploche futbalového ihriska. Chystáte sa ju hľadať. Predtým ste sa čisto náhodne rozhodli, že sa pri hľadaní obmedzíte na pás široký 10 yardov v strede ihriska. Keďže ste týmto spôsobom zúžili rozsah svojho hľadania, budete ignorovať 90 % plochy, na ktorej by ste náušnicu mohli nájsť. Vaše šance na to, že ju niekedy nájdete, sa zodpovedajúcim spôsobom znižujú.

Hovoríme, že celým zmyslom logiky, správneho usudzovania, je nájsť pravdu. Keďže presné lokalizovanie niečoho nie je známe, pokiaľ to nebolo nájdené, musíme mať predtým myseľ otvorenú rozličným možnostiam. Ľudia by sa nemali považovať za obmedzených jednoducho preto, že obmedzujú rozsah svojho hľadania, lebo to je praktická nevyhnutnosť, vďaka ktorej sa môžeme

vyhnúť zbytočnému vynakladaniu námahy. Obmedzená úzkoprsá osoba odmieta zvažovať určité alternatívy iba preto, lebo nevyhovujú jej predpojatým domnienkam o tom, čo je a čo nie je hodné toho, aby sme sa tým zaoberali. Inými slovami, procesu obmedzovania chýba racionálny základ.

5. Emócie a argumentácia

Čím intenzívnejší je náš emocionálny stav, tým ťažšie je myslieť jasne a správať sa striedmo. Človek v záchvate prudkého hnevu je zriedkakedy vzorom racionality. Sme od prírody emocionálne bytosti a predstava, že by sme sa úplne zbavili emócií – hoci len dočasne, kým sme zaujatí argumentáciou – by bola nerealistická. To, čo by malo závažiť pri správnej argumentácii, je jej intelektuálna podstata, myšlienky a ich vzájomné prepojenie – a nie akékoľvek emočné nádychy, ktoré argumentácia môže so sebou niesť.

Záver by sme mali prijať nie preto, že z neho máme dobrý pocit, ale preto, lebo vidíme, že je pravdivý, a tým hodný našej akceptácie. Existuje jednoduché empirické pravidlo, ktoré tu treba dodržiavať: *nikdy neapelujte priamo na emócie ľudí*. Niekedy je príliš jednoduché byť pri usudzovaní tak ovládaný vlastnými emóciami, že argumentácia sa stáva predovšetkým prostriedkom ventilovania hnevu, sebaobhajovania, pomsty a pod. Pravda je takto odsunutá na vedľajšiu koľaj. V ideálnej debате nie je primárnym cieľom debatérov zvíťaziť jeden nad druhým, ale skôr spoločným úsilím vyslieďť pravdu tak, ako je obsiahnutá v diskutovaných záležitostiach. A pokiaľ ide o víťazstvo za každú cenu? Víťazstvo za každú cenu má cenu, ktorú si nikto nemôže dovoliť.

6. Argumentácia nie je hádanie sa

Argumentovanie je racionálna výpoveď. Nemožno ho zamieňať s hádaním sa. Cieľom argumentovania je dostať sa k pravde. Cieľom hádania sa je dostať druhého človeka. Je mnoho tých, ktorí sa s vami síce budú radi hádať, ale nie sú ochotní alebo schopní argumentovať. Nestrácajte čas a energiu pokusmi o argumentáciu s ľuďmi, ktorí nechcú, alebo nedokážu argumentovať.

Úspech v logickom myslení pramení v rešpektovaní zdravého rozumu. Zdravý rozum je každodenným typom usudzovania, ktoré je podložené bdelou vnímavosťou toho, čo je samozrejmé a rešpektom voči tomu.

Je charakteristický spoľahlivou schopnosťou rozlišovať, napr. medzi mačkou a klokanom. Zdravý rozum sa tesne drží základov a dodáva prvým princípom myslenia vážnosť, ktorú si zaslúžia. Zdravý rozum je základom zdravej argumentácie.

Argumentovanie je skutočné umenie. Má svoj špecifický postup, duševný prístup, ale každý človek je schopný realizovať ho. Víťazný argument môžeme predložiť v kuchyni, na súde, v zamestnaní, v škole – všade. Musíme sa naučiť hovoriť so svojimi partnermi, deťmi, žiakmi, rodičmi, susedmi, ale tiež ich počúvať. Argumentovanie čerpá zo studne našej osobnosti. Ak chceme odhaliť kúzllo argumentovania, môžeme sa ho učiť a naučiť.

Úlohy

1. Vyjadrite svoj názor na argumentáciu v literárnych textoch.
2. Pracujte s dvoma prílohami – Príloha D a Príloha E. Vyhľadajte v texte argumenty.
3. V prílohách L – O sa nachádzajú texty rôznych štýlov.
Určte funkčné jazykové štýly jednotlivých textov a slohové postupy.
Posúďte texty z hľadiska využitia argumentačných techník.
Ktoré slohové útvary/žánre sú najvhodnejšie na argumentáciu?
4. Príloha I – analyzujte príprava na vyučovaciu hodinu. Posúďte vhodnosť výberu témy i samotný spôsob argumentácie.
5. Vysvetlite vzťah medzi myšlienkovými operáciami a argumentáciou. Pracujte s Prílohou K. Pracovný list je určený žiakom. Po jeho vypracovaní diskutujte.
6. Analyzujte slohovú prácu v Prílohe R.

Zoznam bibliografických zdrojov

- Anonym. *Fajčenie spôsobuje choroby* [online]. [cit. 2014-03-10]. Dostupné z: www.nefajcite.sk
- BURÁK, E. *Nadhlád a paradoxy života* [online]. [cit. 2014-03-10]. Dostupné z: http://www.einfo.sk/component/option,com_alphacontent/section,19/cat,56/task,view/id,476/Itemid,142/
- CALTÍKOVÁ, M. a Z. LAUKOVÁ et al., 2010. *Slovenský jazyk pre 3. ročník stredných škôl: cvičebnica*. Bratislava: Orbis Pictus Istropolitana. ISBN 978-80-8120-030-4.
- GRÁC, J., 1985. *Persuázia, ovplyvňovanie človeka človekom*. Bratislava: Osveta.
- MCINERNY, D. Q., 2004. *Being Logical. A Guide to Good Thinking*. New York: Random House. ISBN 1-4000-6171-7.
- PIVÁČEK, M. *Reklamné slogany – brilantný marketing alebo „číre“ vymývanie mozgov* [online]. [cit. 2014-03-10]. Dostupné z: SME.sk > Blog.SME.sk > MarekPiváček > Zamyslenia
- SPENCE, G., 1996. *Jak správne argumentovať a pokaždé zvíťaziť*. Praha: Alternativa. ISBN 80-85993-19-8.
- ŠERKOVIN, J. A. *Psychológia masovej komunikácie* [online]. Bratislava: Knížnica novinára [cit. 2014-03-10]. Dostupné z: <http://www.spolocensko-humanitne-revue.eu/sites/default/files/revue/%C4%8C%C3%ADslo%202.pdf>
- TIMRAVA – SLANČÍKOVÁ, B., 2009. *Ťapákovci*. In: *Čítanka pre 1. ročník gymnázií a stredných odborných škôl*. Harmanec: Vojenský kartografický ústav. ISBN 978-80-8042-573-9.
- THIELE, A., 2010. *Jak na „špinavé“ triky a útoky*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3310-4.

TOMÁŠKOVÁ, J., 2013. *Debata a diskusia – rozvoj rečníckych zručností žiaka na hodinách slovenského jazyka a literatúry* [online]. Bratislava: Metodicko-pedagogické centrum [cit. 2014-03-10]. Dostupné z: http://www.mpc-edu.sk/library/files/tomaskova_debata_web.pdf. ISBN 978-80-8052-506-461.

Vlčková, V., 2006. Ako napísať argumentačnú prácu rýchlo a ľahko [online]. [cit. 2014-03-29]. Dostupné z: <http://veronikavlckova.blog.sme.sk/c/36717/Ako-napisat-argumentacnu-pracu-rychlo-a-lahko.html>

ZELINA, M., 2011. *Stratégie a metódy rozvoja osobnosti dieťaťa*. Bratislava: IRIS. ISBN 978-80-89256-80-0.

PRÍLOHA A

George Orwell: 1984

Ak je vôbec nejaká nádej, tak sa musí zakladať na proletoch, lebo jedine medzi týmito hmýriacimi sa podceňovanými masami, ktoré tvoria 85 % obyvateľstva Oceánie, môže raz vzniknúť sila schopná zničiť Stranu. Stranu nemožno premôcť zvnútra. Jej nepriatelia, ak vôbec nejakých nepriateľov má, nemajú nijakú možnosť spojiť svoje sily, ba dokonca ani len sa spoznať. Aj keby legendárne Bratstvo naozaj existovalo, ako napokon zrejme predsa len existuje, bolo vylúčené, aby sa jeho členovia zhromažďovali vo väčšom počte ako po dvoch či troch. Vzburou je len pohľad do očí, záchvev v hlase, v najlepšom prípade príležitostne pošepnuté slovo. Zato proleti (keby si, pravda, dokázali uvedomiť svoju silu) by nemuseli konšpirovať. Stačilo by, keby povstali a ako sa kôň striasa múch, tak samými sebou zalomcovali. Keby chceli, mohli by Stranu rozprášiť už zajtra ráno. Skôr či neskôr im to musí zísť na um. A jednako...

Zdroj: ORWELL, G., 1998. *1984*. Bratislava: Slovart, s. r. o. ISBN 80-7145-334-X.

PRÍLOHA B

Veronika Vlčková: Ako napísať argumentačnú prácu rýchlo a ľahko

Ak náhodou nepatríte k skupine francúzskych bilingválnych gymnazistov alebo ich statočných profesorov, pojem „argumentačná práca“ vám asi veľa nehovorí. Ani neviete, aké máte šťastie. Tolko študentov, ktorí možno práve teraz sedia nad prázdny dvohárkom (alebo radšej dvoma dvohárkami) a vymýšľajú argumenty, príklady a čiastkové uzávery, by si to s vami rado vymenilo... Aj tak si však myslím, že stojí za to oboznámiť vás so strasťami (o slastiach sa tu veľmi hovoriť nedá) pri písaní argumentačných prác. Možno si potom začnete vážiť jednoduchosť slovenských slohov typu úvod – jadro – záver.

Na začiatok niečo o fungovaní francúzskych bilingválnych gymnázií. Napríklad prvý ročník. Mladí ľudkovia, práve vyliahnutí zo základnej školy, plní entuziazmu, očakávaní alebo aj obáv, sú hneď začerstva zavalení dvadsiatimi hodinami francúzštiny týždenne. Po pár týždňoch, kedy sa snažia rozlúštiť, čo im to asi hovoria tí nadšene vyzerajúci profesori, sa im pomaly rozjasní. A začne sa im snívať po francúzsky. Alebo občas, keď si nedajú pozor, rozmýšľajú po francúzsky. Idú po ulici a všade počujú francúzštinu. V nestráženej chvíli začnú hovoriť po francúzsky aj na svojich vydesených rodičov. Ale po čase to všetko prejde, stav prvákov sa stabilizuje a začnú znova rozumieť aj po slovensky. Tej citlivosti na francúzštinu sa však už nezbavia.

V druhom ročníku nastupuje zmena. Hodiny jazyka čiastočne vystriedajú hodiny francúzskej fyziky, chémie a matematiky. Študenti sa naučia francúzsku násobku (tomu neuveríte, ale výsledky sú také isté ako v tej slovenskej!), dozvedia sa niečo o fungovaní francúzskeho elektrického obvodu a francúzskych chemických zlúčeninách a postupom času sa stanú pozitívne francúzsky prírodovedne (de)formovanými. Vety ako „*Aký je limit tej fonction?*“ alebo „*Už si nakreslil tú kurbu?*“ (nie, to nie je nadávka, len bilingválny va-

riant slova *courbe* čiže *krivka*) sú pre nich úplne bežné. K tomu všetkému ešte v treťom ročníku pribudne biológia po francúzsky. Záhady fungovania ľudského tela sú odhalené a študenti obohatia svoju slovnú zásobu o pojmy ako prieduchy, sietnica, lymfatické uzliny a mnohé iné.

Ale späť k argumentačným prácam. Tie sú totiž na bilingválnom štúdiu najúžasnejšie, najfascinujúcejšie, najnenávidenejšie a často najnáročnejšie (časovo, fyzicky aj duševne). To si aspoň myslí väčšina študentov, ktorí sa umeňiu písanej argumentácie práve venujú. Vtedy samozrejme ešte netušia, že ich čaká maturitný ročník plný mnohých ďalších nečakaných radostí. Nuž a čo je to teda tá argumentačná práca?

Človek neznalý (alias Homo Ignorantus Felicis) by si možno myslel, že ak dostane tému: „Mladosť je najkrajšie obdobie života“ stačí mu lyricky ospievať čas prvých lások a čas bezstarostného plávania svetom a má to „za jedna“. Človek vzdelaný (bilingválne) a argumentačne ostrieľaný (Homo Argumentativus) však vie, že musí začať úvodom, v ktorom jemne uvedie čitateľa do témy, oznámi mu, že ľudia odjakživa bývali mladí a odjakživa si mysleli, aké je to krásne obdobie, aby vzápätí nastolil kľúčové otázky typu: „*Je však mladosť naozaj najkrajším obdobím života? Alebo je to len mýtus tradovaný medzi sklerotickými a mnohými zimami ošľahanými dospelákmi?*“ Pozor, upozorňujem, že obsah argumentačnej práce sa nemusí v každom bode jednoznačne zhodovať s autorovým presvedčením, niekedy však treba robiť ústupky na úkor vznešenej a nemennej argumentačnej formy.

Po úvode by malo nasledovať jadro. To si aspoň myslí Homo Ignorantus Felicis. Ten však zjavne nepozná kľúčové pojmy: téza, antitéza a syntéza. Čiže časti, v ktorých musí za pomoci argumentov a vhodných príkladov vysvetliť, prečo je teda mladosť taká krásna, potom prečo mladosť nie je krásna a napokon sa musí pozrieť na mladosť úplne novým pohľadom berúc do úvahy myšlienky z tézy aj antitézy. Takže začneme tézou: „*Je evidentné, že obdobie dospievania prináša so sebou mnoho krás a radostí, na ktoré môžeme s láskou spomínať aj počas ďalšieho života.*“ Dávam do pozornosti použitie synoným

a neprimeranú dĺžku vety vzhľadom na primitívny obsah. V podstate sme len zopakovali tému našej práce, obmenili sme pojmy a pridali sme trochu dobre znejúceho balastu. A máme tézu! S antitézou je to podobné. Akurát musíme poprieť to, čo sme práve dokázali v téze. Teda stvoríme niečo ako: *„Avšak netreba zabúdať na to, že mladosť prináša aj trápenia a starosti, s ktorými sa v dospelosti už nestretávame.“* K tomu vymyslíme pár argumentov a príkladov a je to. Prechádzame na syntézu. Tá si vyžaduje trochu invencie. Odskočíme si uvariť kávu alebo čaj, a kým nám vrie voda, rozmyšľame. Hmmm, syntéza.... A čo tak: *„V každom prípade môžeme skonštatovať, že mladosť je súčasťou života každého z nás, a preto by sme sa mali snažiť prežiť ju čo najlepšie.“* Pridáme pár argumentov o tom, prečo je dobré prežiť život čo najlepšie a prečo je mladosť ideálna na „dobré prežitie“ a máme takmer vyhraté.

Samozrejme nesmieme zabúdať na dobrý záver. V ňom ešte raz zopakujeme našu tézu, antitézu a syntézu (čo vyžaduje použitie ďalších synonym a ešte trochu balastu k tomu), zhrnieme hlavné myšlienky každej časti a pridáme pár všeobecných právd o živote a nejakú čerstvú myšlienku na spestrenie a zaujatie. Dokonca je tu dovolené (ale s mierou!) použiť aj osobné zámeno „ja“, čo je inak v celej práci úplné tabu. A zakončíme to: *„Každý človek je jedinečný a pre každého môže byť najkrajším momentom a obdobím v živote niečo iné. Život aj mladosť však máme všetci len jednu a nemali by sme ju preto premrhať.“* Uffff... Hotovo! Jednoduché, čo povieť?

Nakoniec ešte pár rád:

Žiadna argumentačná práca nie je plnohodnotná bez použitia tzv. „*connecteurs logiques*“ (voľným sedliackym prekladom – „logické spojovatele“). To znamená nešetrite slovami ako úvodom, po prvé, na začiatok, ďalej, potom, následne, napríklad, teda, preto, čiže, takže, naopak, na záver... a podobne. Verte mi, že francúzština má týchto výrazov nespočetné množstvo a bez problémov ich môžete obmieňať a ľubovoľne kombinovať. A čo sa týka dĺžky písania – nenechajte sa odradiť, ak sedíte pár hodín nad prázdny papierom a nič vám nenapadá. Je to úplne normálne (aspoň ja tie stavy dôverne poznám). Najlepšia motivácia sa dostaví noc pred termínom odovzdania práce,

keď sa vám od únavy zatvárajú oči a ste frustrovaní z vlastnej neschopnosti. Vtedy prichádza tá pravá inšpirácia. Alebo lepšie povedané zúfalstvo vás núti písať, ani neviete čo. Čas na finálne úpravy nastáva v škole v deň odovzdávania, najlepšie poobede, keď už upratovačky prechádzajú triedy a profesorka francúzštiny zhovievavo čaká v zborovni, kým nedokončíte (alebo skôr rezignovane neodhodíte) svoju úžasnú, sofistikovanú a krvou napísanú argumentačnú prácu. Ó, blažený Homo Ignorantus Felicis!

Zdroj: <http://veronikavlckova.blog.sme.sk/c/36717/Ako-napisat-argumentacnu-pracu-rychlo-a-lahko.html>

PRÍLOHA C

1. Rozdielne zobrazenie prvej svetovej vojny v dielach *Na západe nič nového* a *Živý bič* (prežívanie hlavných postáv).
2. Porovnanie tvorby E. B. Lukáča a J. Smreka na konkrétnych ukážkach.
3. Trpí žena v slovenskej literatúre?
4. Pohľady na život v tvorbe E. B. Lukáča a J. Smreka.
5. Nájdeme v súčasnej dedine malé formy ľudovej slovesnosti?
6. Porovnanie poviedky a novely na konkrétnych dielach z povinnej literatúry.
7. V čom je odkaz diela Hugolína Gavloviča *Valaská škola mravúv stodola* aktuálny aj dnes?
8. Téma cudziny v tvorbe E. B. Lukáča a J. Smreka.
9. Zastarané slová a dialektizmy Turčianskeho regiónu.
10. Zápas Jozefa Maka s osudom.
11. Holden Caulfield a jeho hľadanie....
12. Prečo je odkaz Hugolínových veršov aktuálny pre súčasnosť?
13. Vysvetlenie etymológie mien aplikovaných v literárnych dielach slovenských realistov (Kukučín, Timrava, Tajovský) v porovnaní s menami žiakov v našej triede.
14. Porovnajtie silu hrdinov v diele na *Západe nič nového* s hrdinami mladých ľudí dneška.
15. Prvky expresionizmu v medzivojnovnej literatúre.
16. Rôzne charakteristiky postáv v medzivojnovom románe.

PRÍLOHA D



Staroba

Je ťažké povedať, kedy sa začína staroba, hlavne dnes, keď za posledné storočie dĺžka života stúpila o viac ako 25 rokov. Ale napriek tomu sa roky od 55 vyššie vyznačujú jasnými známkami procesu starnutia.

Väčšina zmien je postupná. Ako človek starne, koža stráca pružnosť a mizne podkožný tuk. Koža začína vráskaviť a ovisáť. Mení sa pigmentácia a vlasy strácajú svoju pôvodnú farbu. Svaly sa zmenšujú a sú nahrádzané fibróznym tkanivom. Kosti začínajú byť krehké a ľahšie sa lámu.

Chrupavkovité tkanivá strácajú pružnosť a kĺby pohyblivosť. No choroby alebo ochabnutosť nie sú nevyhnutnými sprievodnými znakmi staroby.

Normálny proces starnutia má za následný úbytok fyzických a psychických schopností, ale výskum ukazuje, že zlozvyky ako fajčenie, sedavý spôsob a nevhodná strava sú hlavné faktory, ktoré prispievajú v starobe k chorobným procesom.

Prechod k zdravšiemu životnému štýlu môže teda veľa pomôcť v boji proti nepriaznivým sprievodným javom starnutia.

Samotné starnutie je proces, zatiaľ čo rýchly úpadok výkonnosti je zvyčajne spôsobený skôr chorobou než vekom. Hlavnou úlohou dnešnej gerontológie, vedy o procese starnutia, je nájsť spôsob liečenia bežných chorôb starých ľudí a nájsť prostriedky na oddialenie staroby alebo predĺženie života. Veľký kus práce je už v tejto oblasti za nami, ale ešte stále je to vecou šťastia – toho, akých máte rodičov a zdravého spôsobu života.

(Ľudské telo)

Zdroj: CALTÍKOVÁ, M. a Z. LAUKOVÁ et al., 2010. *Slovenský jazyk pre 3. ročník stredných škôl: cvičebnica*. Bratislava: Orbis Pictus Istropolitana. ISBN 978-80-8120-030-4.

PRÍLOHA E

Umelecký text postavený na subjektívnej argumentácii

„Čo sa ty staráš do toho, kedy si chlapi začnú prácu?“ s náruživosťou jej skočí do reči mrzáčka. „Či oni dbajú o to, kedy ty ideš kúpať deti do dediny? Či sa vadia s tebou, že márneš čas, kým druhé robia, že zárobok len sebe odložíš? Mohla by si sa štiť taká mladá a byť babicom v dedine?! A ešte s opitými chlapmi spieva po kršteniach! Smeje sa na tebe celá dedina!“ doložila, až sa zadychčiac.

Iľa vypäla svoju vysokú a štíhlu postavu. „Čo by som sa hanbila – veď som pyšná!“ povie pevne. „Preto, že som vyučená, že som vzdelaná, mne je len na chválu. A že spievam? To je pekné, keď je mladá žena veselá, nie zachmúrená ako vy. Že čas márnim? No, veď ti veľa spraví lenivá Zuza Gungovka alebo Anča od Hagarcov s chorým dieťaťom alebo Mara s trojmesačným chlapcom. Keď sa chytím, za pol dňa spravím toľko, ako ony tri za celý... A ty dáš zo svojho zárobku do gazdovstva? Veď šíješ celej dedine, veď si vychýrená krajčírka i na vidieku. A ja som i včera vyložila koláč ako sito veľký – vám, závistníkom, čo som dostala...“

Zdroj: TIMRAVA – SLANČÍKOVÁ, B., 2009. Ľapákovci. In: *Čítanka pre 1. ročník gymnázií a stredných odborných škôl*. Harmanec: Vojenský kartografický ústav. ISBN 978-80-8042-573-9.

PRÍLOHA F

Ezop: Bájka o myšom sneme

Mačka ustavične prenasledovala myši a mnoho z nich zabila. Myši zvolali veľký snem, aby spoločne vymysleli, ako sa pred mačkou chrániť. Snem trval veľmi dlho. Myši predniesli mnoho návrhov, ale ani jeden nebol dosť dobrý. Nakoniec jedna myš skríkla: „Mačka nás preto toľko vždy chytí, lebo ju nepočujeme prichádzať. Preto potrebujeme niečo, čo nás bude varovať vopred, že mačka prichádza. Musíme mačke na krk priviazať zvonček. Vždy keď budeme počuť zvonček, ukryjeme sa!“

Tento návrh zožal veľký ohlas a všetci sa tešili, ako sa už budú mať dobre. Vtom sa ozvala jedna stará múdra myš a povedala: „Nápad je to dobrý, ale má niekto z vás odvahu mačke zvonec na krk priviazať?“ Nik neodpovedal...

Poučenie

Načo sú dobré nápady, keď ich nemá kto zrealizovať?

PRÍLOHA G

Emil Burák: Nadhľad a paradoxy života

Múdri predkovia nám odkázali všeličo cenné. Jeden výrok hovorí, že ľudia nemôžu vedieť, môžu iba veriť. Ale neveria, pretože vedia. Druhý výrok hovorí o tom, že akákoľvek robota, ktorá stojí za to, aby bola vôbec niekedy urobená, stojí za to, aby bola urobená dobre.

Život netreba brať príliš vážne. Nemožno žiť v kŕči a neustálom napätí, čo zlé sa môže stať. Radšej žiť optimisticky, ale s orientáciou na podstatu dneška. Včerašok už nedokážeme vrátiť, zajtrajška sa nemusíme dožiť, preto dnešok prežime vždy čo najviac tak, aby sme boli spokojní sami so sebou.

Aby zadostučinenia z prežitého dňa v práci i v osobnej rovine (doma, v rodine, hobby) boli čo najväčšie. Koncentrovať sa treba na skutočné hodnoty a len niekoľko vážnych priorít. Aj v biznise a podnikaní aj v premýšľaní sa najviac darí, keď je človek uvoľnený.

Ak sa uvoľniť nedokážete ľahko – inšpirujte sa jednoduchosťou, ale hlbokou pravdivosťou života obsiahnutého v nasledovných paradoxných ponaučeniach.

I. SVETOVÉ PARADOXNÉ PRIKÁZANIA

(10 ponaučení Dr. Kenta M. Keitha ako nájsť vlastný zmysel v šialenom svete dneška)

1. Ľudia sú nelogickí, nerozumní a sebeckí. Napriek tomu ich milujte.
2. Ak konáte dobro, obvinia vás zo sebeckých pohnútok. Napriek tomu konajte dobro.
3. Ak ste úspešní, získate falošných priateľov a ozajstných nepriateľov. Napriek tomu sa usilujte o úspech.
4. Dobro, ktoré dnes vykonávate, bude zajtra zabudnuté. Napriek tomu konajte dobro.
5. Čestnosť a úprimnosť vás robia zraniteľnými. Napriek tomu buďte čestní

a úprimní.

6. Najväčších hrdinov s najvyššími ideálmi môže zastreliť aj najmenší človek s najnižšími pudmi. Napriek tomu majte najvyššie ideály.
7. Ľudia cítia so smoliarmi, ale nasledujú iba víťazov. Napriek tomu bojujte za smoliarov.
8. To, čo roky budujete, môže byť za noc zničené. Napriek tomu budujte.
9. Ľudia potrebujú pomoc, ale ak im pomôžete, môžu na vás zaútočiť. Napriek tomu ľuďom pomáhajte.
10. Dajte svetu to najlepšie, čo je vo vás, a on sa vám obráti chrbtom. Napriek tomu dajte svetu to najlepšie – čo je vo vás.

II. SLOVENSKÉ PARADOXY NAŠICH ČIAS

(Zamyslenie o tom, ako s nárastom majetkov zabúdame voňať človečinou)

Dnes máme väčšie domy a menšie rodiny. Viac vymožeností, ale menej času. Máme viac titulov, ale menej zdravého rozumu, viac vedomostí, ale menej súdnosti.

Máme viac odborníkov, ale aj viac problémov. Viac zdravotníctva, ale menej starostlivosti.

Utrácame príliš bezstarostne. Smežeme sa primálo. Jazdíme prí rýchlo. Pohneváme sa priskoro. Udobrujeme prineskoro. Čítame príliš málo. Televíziu sledujeme priveľa.

A modlíme sa priveľmi zriedka.

Znásobili sme naše majetky, ale zredukovali naše hodnoty. Rozprávame priveľa, milujeme primálo a klameme príliš často. Učíme sa ako zarábať na živobytie, ale nie ako žiť.

Pridali sme roky životu, ale nie život rokom. Máme vyššie budovy, ale nižšie charaktery. Širšie diaľnice, ale užšie obzory. Míňame viac, ale máme menej.

Kupujeme viac, tešíme sa z toho menej.

Cestujeme na Mesiac a späť, ale máme problém prejsť cez ulicu navštíviť susedov.

Dobývame vonkajší vesmír, ale nie vnútorný. Rozbili sme atóm, ale nie naše predsudky.

Píšeme viac, učíme sa menej, plánujeme viac, dokončujeme menej. Naučili

sme sa ponáhľať sa, ale nie čakať, máme vyššie platy, ale nižšiu morálku. Vytvorili sme viac počítačov pre viac informácií a aby sme vytvorili viac kópií, ale máme menej komunikácie. Máme vyššiu kvantitu, ale nižšiu kvalitu. Toto je čas rýchleho stravovania a pomalého trávenia, vysokých mužov a nízkych charakterov. Viac voľného času a menej zábavy... viac druhov jedla... ale menej výživy.

Dva platy... ale viac rozvodov. Krajšie domy... ale neúplné rodiny.

III. CESTA K OSOBNEJ SLOBODE

Pretože dnešný svet je šialený, a vy nie ste – nájdete svoj vlastný zmysel v paradoxe. Ak chceme urobiť svet lepším, nie je predsa dôležitý potlesk. Musíme sa ustavične boriť nehladiac na prekážky, pretože ak to neurobíme, mnohé veci, ktoré v našom svete treba urobiť, zostanú nevykonané. Na svete žije oveľa viac „malých“ ľudí než „veľkých“ ľudí. Lenže veľkí ľudia s veľkými myšlienkami ohrozujú malých ľudí nízkej mysle.

Kto prijme tieto paradoxné prikázania – je slobodný človek. Oslobodí sa od šialenstva tohto sveta (paradoxné prikázania vám môžu slúžiť ako osobné „vyhlásenie nezávislosti“ – môžete si ich nielen vyvesiť na stenu ako motto svojej slobody, ale (a to je dôležitejšie!) po celý zvyšok života – môžete konať to, čo pokladáte za správne a pravdivé, lebo to má (alebo môže mať) pre vás zmysel...

Preto navrhujem, že tak ako dnes, nenechávaj nič na zvláštnu príležitosť, pretože každý deň, ktorý žiješ, je zvláštna príležitosť. Vyhľadávaj vedomosti, čítaj viac, sed' na verande a obdivuj výhľad bez toho, aby si venoval pozornosť svojim potrebám.

Tráv viac času s rodinou a priateľmi, jedz obľúbené jedlá a navštevuj miesta, ktoré máš rád. Používaj svoje krištáľové poháre, nešetri najlepším parfumom a použi ho zakaždým kedy cítiš, že chceš. Napíš ten list, ktorý si chcel napísať „niekedy inokedy“.

Povedz svojej rodine a priateľom, ako veľmi ich ľúbiš. Neodkladaj nič, čo vnáša smiech a radosť do tvojho života. Každý deň, každá hodina, každá minúta je výnimočná a ty nevieš, či nebude tvoja posledná.

Zdroj: http://www.einfo.sk/component?option=com_alphacontent/section,19/cat,56/task/view/

PRÍLOHA H

Reklamné slogany – brilantný marketing alebo „číre“ vymývanie mozgov

Od nepamäti ma fascinovali reklamy. Najmä tie televízne, ktoré sa snažia zaujať svojím akčným, estetickým alebo iným poňatím. Po nich väčšinou nasleduje priamo nadväzujúca billboardová kampaň.

Nedávno som sa trochu zamyslel práve nad **sloganmi**, ktoré sprevádzajú niektoré naše reklamné kampane. Tu je zopár z nich. Myslím, že nikto z vás nebude mať problém priradiť ich (pre mňa často komické hlášky) k pôvodcom. Najlepší idú za nami.

Staňte sa jednotkou.

Vyvinutý pre vaše potešenie.

Niektoré veci sa nedajú kúpiť, na všetko ostatné je...

Imidž je nanič.

... vám dáva krídla.

Z lásky k automobilu.

Aj cez Vianoce je dobré byť...

Všetci sa trasú na ... darček.

Slušný život na Slovensku.

Keď ju miluješ, nie je čo riešiť.

Keď musíš, tak musíš.

Sme šťastní, že nás milujete pre peniaze.

Na väčšinu otázok o pečení, existuje jediná odpoveď.

Zaplaťte polovicu, užívajte naplno.

Oži v koži.

Zažite pocit voľnosti už teraz.

Modrá je dobrá.

Orosená odmena.

Svet detí sa nás týka.

(názvy a mená sú zámerne vynechané)

Každá reklamná kampaň má neklamnú stratégiu – jedna človeku nahovára, že bude „in“ (mobilné telefóny, móda pre mladých), iná apeluje na istotu (životné poistenie), spoľahlivosť alebo výkon (elektronika). Existuje veľa reklám, ktoré nám podhadzujú pôžitok ako to najväčšie šťastie. „Uži si, čo najviac, uspokoj svoje túžby“... bez ohľadu na iných. Niektoré zájdu až tak ďaleko, že definujú naše vlastné túžby a potreby. Samozrejme následne neváhajú z rukáva vytiahnuť okamžitý a zaručený spôsob, ako ich práve spomínaný produkt dokáže naplniť. Spoľahlivá pomoc na fiktívny problém.

Reklamou sa zaoberá nielen tím kreatívcov (sú to vraj ľudia často odtrhnutí od reality, ale aj veľmi nekonvenční a sršiaci kvantom nápadov), ale aj psychológovia. Znalosť ľudskej osobnosti je zárukou úspechu. Keď sa k tomu pridá masovosť, môžeme hovoriť o desiatkach miliónov.

Keď vidím alebo počujem niektoré reklamy (mobilní operátori patria medzi najväčších zadávateľov), chytá ma až nepríjemný pocit obťažovania. Nie všetci to však vnímajú podobne. Ostáva mi však otázka – koho neirituje reklama so strašnou hudbou, ktorú vidíme alebo počujeme 8 – 10x denne?

Na druhej strane česť výnimkám. Sú spoty, ktoré sa mi vryli do pamäti a vždy sa vynoria ako príjemná spomienka. Nie je ich veľa a hádam niečo aj o nich – to už nabudúce.

Tak ako televízia aj reklama je úžasný fenomén. Bez nej prakticky nie je možné predať, presadiť sa. Avšak nemala by ísť cez mŕtvolu – v modernej reči porušovať etický kódex a o zákone už ani nevriaci. Otázne je: kde je tá pomyselná hranica?

Zdroj: SME.sk > Blog.SME.sk > Marek Piváček > Zamyslenia

PRÍLOHA I

Trieda: II. ročník SŠ

Predmet: slovenský jazyk a literatúra

Tematický celok: lyrická poézia

Téma: Emil Boleslav Lukáč – *Tadeum urbis*

Cieľ: charakterizovať vzťah autora k svojmu rodnému kraju

Špecifický cieľ: vyjadriť a formulovať vlastný názor a záver

Metódy: práca s textom, skupinová práca, diskusia, metóda otázok a odpovedí, tvorivá práca s textom

Formy: frontálna, individuálna, skupinová

Použitý text: Emil Boleslav Lukáč – *Tadeum urbis*

Motivácia: motivačný rozhovor, študenti odpovedajú na otázky týkajúce sa rozdielov mesto – dedina

Čo je charakteristické pre dedinu?

Na dedine je viac zelene, dominujú domy – nie paneláky, bližší vzťah medzi ľuďmi. Ľudia sú priateľskejší.

Čo je charakteristické pre mesto?

Menej zelene, paneláky, zlý vzduch, zhon, doprava, ľudia sú chaotickejší, vy-stresovaní.

Bývate na dedine alebo v meste? Ste spokojní so svojím bydliskom?

Bývam v meste, nechcel by som bývať na dedine – som zvyknutý na mesto, ľudí a rýchlo sa všade dostanem – naše mesto je malé./Bývam na dedine, chcel by som bývať v meste – mám tam viac priateľov, vadí mi, že sa musím presúvať autobusom./Bývam na dedine, nechcel by som bývať v meste – mám starších súrodencov, ktorí sú mi veľkou oporou a žijú neďaleko nás, kedykoľvek k nim zabehnem.

Expozícia: práca s textom

Rozdelím študentov do piatich skupín. Každá skupina bude mať inú úlohu.

Všetci pracujú s textom nasledujúcej básne.

Emil Boleslav Lukáč – Taedium urbis (Dunaj a Seina)

Bohatstvá veľkomesta, zlatisté strechy dómov,
ich rozkoš, mam a jed, ich sláva, sprzna, slasť,
všetko to cudzie mi, je inde moja vlasť,
tam medzi bralami môj čarokrásny domov.

Tu každá myšlienka je zakrnelou, chromou;
doma je milejšou i najskromnejšia chrasť.
Tu všetko ubité a nemôže nič rásť,
len hukot odporný čuť veľkých hypodromov.

Ó, hory zelené, ó, dobrý, rodný údol,
na malých chatrčiach ten milý modrý kúdol,
tie mäkké sonáty, ktorými vietor húdol.

Ó, ľudia ako vosk, ne nepriatelia – vlci,
v ich krotkých pohľadoch slavianska láska blčí.
Ó, ty môj krásny kraj. Tak milujem ho. Mlčí.

Zdroj: IHNÁTKOVÁ, N., FEDOROVÁ, M., KRAHULCOVÁ, V. a R. TRUTZ, 1995. *Čítanka pre 3. ročník gymnázií a stredných škôl*. Bratislava: Litera. ISBN 80-85452-46-4.

1. skupina: tí, čo bývajú na dedine

Prečítajte si text a porovnajte svoje tvrdenia o živote v meste s argumentmi autora.

Odp.: autor by nechcel žiť v meste, vadí mu mesto, nemôže sa tam na nič sústrediť.

*Tu každá myšlienka je zakrnelou, chromou;
doma je milejšou i najskromnejšia chrasť*

2. skupina: tí, čo bývajú v meste

Prečítajte si text a porovnajte svoje tvrdenia pre život na dedine s argument-

mi autora.

Odp.: *Ó, hory zelené, ó, dobrý, rodný údol,
na malých chatrčiach ten milý modrý kúdol,
tie mäkké sonáty, ktorými vietor húdol.*

Autorovi je milý rodný kraj, dedina, chýba mu príroda.

3. skupina: porovnajte ľudí z autorovho textu so súčasnými ľuďmi
*Ó, ľudia ako vosk, ne nepriatelja – vlci,
V ich krotkých pohľadoch slavianska láska blčí.*

Autor považuje ľudí za dobrých, tvárných, sú ako vosk. V súčasnosti už nie je rozdiel a pravidlo, že ľudia, ktorí bývajú na dedine, sú iní ako v meste. Poznám ľudí, ktorí bývajú v meste a sú dobrí, milí a priateľskí. A poznám aj ľudí, ktorí bývajú na dedine, sú takisto milí a priateľskí. Človek sa snaží byť človekom, kdekoľvek býva.

4. skupina: vytvorte reklamu – život na dedine – prečo by mali ľudia žiť na dedine

Hľadáte božský pokoj? Už máte dosť smradu a hluku?

Prestahujte sa na dedinu, ktorá vám poskytne to, čo hľadáte. Domček v súkromí, zeleň a slušných susedov.

Za pohyb na čerstvom vzduchu u nás nemusíte platiť!!!!

5. skupina: vytvorte reklamu – život v meste – prečo by mali ľudia žiť v meste
Chcete byť v centre diania, vedieť, kde sa čo kedy stalo, vychytať všetky zľavy?
Mesto – je to pravé pre vás!!!!

Záver

Kritériá hodnotenia: slovne vyhodnotím každú skupinu, aktivitu všetkých v rámci skupiny. Najlepších tvorcov argumentov v rámci skupiny ohodnotím známku.

PRÍLOHA J



Reklamný slogan k obrázku: „Just do it“ – „Jednoducho to urob“

Reklamný text

Jednoducho to urobte, lebo vy za to stojíte! Nie každá z nás sa narodí dokonalá, ale každá chce dokonale vyzerieť. Nečakajte na zázrak, buďte VY tvorcom zázraku. Kúpte si jedinečnú a dokonalú farbu na vlasy od L'oreal, s ktorou budú vaše vlasy vyzerieť vždy fantasticky a zdravo od korienkov až po končeky. Vždy dokonalé vlasy budú korunou vašej krásy. Vsadte na L'oreal!

Argumentačný text

Tvrdenie

Farba na vlasy L'OREAL patrí k najspoľahlivejším prostriedkom na odstránenie nežiaducich šedín alebo na dosiahnutie želaného odtieňa vlasov.

Vysvetlenie

Produkty tejto svetoznámej značky sú vyrábané na prírodnej báze a majú najkvalitnejšie zloženie. Vlasom dodávajú stratenú pružnosť a lesk. Výrobcovia ponúkajú širokú paletu farieb od platinovej blond až po tmavú horkú čokoládu. Nezanedbateľná je tiež trvanlivosť. Farba vydrží až 20 umytí a tento

fakt šetrí aj vašu peňaženku.

Dôkaz

Mnohé spokojné zákazníčky zostávajú verné našej značke a odporúčajú ju ďalším záujemkyniam. Vďaka tomu ročne narastá naša produkcia v priemere o 50 %.

Zhrnutie

Ak chcete vyzeráť vždy upravená a spokojná, využite našu ponuku a nikdy vám nebude chýbať úsmev na tvári.

Daj si pauzu...

Známa čokoládová tyčinka píše svoju históriu od roku 1935, keď vďaka spoločnosti Rowntree uzrela svetlo sveta. Odvtedy sa bleskovou rýchlosťou rozšírila jej popularita do celého sveta, čo vyžadovalo globálnu marketingovú stratégiu. V rámci nej vznikol slogan, ktorý sa pýši vekom hrdého dôchodcu. V 40-tych rokoch minulého storočia totiž Donald Gilles vymyslel ikonický slogan – „Daj si pauzu, daj si Kit Kat“. Popularita chutnej tyčinky naďalej stúpala a slogan medzi ľuďmi doslova zľudovel. Pri každej prestávke ľudia spomínali tyčinku a nie raz si ju naozaj aj kúpili a zjedli. Úspech tohto sloganu spočíva najmä v jeho jednoduchosti a univerzalite, vďaka ktorej pretrval až dodnes. Načo meniť overené a funkčné?!

Just do it

Príbeh jedného z najslávnejších sloganov sa začal písať v r. 1988 na stretnutí zástupcov spoločnosti, ktorá vyrába športové potreby s agentúrou Wieden and Kennedy. Dan Wieden vo svojej reči vyzdvihol prácu dizajnérov spoločnosti s argumentom, že ostatní výrobcovia športového oblečenia sa snažia ostošeť, no ľudia tejto konkrétnej spoločnosti to „jednoducho urobia“. V 80-tych rokoch značka neúspešne bojovala s konkurenciou a veľmi dobre si uvedomovala nutnosť silnej kampane na podporu svojich produktov.

Pretože my za to stojíme

Málokedy sa stane, že reklamný slogan oslavuje narodeniny, no známa for-

mulka propagujúca produkty spoločnosti L'Oreál oslávila minulý rok 40. výročie svojho vzniku. Ikonický slogan pochádza z pera pracovníčky reklamnej agentúry McCann Erickson v New Yorku. Vznikla pri príležitosti uvedenia novej línie farieb na vlasy na americký trh. Spája sa aj s revolučným reklamným spotom, v ktorom hrá hlavnú úlohu žena. V onom čase svet reklám dominovali skôr muži a mužské hlasy.

PRÍLOHA K

Myšlienkové operácie

1. Priradte názvy myšlienkových operácií k jednotlivým príbehom. Svoj výber zdôvodnite.
2. Do bieleho poľa vymyslíte príbeh, v ktorom sa bude uplatňovať rovnaká myšlienková operácia.
 - A. „Všetky psy sa naučia chodiť na vôdzke“, povedal predavač novému majiteľovi, „ani váš pes nebude výnimkou, naučí sa to tiež.“
 - B. Prebieha vyučovanie. Danko si počas hodiny upravuje vlasy, Peter sa zasnene pozerá z okna a Táňa hrá so susedkou piškvorky. Učiteľ po hodine prichádza do zborovne a vyhlasuje: „Dnes tá trieda vôbec nepracovala!“
 - C. Ivko mal pri sebe 5 €. Chcel si kúpiť autíčko, ale stále si nemohol žiadne vybrať. Jedno bolo veľké, ale čierne, druhé bolo síce krásne farebné, ale malé.
 - D. Peťa maľuje obrazy. Najradšej zobrazuje prírodu, ale nie každý spozná, že je to príroda. Keď namaľuje lúku plnú kvetov, zelená plocha je krížom krážom posiatá nepravidelnými farebnými škvrnami (kvetmi).
 - E. Jožko je prváčik. Učí sa čítať. Slová už prečíta po slabikách: „Ma-ma melie mäso.“ Sústredene hľadá sa na jednotlivé písmenka, aby ich správne prečítal. Až keď si vetu prečíta druhýkrát a celú, uvedomuje si, čo čítal: Mama melie mäso.
 - F. Železo je vodivé, hliník je vodivý... Kovy sú vodiče.
 - G. Mysel žiaka je ako mlyn. Učiteľ musí dbať na to, aby žiakovi predkladal kvalitné myšlienky. Ani mletím pliev a prachu totiž nemôže vzniknúť kvalitná múka.

Myšlienkové operácie (riešenie):

dedukcia A, indukcia F, syntéza a analýza E, analógia G, porovnanie C, zovše-

PRÍLOHA L

Fajčenie spôsobuje choroby

Tabak je najbežnejšie užívanou drogou. Je mimoriadne návykový. Na choroby spôsobené fajčením (vrátane rakoviny pľúc, rozdutia pľúc a srdcových chorôb) umiera množstvo ľudí – a všetkým týmto úmrtiam bolo možné predísť. Celkový počet fajčiarov sa v súčasnosti síce znižuje, no vek, keď začínajú jedinci fajčiť, je čoraz nižší. Podceňovanie rizika vyplývajúceho z fajčenia sa môže stať jedincovi osudným. Spolu s nárastom počtu fajčiarov došlo k značnému nárastu úmrtí v dôsledku rakoviny pľúc. Napríklad v USA v roku 1986 rakovina pľúc predbehla rakovinu prsníka, ktorá bola dovtedy hlavným rakovinovým zabijákom amerických žien. Ukazuje sa, že tuhí fajčiari majú niekoľkonásobne vyššiu pravdepodobnosť, že sa u nich rozvinie rakovina pľúc.

Zvýšenie rizika vzniku rakoviny pľúc

Počet denne vyfajčených cigariet	Úmrtnosť na 100 000 mužov za rok
0	10
1 – 14	78 (8 krát viac než u nefajčiarov)
15 – 25	127 (13 krát viac než u nefajčiarov)
25 a viac	251 (25 krát viac než u nefajčiarov)

Fajčenie sa podieľa i na rozvoji iných foriem rakoviny vrátane rakoviny krčka maternice, hrtanu, ústnej dutiny, pažeráka, pankreasu a močového mechúra. Fajčenie škodí srdcu. Ľudia vo veku 30 až 55 rokov, ktorí denne vyfajčia balík cigariet alebo ešte viac, majú päťnásobne vyššiu pravdepodobnosť úmrtia na srdcový infarkt ako nefajčiari. Fajčenie prispieva k srdcovým chorobám tým, že znižuje hladinu HDL (lipoproteínu s vysokou hustotou), čiže tzv. dobrého cholesterolu v krvi, ktorí pomáha chrániť srdce pred ochoreniami. Fajčenie je pôvodcom celého radu dýchacích problémov, a to od infekcií (napr. chrípka) až po rozdurenie pľúc a ich zníženú funkciu.

PRÍLOHA M

...

My chceme slobodu; to je náš cieľ a svätá naša túžba. Keď ale slobodu chceme, dajme slobodu tomu, kto ju vždy zastával, usadíme slobodu tam; kde bolo je miesto a prítulok, keď ju v krajine utisli a zo všetkých kútov vyhнали.

Pozrimeže len do stredného veku: kde sa tam rozvíjala a kde zachovávala sloboda, keď nie v mestách? Ak teda ju chceme napomôcť, dajme mestám politické práva tým viac, že ich ony mali a len po nepravde o ne prišli.

Ale sa hovorí, že u nás je slobody dosť, na to ale odpovedám, že áno, bolo jej dosť a až mnoho zemianskej, ale opravdivej ľudskej veľmi málo. Všetko naše usporiadanie o tom svedčí. Keby mestá mali väčšie slobody a politické práva ubezpečené mali, nikdy by sa ani ľud nebol tak utláčal, nikdy by do takéhoto rabského jarma nebol upadol; zemianstvo si ale všetko privlastnilo a pritiahlo a nebolo nikoho, kto by prevahu, premoc a pripustky zemianstva bol obmedzoval a v slušných hraniciach držal. Politické práva miest ja i z tej pohnútky ďalej zastávam, že s politickými právami sú i meštianske práva a prisluhovania spravodlivosti v tuhom spojení.

(L. Štúr)

Zdroj: CALTÍKOVÁ, M. et al., 2011. *Slovenský jazyk 4 pre stredné školy*. Bratislava: Orbis Pictus Istropolitana. ISBN 9788081200939.

PRÍLOHA N

Ing. Ján Vážny, Nábrežná 14, 841 01 Bratislava

ABC, a. s.

Ing. Miroslav Pekný

Prievozká 25

852 02 Bratislava

Bratislava 25. 10. 2010

Motivačný list

Na základe inzerátu uverejneného dňa 10. 10. 2010 na stránke www.abc.sk by som Vás chcel požiadať o prijatie do zamestnania. Zaujímam sa o pozíciu „Vedúci pracovného tímu“.

Z predchádzajúceho pracovného života mám skúsenosti s prácou s ľuďmi – s organizáciou práce, identifikáciou vzdelávacích potrieb, motiváciou ako aj koučingom zamestnancov. Ovládam strojopis a prácu s počítačom – Word, Excel, Internet, Outlook, PowerPoint. Plynule hovorím po anglicky a nemecky. Medzi moje osobnostné vlastnosti patrí komunikatívnosť, zodpovednosť, cieľavedomosť, pozitívny prístup k riešeniu problémov a schopnosť pre tímovú spoluprácu, a preto verím, že by som pre Vašu spoločnosť bol prínosom. Ak Vás moja žiadosť o zamestnanie oslovila, rád Vám doplním ďalšie potrebné informácie o sebe na osobnom pohovore. V prílohe listu Vám zároveň zasielam svoj životopis a kópie dokladov o vzdelaní.

Za kladné vybavenie mojej žiadosti Vám vopred ďakujem.

S pozdravom

Vážny
Ing. Ján Vážny

5 príloh

PRÍLOHA O

Ako sa brániť pred neférovým útokom

Útoky

1. Vy ako čerstvý absolvent vysokej školy predsa nemáte žiadne skúsenosti. Byť vami, držím sa v úzadí. (osobný útok)
2. Nehovorte tu rozprávky. (osobný útok)
3. Čo budeme robiť, ak sa o rok ukáže, že vaša inovácia bola nesprávna? (hypotetická otázka)
4. Predsa sám/sama neveríte tomu, čo tu hovoríte. (popieranie kompetencií, snaha druhého zneistiť)
5. Oponent vám stále skáče do reči.

Možné reakcie

1. a) Považujem za prínosné, keď ľudia pristupujú k veciam nezaujato. Pri využívaní inovácií je predsa dôležité využiť kreativitu mladých ľudí a skúsenosti starších.
b) Pre mňa je rozhodujúca kvalita argumentov. Aké konkrétne pripomienky máte k tejto veci?
2. a) Nie som si istý/á, či máte skutočný záujem dohodnúť sa. Aké máte konkrétne námietky?
b) Asi si nie ste veľmi istý/á, keď sa uchýľujete k takýmto formuláciám. Mali by ste sa jasne vyjadriť, v čom je problém.
3. Nedajte sa nachytať a na hypotetickú otázku nereagujte unáhle. Overte predpoklad obsiahnutý v otázke a spresnite doplňujúce informácie.
a) To ale vychádzate z veľmi pesimistického scenára. V našich prognózach vychádzame z výsledkov výskumu. Konkrétne...
b) Na základe čoho predpokladáte, že tento postup nebude úspešný?
4. a) To vás musím sklamať. Som úplne presvedčený/á, že je to správna cesta. Moje hlavné dôvody sú...

- b) Z vašej reakcie usudzujem, že moje argumenty vidíte skepticky. Čo konkrétne sa vám nezdá?
- 5. Priateľsky a sebaisto si obhajujte svoju reč, pretože inak sa dostanete do podriadenej pozície.
 - a) Môžem, prosím, dohovoriť, pán Vážny?
 - b) Nechajte ma, prosím, dokončiť myšlienku.
 - c) Nechajte ma, prosím, dohovoriť. Ja som vás tiež neprerušoval/a.

Názov: **Argumentácia v škole i bežnom živote**
Autor: PaedDr. Jana Tomášková
Recenzenti: PaedDr. Mária Grolmusová
doc. Miloslav Gejdoš, PhD.

Vydavateľ: Metodicko-pedagogické centrum v Bratislave
Jazyková úprava: Mgr. Daniela Bordášová
Grafická úprava: Ing. Monika Chovancová
Vydanie: 1.
Rok vydania: 2015
Počet strán: 56
ISBN **978-80-565-0380-5**