Miejsce
na naklejkę
z kodem szkoły

dysleksja

OKE GDAŃSK
CKE

JĘZYK POLSKI

POZIOM ROZSZERZONY

PRZYKŁADOWY ZESTAW ZADAŃ

Czas pracy 180 minut

MARZEC
ROK 2008

Instrukcja dla zdającego

1. Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 13 stron. Ewentualny brak zgłoś przewodniczącemu zespołu nadzorującego egzamin.
2. Rozwiązania zadań zamieść w miejscu na to przeznaczonym.
3. Pisz czytelnie. Używaj długopisu/pióra tylko z czarnym tuszem/atramentem.
4. Nie używaj korektora, a błędne zapisy wyraźnie przekreśl.
5. Pamiętaj, że zapisy w brudnopisie nie podlegają ocenie.
6. Możesz korzystać ze słownika poprawnej polszczyzny i słownika ortograficznego.

Życzymy powodzenia!

Za rozwiązanie wszystkich zadań można otrzymać łącznie
50 punktów

Część I – 10 pkt
Część II – 40 pkt

Wypełnia zdający przed rozpoczęciem pracy

PESEL ZDAJĄCEGO

KOD ZDAJĄCEGO

Więcej arkuszy znajdziesz na stronie: arkusze.pl

Część I – rozumienie czytanego tekstu

Przeczytaj uważnie tekst, a następnie wykonaj zadania umieszczone pod nim. Odpowiadaj tylko na podstawie tekstu i tylko **własnymi słowami** – chyba że w zadaniu polecono inaczej. Udzielaj tylu odpowiedzi, o ile jesteś proszona/y. W zadaniu zamkniętym wybierz tylko jedną odpowiedź.

Mity opowieści reklamowej (fragment)

1. Wydawałoby się, że w reklamie chodzi wyłącznie o to, by przekonać odbiorców do kupowania jak największej ilości dóbr. Jest to przeświadczenie całkowicie błędne. Istotą reklamy jest konstruowanie opowieści, której tematem jest świat, opowiadanie świata. Reklama jest swoistą kosmogonią. Stąd właśnie bierze się jej magiczny wpływ na ludzką wyobraźnię oraz jej niewiarygodna skuteczność perswazyjna. Jeżeli reklama o czymś opowiada, to nie o pralkach, samochodach, kosmetykach i proszkach do prania, ale właśnie o świecie. Nie tyle o tym, jakim on jest, ile jaki być powinien. W tym sensie reklama jest spadkobierczynią tradycyjnej literatury utopijnej. Jest wizją absolutnie doskonałej rzeczywistości, ponieważ opowiada projekt wirtualnego świata.

2. W powyższych uwagach pojawił się już termin „opowieść reklamowa". Należałoby zatem wyjaśnić, co kryje się pod tym terminem. Otóż ona jest dla nas formą zglobalizowanego przekazu, uniwersalnym językiem. Stanowi pewien byt abstrakcyjny, na który składają się wszystkie cząstkowe mikronarracje reklamowe, nieustannie pojawiające się na rynku komunikacji społecznej i docierające do odbiorców za pośrednictwem różnego rodzaju mediów (film, przekaz radiowy, plakat, reklama prasowa). Należy przy tym pamiętać, że ze względu na ekonomikę komunikacji żadna z tych mikrofabuł nie może być opowiadaniem o świecie jako skomplikowanym, wielopłaszczyznowym bycie. Jeślibyśmy spróbowali przekonstruować reklamy tak, aby zamiast opowiadać o pewnym wycinku rzeczywistości, przedstawiały świat w całej jego złożoności, to po dokonaniu wszystkich możliwych przekształceń prawdopodobnie otrzymalibyśmy bardziej lub mniej realistyczną powieść.

3. Kiedy mówimy o „opowiadaniu marzeń", nie mamy na myśli marzeń o nowej lodówce czy proszku do prania. Chodzi o coś o wiele głębszego. W ostatecznym sensie rzecz dotyczy odwiecznego marzenia o porządku zwyciężającym chaos. Opowieść reklamowa jednoznacznie staje po stronie porządku. Samochody, telewizory, szampony są jedynie oznakami stanów pożądanych przez większość z nas: zamożności, stabilizacji, dobrobytu, zdrowia, młodości, społecznej akceptacji; są atrybutami takiej struktury rzeczywistości, w której życie i porządek z powodzeniem przeciwstawiają się chaosowi i śmierci.

4. Opowieść reklamowa nie może istnieć bez mitu. Karmi się nim, opiera na mitycznych i archetypowych strukturach, wreszcie sama najczęściej staje się mitem, mitem żywym. Ważne jest przede wszystkim to, do jakiego stopnia może ona reagować na wszelkie kryzysy świadomości zbiorowej, które powodują lęk, frustracje, poczucie dezintegracji rzeczywistości. To właśnie owa zdolność szybkiego reagowania decyduje o skuteczności reklamy. Narracja reklamowa osiąga maksimum skuteczności, kiedy zaczyna spełniać analogiczną funkcję co mit w tradycyjnych społeczeństwach, kiedy równoważy przeciwieństwa, by w końcu stać się „przebraniem" mitu.

5. Konsolacyjny[1] charakter tej opowieści ujawnia się najwyraźniej w całym systemie reklamowych tabu, jakimi obwarowane są reguły tego typu komunikacji. Nie ma w niej miejsca na obrazy śmierci, starości, chorób, głodu, wojen, rozpaczy, frustracji, lęku. Nie oznacza to jednak, że owe wartości negatywne są w reklamie nieobecne. Dzieje się wręcz

[1] Konsolacyjny – pocieszający

Więcej arkuszy znajdziesz na stronie: arkusze.pl

przeciwnie. Choć pomijane milczeniem, obłożone tabu, systematycznie spychane w niebyt przez sztaby specjalistów od marketingu i społecznej komunikacji, pełnią one rolę ukrytego protagonisty w większości mikronarracji reklamowych. Są przeciwnikiem, którego, niczym w magicznej baśni, musi zwalczyć bohater, by chwiejący się lub zaburzony porządek świata mógł powrócić do stanu pierwotnej równowagi. Jak sądzę, opowieść reklamowa okazuje się najbardziej widoczną, oczywistą i niepodważalną formą reakcji na sytuację społecznego kryzysu.

6. Wydaje się, że współczesna rzeczywistość świata zachodniego w znacznym stopniu zanegowała takie pojęcia, jak wspólnotowość, bycie w rodzinie, w grupie rówieśniczej, kładąc główny nacisk na indywidualizm i konkurencję. Sytuacja taka staje się źródłem procesów alienacyjnych, przyczynia się do wzrostu poczucia samotności członków zachodnich społeczeństw. Coraz częściej telewizor zastępuje spotkania z przyjaciółmi, zaś konkurencja wyklucza efektywną kooperację. Innymi słowy, coraz powszechniejszym zjawiskiem staje się niezwykle silny kryzys więzi wspólnotowych. Reklama reaguje na tę sytuację wzmożoną „podażą" wspólnotowych mikronarracji, które występują najczęściej w dwóch wariantach: a) rodzinnym, b) plemiennym. Do pierwszej grupy należą wszelkie reklamy odwołujące się do tradycyjnego, wielopokoleniowego modelu rodziny. Ojciec, matka, dziadkowie, dzieci, pies, tworzą postulowaną, spoistą mikrospołeczność, w obrębie której utrzymany zostaje tradycyjny podział ról – matka gotuje, pierze, sprząta; ojciec zdobywa środki na utrzymanie domu i ewentualnie w czasie wolnym bawi się z dziećmi, a dziadkowie przekazują wnukom swoją wiedzę i życiowe doświadczenie.

7. Do przekazów drugiego rodzaju należą przede wszystkim te reklamy, które opowiadają o satysfakcjonującym funkcjonowaniu w grupie rówieśniczej, ukazują akceptację, życzliwość, zrozumienie. Do grupy tej można zaliczyć np. reklamy chipsów „Chio" (w których grupa rówieśników robi jednemu ze swoich członków jakąś miłą urodzinową niespodziankę), czy zup z kubka firmy Knorr (w których przedstawiona zostaje grupa studentów przygotowujących się wspólnie do egzaminu). Ta ostatnia reklama zasługuje na szczególną uwagę. Przedstawione w niej zachowania młodzieży mają ewidentnie konsolacyjny charakter. Większość badań przeprowadzonych wśród tej części populacji wskazuje na gwałtowny zanik więzi grupowych, wzrost rywalizacji, dążenie do błyskotliwej indywidualnej kariery, kosztem związków z rodziną, przyjaciółmi, znajomymi. „Wspólnotowe" przygotowania do egzaminu mają zatem charakter obrazu wyidealizowanego, a przez to posiadającego niezwykłą atrakcyjność. Atrakcyjność mitu.

8. Powyższe rozważania miały przede wszystkim wskazać, że opowieść reklamowa jest miejscem, w którym funkcjonują stare, odwieczne mity przebrane w nowe, postmodernisyczne stroje. Funkcjonują, będąc jednocześnie „mitami żywymi", bowiem nie utraciły mocy wpływania na sferę ludzkich zachowań i postaw. Nowe media dały im przy tym niezwykłą możliwość docierania do miliardów odbiorców. Dzięki temu opowieść reklamowa może we współczesnej, zracjonalizowanej i skrajnie ekonomicznej formie dokonywać efektywnej substytucji[2] marzeń na wielką skalę, opowiadać je i hierarchizować. Twierdzenie, iż sensem reklamy nie jest wyłącznie sprzedawanie produktów, wydaje się więc w pełni usprawiedliwione. Reklama nie sprzedaje ludziom rzeczy, lecz marzenia. Ich własne marzenia.

Mirosław Łesyszak, *Mity opowieści reklamowej* w: *Praktyki opowiadania*, Universitas 2001

[2] substytucja – zastępstwo

Więcej arkuszy znajdziesz na stronie: arkusze.pl

Zadanie 1. ***(1 pkt)***
Wyjaśnij sens zdania *Reklama jest swoistą kosmogonią.*

.....

.....

.....

.....

Zadanie 2. ***(1 pkt)***
Co znaczą w tekście wymienione słowa? Objaśnij, dopisując po jednym synonimie.

- frustracja – .....
- dezintegracja – .....

Zadanie 3. ***(1 pkt)***
Wyjaśnij, dlaczego rodzinny wariant reklamy jest skuteczny.

.....

.....

.....

.....

Zadanie 4. ***(2 pkt)***
Autor posługuje się w swojej wypowiedzi terminem „opowieść reklamowa”. Podaj cztery wskazane przez niego cechy „opowieści reklamowej”.

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie 5. ***(2 pkt)***
Jakie są wspólne cechy baśni, mitu i opowieści reklamowej? Wymień trzy.

.....

.....

.....

Zadanie 6. ***(1 pkt)***
Zdania zamykające akapity 7. i 8. mają charakter powtórzenia. Czemu służy taki zabieg?

.....

.....

Więcej arkuszy znajdziesz na stronie: arkusze.pl

Zadanie 7. *(1 pkt)*

Przeczytaj ponownie pierwsze zdanie i dwa ostatnie zdania z tekstu. Wybierz prawidłowe określenie relacji między nimi.

A. Twierdzenie zawarte w pierwszym zdaniu zostaje obalone w dwóch ostatnich.
B. Pierwsze zdanie zawiera myśl, która zostaje powtórzona w dwóch ostatnich.
C. Pierwsze zdanie wyraża wątpliwość, którą dwa ostatnie zdania wyjaśniają.
D. Ostatnie zdania z tekstu są polemiką z treścią pierwszego zdania.

Zadanie 8. *(1 pkt)*

Artykuł zbudowany jest z trzech części. Podaj numery akapitów składających się na każdą z nich.

wstęp: .....

rozwinięcie treści zawartych we wstępie: .....

podsumowanie: .....

Więcej arkuszy znajdziesz na stronie: arkusze.pl

Część II – pisanie własnego tekstu w związku z tekstem literackim zamieszczonym w arkuszu. Wybierz temat i napisz wypracowanie nie krótsze niż dwie strony (około 250 słów).

Temat 1. **Dokonaj analizy i interpretacji porównawczej fragmentów *Pana Tadeusza* Adama Mickiewicza oraz *Raportu o stanie wojennym* Marka Nowakowskiego, zwracając uwagę na sposoby przedstawienia lasu.**

Adam Mickiewicz ***Pan Tadeusz*** (fragment Księgi IV *Dyplomatyka i łowy*)

Rówienniki litewskich wielkich kniaziów, drzewa
Białowieży, Świtezi, Ponar, Kuszelewa!
Których cień spadał niegdyś na koronne głowy
Groźnego Witenesa, wielkiego Mindowy
I Giedymina, kiedy na Ponarskiej górze,
Przy ognisku myśliwskim, na niedźwiedziej skórze
Leżał, słuchając pieśni mądrego Lizdejki,
A Wiliji widokiem i szumem Wilejki
Ukołysany, marzył o wilku żelaznym;
I zbudzony, za bogów rozkazem wyraźnym
Zbudował miasto Wilno, które w lasach siedzi
Jak wilk pośrodku żubrów, dzików i niedźwiedzi.
Z tego to miasta Wilna, jak z rzymskiej wilczycy,
Wyszedł Kiejstut i Olgierd, i Olgierdowicy,
Równie myśliwi wielcy jak sławni rycerze,
Czyli wroga ścigali, czyli dzikie źwierzę.
Sen myśliwski nam odkrył tajnie przyszłych czasów,
Że Litwie trzeba zawsze żelaza i lasów.

Knieje! do was ostatni przyjeżdżał na łowy
Ostatni król, co nosił kołpak Witoldowy,
Ostatni z Jagiellonów wojownik szczęśliwy
I ostatni na Litwie monarcha myśliwy.
Drzewa moje ojczyste! jeśli niebo zdarzy,
Bym wrócił was oglądać, przyjaciele starzy,

Czyli was znajdę jeszcze? czy dotąd żyjecie?
Wy, koło których niegdyś pełzałem jak dziecię;
Czy żyje wielki Baublis, w którego ogromie
Wiekami wydrążonym, jakby w dobrym domie,
Dwunastu ludzi mogło wieczerzać za stołem?
Czy kwitnie gaj Mendoga pod farnym kościołem?
I tam na Ukrainie, czy się dotąd wznosi
Przed Hołowińskich domem, nad brzegami Rosi,
Lipa tak rozrośniona, że pod jej cieniami
Stu młodzieńców, sto panien szło w taniec parami?

Pomniki nasze! ileż co rok was pożera
Kupiecka, lub rządowa, moskiewska siekiera!
Nie zostawia przytułku ni 1eśnym śpiewakom,
Ni wieszczom, którym cień wasz tak miły jak ptakom.
Wszak lipa Czarnolaska, na głos Jana czuła,
Tyle rymów natchnęła! wszak ów dąb gaduła
Kozackiemu wieszczowi tyle cudów śpiewa!

Ja ileż wam winienem, o domowe drzewa!
Błahy strzelec, uchodząc szyderstw towarzyszy
Za chybioną źwierzynę, ileż w waszej ciszy
Upolowałem dumań, gdy w dzikim ostępie,
Zapomniawszy o łowach usiadłem na kępie [...]

1834

Adam Mickiewicz, *Pan Tadeusz*, Warszawa 1988

Więcej arkuszy znajdziesz na stronie: arkusze.pl

Marek Nowakowski ***Las*** (z tomu ***Raport o stanie wojennym***)

Las nie był puszczą. Ale były w nim uroczyska. Schowane w starodrzewie polanki. Piaszczyste usypiska pośród bagien. Jar porośnięty brzeziną. Te ustronne zakątki uchowały się przez wiele lat i panowała tam głucha cisza. Las skrywał swoje miejsca. Trzeba było umieć do nich trafić, klucząc przez gęstwinę maliniaków, przeskakując zwalone wiatrołomem pniaki i napotykając czarne oczka wodne w szuwarach. Po drodze nieraz odkrywały się w mchu całe kolonie krzepkich, ciemnych prawdziwków i czerwonych kozaków. Choć las otoczony był przez pola i osiedla, podrąbywany bezlitośnie na obrzeżach, trwał jednak uparcie i zachowywał swą urodę. Stanowił raj dla wiejskich chłopców, którzy wciąż znajdowali w nim podziurawione hełmy kilku wojen i bagnety. Miał też swoich wolnych mieszkańców. Z nagła potrafił mignąć biały zadek sarny czy kozła. Podmokłe chaszcze zamieszkiwały dziki. Swymi szablami orały ziemię w leszczynie i kobiety zbierając jagody omijały te ślady strachliwym półkolem. Zmierzchem zaś niejeden z okolicznych mieszkańców widział lisa, podążającego przecinką. Zawsze więc pierwszy śnieg ujawniał zwierzęcą i ptasią mapę tropów. Całą tę gmatwaninę paciorków, wgłębień po kopytach i ściegu pazurów. Tropy zataczały wymyślne zawijasy prowadząc gdzieś w głąb mateczników, do serca lasu. Znaków tego leśnego życia z latami ubywało. Zwierzyna została bezlitośnie wytrzebiona przez myśliwych. Ci myśliwi z zażartym uporem otaczali całe połacie gęstwiny, puszczali psy i gęsto rozlegały się strzały. Sam las kurczył się i przerzedzał. Wyręby klinami wdzierały się coraz dalej i łyse miejsca, porośnięte niskim młodnikiem, zajmowały znaczne obszary powierzchni. Ginął las i te tajemnicze polanki, gdzie skąpo docierało słońce przez korony wysokich, stuletnich drzew, zostały nagle ujawnione i pozbawione wszelkiej urody. Tam, gdzie schowana była w moczarach piaszczysta wysepka z pokracznymi sosnami, których korzenie niby reumatyczne paluchy wczepiały się cudem w podłoże, usypano żużlową drogę i wśród bagien wyrosła wiertnicza wieża. Drążono tutaj ziemię poszukując ropy naftowej. Warkot świdra wypłoszył wszystkie ptaki i nie pokazała się już nigdy para drapieżnych myszołowów, która miała swoje gniazdko w dziupli wypalonego piorunem drzewa. Najdłużej zachował się jar porośnięty brzeziną. Jakoś to miejsce uchodziło niszczycielskiej ludzkiej uwadze. Jesiennym dniem, idąc wąską ścieżyną w szeleście suchych liści, można było zaszyć się

w tym ustroniu i dumać w ciszy jeszcze niczym nie zakłóconej. Ostatniej zimy jednak osaczył jar terkot elektrycznych pił. Drwale dobrali się do najbliższego lasu, półkolem otaczającego brzezinę. Całą zimę rozlegał się trzask i huk padających drzew. Jedne wywożono ciągnikami, inne cięto i układano w sągi. Malowniczy jar przestał istnieć. Stał się zwyczajnym, gliniastym dołem o nierównym dnie, zaśmieconym puszkami i butelkami po winie, z kilkoma żałośnie sterczącymi brzózkami. Większe brzozy bowiem doszczętnie wycięto. Cały las przestał być lasem. Zamienił się w goliznę poręb, okraszoną tu i ówdzie młodnikiem. Ze wszystkich stron majaczyły brzydkie, szare domy z prefabrykatów. Poza nimi ciągnęła się płaska, naga równina po horyzont.

Młodzieniec, który w tym lesie od lat miał swoje miejsca marzeń i rozmyślań, stał na piaszczystym wzniesieniu będącym niegdyś uroczyskiem wśród bagien. Stał i patrzył na łysą, zdewastowaną ziemię. Twarz mu stężała, a oczy zaświeciły się zimnym blaskiem. Nic już nie łączyło go z tą ziemią. Pozostała tylko pamięć. Ruszył przed siebie i nie obejrzał się ani razu.
1982

Marek Nowakowski, *Raport o stanie wojennym*, Białystok 1990

Temat 2. **Język w państwie policyjnym. Zanalizuj i zinterpretuj wiersz Ewy Lipskiej *Z cyklu: Wielkie awarie (I)*.**

Ewa Lipska ***Z cyklu: Wielkie awarie (I)***

W kraju nastąpiła awaria języka.
Monterzy od wczesnych godzin rannych
usiłowali zatrzymać potoki słów.
Zatopione znaczenia opadały na dno.
Wyrazy traciły szyk.
Mowa zaczęła być zależna
od kilku generałów jednego nieboszczyka
w znaku skorpiona papugi
używanej do przenoszenia haseł
usłużnych językoznawców
nakręcających język na papiloty.
Ufryzowana mowa
ginęła w rwących potokach.
Mówiono o wymianie głosek.
Gwałtownie ustawiano zapory mównic.
Na drzewach rozwieszano megafony.
Zajeżdżały wozy pancerne
z żonglerami słów.
Ale język słabł. Opadał z sił.
Szerzyła się epidemia afazji[3].
Sens błądził po manowcach
gdzie zaczynały kwitnąć
pierwsze podejrzenia i truskawki.
Manipulanci pracowali na cztery zmiany.
Urywał się wątek.
W gazetach wisiały już tylko
czarne garnitury czcionek.
Z ust wydobywał się bezkształt.
Ginęły szepty i wyznania.
Ktoś próbował się jeszcze zdobyć na odpowiedź
ale zagłuszyły go jaskrawe iluminacje.
Ruszyła ziemia.
Spadały pierwsze pelargonie.
Ulewny deszcz zmywał porzucone aluzje
strzępy słowników i map.

[3] afazja – zaburzenie mowy, powstające wskutek uszkodzenia niektórych okolic półkuli mózgu

Więcej arkuszy znajdziesz na stronie: arkusze.pl

W kilka tygodni później
ocalony
udziela sobie wywiadu:
teraz trzeba od nowa
najlepiej zacząć od naśladowania ptaków
mówi
z wysiłkiem wydobywając z ust
zgrzytliwy dźwięk znaczeń.

Jeszcze później:
zaczynają padać pierwsze rozkazy
wracają mównice
przybywa coraz więcej
liter alfabetu
ubywa dnia.

(Z tomu *Przechowalnia ciemności*, 1985)

WYPRACOWANIE

na temat nr .....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Więcej arkuszy znajdziesz na stronie: arkusze.pl

Więcej arkuszy znajdziesz na stronie: arkusze.pl

Więcej arkuszy znajdziesz na stronie: arkusze.pl

Więcej arkuszy znajdziesz na stronie: arkusze.pl

Więcej arkuszy znajdziesz na stronie: arkusze.pl

BRUDNOPIS (nie podlega ocenie)

Więcej arkuszy znajdziesz na stronie: arkusze.pl