***Przeczytaj uważnie teksty, a następnie wykonaj zadania umieszczone pod nimi. Odpowiadaj tylko na podstawie tekstów i tylko własnymi słowami – chyba że w zadaniu polecono inaczej. Udzielaj tylu odpowiedzi, o ile Cię poproszono.***

**Zadanie 1.**

**Aneta Załazińska *Jak przekonać słuchacza, że mówi się właśnie do niego***

Odbiorca jest egoistą. Lubi, gdy go zauważasz, uwielbia, gdy mówisz właśnie do niego.   
O tych upodobaniach odbiorcy powinieneś pamiętać, gdy planujesz jakąś mowę. Ale nie tylko wtedy. Zawsze gdy zwracasz się do drugiego człowieka, on chce odczuć to, że jest dla ciebie ważny jako odbiorca, że interesuje cię, co sądzi, że liczysz się z jego zdaniem i traktujesz go jak równoprawnego partnera komunikacji.

Podpowiemy ci zatem, jak pamiętać o słuchaczu i co zrobić, aby on też nie zapomniał, że słucha,   
a nie tylko słyszy. Czyli – jak sprawić, by słuchający stał się słuchaczem.

Powiedzmy teraz o regule rządzącej wprawdzie całą wypowiedzią retoryczną, ale ściśle związanej   
z istnieniem odbiorcy. Zanim zaczniesz mówić, powinieneś wyrobić w sobie przekonanie, że otwierasz usta po to, aby ktoś został poinformowany, ktoś został przekonany, ktoś został zauważony. Ktoś – czyli odbiorca. Nazwijmy tę postawę nastawieniem na odbiorcę. Po prostu nie możesz jako mówca zapomnieć, że zawsze mówisz do kogoś. Nie rzucaj słów na wiatr. Czasami mówiący zakładają przypadkowość odbioru – sądzą,   
że ich wypowiedź zawsze do kogoś trafi. Nie jest to jednak taktyka, ale lenistwo retoryczne(!), które ma niepożądane skutki […].

Twoja wypowiedź nie może być zatem tekstem zawieszonym w próżni – bez odbiorcy, miejsca,

czasu. Wypowiadane przez ciebie słowa zawsze wypowiadane są w czyjejś obecności, w danym miejscu   
i o danej porze. Zyskują więc naturalne zakotwiczenie w miejscu i czasie. I niektórym wydaje się,   
że to wystarczy. Tymczasem sztuką jest umieć te naturalne własności czasowo-przestrzenne wykorzystywać w mowie. Twoja mowa powinna więc mieć takie zakotwiczenie i zaadresowanie – czasem bardziej,   
a czasem mniej bezpośrednie i widoczne. Przez zakotwiczenie rozumiemy umieszczenie w niej takich elementów, które nawiążą do konkretnej sytuacji wypowiedzi: miejsca i czasu; zaś przez zaadresowanie rozumiemy skierowanie mowy do konkretnych odbiorców.

Pomyśl: jeśli ta sama mowa, bez jakichkolwiek przeróbek, może być wygłoszona przed różnymi

odbiorcami, w różnych miejscach i w różnym czasie, oznacza to, że nie ma ani owego zakotwiczenia,   
ani adresu. Zatem nieskuteczne retorycznie jest wygłaszanie takiego samego kazania do dorosłych   
i do dzieci; nieskuteczne jest też przedstawianie własnych kwalifikacji i zdolności w czasie rozmowy o pracę u różnych pracodawców. Dlaczego? Poza oczywistymi względami (inaczej mówi się do dzieci, inaczej   
do dorosłych, inaczej do właściciela firmy komputerowej poszukującego wspólnika, a inaczej do kadrowej   
w wielkiej firmie, która rekrutuje programistów do pracy w zespole) istnieje uniwersalna zasada, opierająca się na psychologii ludzkich działań. Nazwijmy ją odpowiedzialnością słuchania.

Michał Rusinek, Aneta Załazińska, *Jak się dogadać, czyli retoryka codzienna*, Kraków 2018, s.79–80.

**1.1. Co, wg autorki przytoczonego artykułu, jest jednym z warunków skutecznej komunikacji? (0–1)**

...............................................................................................................................................................................

.............................................................................................................................................................................

**1.2. Na czym polega różnica między słuchaniem a słyszeniem w zdaniu: „[…] jak pamiętać o słuchaczu**

**i co zrobić, aby on też nie zapomniał, że słucha, a nie tylko słyszy”? (0–1)**

..............................................................................................................................................................................

..............................................................................................................................................................................

**1.3. Na podstawie tekstu wyjaśnij sens zdania: „Nie rzucaj słów na wiatr”. (0–1)**

..............................................................................................................................................................

**1.4. Jeśli twórca mowy chce, by odbiorca został przekonany do czegoś, używa języka przede wszystkim**

**w funkcji: (0–1)**

**A.** ekspresywnej

**B.** perswazyjnej

**C.** poetyckiej

**D.** informatywnej

**1.5. Wybierz z listy a–f właściwe akty mowy i podaj dwa różne przykłady ich użycia w tekście. (0–2)**

Autorka stworzyła tekst, w którym dominują:

a) ostrzeżenia

b) prośby

c) rozkazy

d) pytania

e) groźby

f) obietnice

Przykłady:

**1.** ...........................................................................................................................................................

**2.** ..........................................................................................................................................................

**1.6. Które środki językowe nadają tekstowi Anety Załazińskiej charakter poradnika? Podkreśl TAK,   
 jeżeli dany środek językowy nadaje tekstowi taki charakter, albo NIE – jeżeli nie nadaje. (0–2)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. | bezpośrednie zwroty do adresata | TAK | NIE |
| 2. | czasowniki w 2 os. liczby pojedynczej i czasowniki w trybie rozkazującym | TAK | NIE |
| 3. | występowanie licznych powtórzeń i obrazowych porównań | TAK | NIE |
| 4. | prostota w doborze słownictwa i konstrukcji zdań | TAK | NIE |

**1.7. Na czym polega, wg autorki, uwzględnienie odbiorcy w wypowiedzi? Podaj dwa czynniki. (0–1)**

**1.** ....................................................................................................................................................................

**2.** ....................................................................................................................................................................