

OTÁZKA 4: **SLADKÉ MÁMENÍ****2 BODY**

Rozhodněte o každém z následujících tvrzení, zda je v souladu s výsledky průzkumu agentury Median v roce 2010. U každého tvrzení zakroužkujte „Ano“, nebo „Ne“.

Tvrzení	Odpověď
Více než polovina respondentů uvedla, že jí čokoládu méně než jednou týdně.	<input checked="" type="radio"/> Ano / <input type="radio"/> Ne
Bonboniéra <i>Merci</i> patří k čokoládám, které Češi kupují méně často než <i>Toffifee</i> .	<input checked="" type="radio"/> Ano / <input type="radio"/> Ne
Na čokoládové tyčince <i>Kofila</i> si za poslední rok pochutnalo více lidí než na čokoládové tyčince <i>Milky Way</i> .	<input type="radio"/> Ano / <input checked="" type="radio"/> Ne
Přesně pětina respondentů v anketě odpověděla, že má nejraději čokoládu <i>Milka</i> .	<input type="radio"/> Ano / <input checked="" type="radio"/> Ne

2 body za všechny správné odpovědi; 1 bod za maximálně 1 chybu

Procvičované dovednosti: získávání informací – vyhledávání informací

Náročnost: 2

Zdůvodnění: Otázka vyžaduje orientaci v nesouvislém textu a alespoň základní znalost procent (např. pětina respondentů odpovídá dvaceti procentům).

Úplná odpověď:

ANO

ANO

NE

NE

Distraktory:

ANO – 57,1 % respondentů odpovědělo, že jí čokoládu méně než jednou týdně. A 57,1 % je více než polovina.

ANO – Bonboniéra *Merci* patří k čokoládám, které Češi kupují méně často než *Toffifee*. Bonboniéru *Merci* kupuje 15,7 % respondentů, zatímco *Toffifee* 19,6 %.

NE – Tato informace není uvedena v tabulce. Nevíme, kolik procent lidí si kupuje čokoládovou tyčinku *Milky Way*, proto tento údaj není v souladu s výchozím textem. Mnoho žáků se bude nejspíše ptát, kterou z možností mají zaškrtnout, pokud tyčinka *Milky Way* není ve výchozí tabulce. V takovém případě bychom je měli znovu odkázat na zadání otázky. Pokud informace není uvedena v tabulce, potom není tvrzení v souladu s výchozím textem.

NE – Čokoládu *Milka* má nejraději 23,4 % respondentů, což je více než pětina.

OTÁZKA 5: **SLADKÉ MÁMENÍ****1 BOD**

Co je hlavním smyslem výchozího textu?

A Vyvolat ve čtenáři chuť na čokoládu.

B Informovat čtenáře.

C Odradit čtenáře od konzumace čokolády a dalších sladkostí.

D Pobavit čtenáře.

E Vytvořit reklamu na sladkosti.

Procvičované dovednosti: zhodnocení textu – posouzení obsahu textu

Náročnost: 2

Zdůvodnění: Otázka vyžaduje odhalit záměr autora.

Úplná odpověď:

B Informovat čtenáře.

Text má čtenáře informovat o kvalitě českých čokolád a světovém trendu, tj. nízkokalorických cukrovinkách.

Distraktory:

A Ačkoli text může ve čtenáři vyvolat chuť na čokoládu, není to hlavním cílem autora výchozího textu.

C Výchozí text spíše popisuje situaci na českém trhu, neodrazuje čtenáře od konzumace čokolád, ale spíše vybízí k bedlivějšímu výběru sladkostí.

D Nikde v textu nejsou známky toho, že by chtěl autor čtenáře pobavit.

E Text není reklamou na sladkosti, nýbrž informuje o jejich kvalitě.