

Uczniowie klasy VII,

w związku z przerwą w funkcjonowaniu naszej szkoły przesyłam instrukcje dotyczące samodzielnego opracowania i utrwalenia treści z zakresu języka polskiego w domu. W załącznikach zamieszczam zeskanowane strony z podręcznika i zeszytu ćwiczeń do Waszej dyspozycji. Jeżeli ktoś z Was zostawił materiały do języka polskiego w szkole, powinien wydrukować załączone pliki (zeszyt ćwiczeń), aby móc je uzupełnić i przynieść do szkoły w celu ich sprawdzenia. W przypadku notatek, które samodzielnie musicie zredagować w domu, możecie skorzystać z przesłanych materiałów – wydrukować je i wkleić lub przepisać (wedle Waszego uznania). **To co zostało zapisane kolorem zielonym powinno znaleźć się w zeszycie / pogrubione treści proszę wpisać na kolorowo. Informacje o zadaniach w zeszycie ćwiczeń zaznaczyłem na czerwono.**

Lekcje rozpisane są zgodnie z podziałem godzin (zawierają konkretne daty). Przypominam, że w środy mamy 2 godziny języka polskiego (zostało to tutaj uwzględnione).

Gdybyście mieli jakieś pytania lub wątpliwości, zachęcam do kontaktu mailowego pod adresem: polski7@interia.pl

Przypominam o rozwiązaniu quizu podsumowującego na platformie Quizizz, dzięki któremu możecie utrwalić zagadnienia omawiane od początku roku szkolnego 2019/2020:

<https://quizizz.com/join/quiz/5e6c8d53bab07d001bb9b85d/start>

TYDZIEŃ 2

Lekcja

(23 marca 2020 r. - poniedziałek)

Temat: Charakterystyka osoby mówiącej w wierszu Wisławy Szymborskiej „Możliwości”.

[Podręcznik s. 237 - 238]

1. Zapoznaj się z graficznym biogramem Wisławy Szymborskiej zamieszczonym poniżej i na jego podstawie zredaguj w zeszycie **notatkę biograficzną** o noblistce.

Wisława Szymborska



Urodziła się 2 lipca 1923 roku w Kórniku koło Poznania.

Od 1931 roku uczęszczała do Gimnazjum Sióstr Urszulanek w Krakowie.



Podczas wojny uczyła się na tajnych zajęciach, a od 1943 roku pracowała jako urzędniczka.



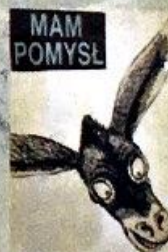
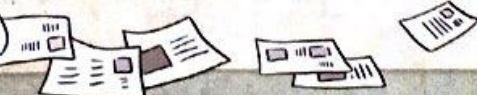
Po wojnie, w 1945 roku rozpoczęła studia na Uniwersytecie Jagiellońskim.



W 1952 roku ukazał się pierwszy tomik wierszy pt. „Dlatego żyjemy”.



Do 1981 roku pracowała w redakcjach czasopism w Krakowie, gdzie zajmowała się głównie pisaniem na temat literatury.



W 1996 roku otrzymała Literacką Nagrodę Nobla za całokształt twórczości.



Zmarła 1 lutego 2012 roku w Krakowie.



Nagroda Nobla – wyróżnienie przyznawane od 1901 roku w Sztokholmie za wybitne osiągnięcia, między innymi literackie. Nagrodę ustanowił Alfred Nobel – szwedzki przemysłowiec i wynalazca dynamitu.

2. Przeczytaj wiersz ze s. 237 i 238 pt. *Możliwości* Wisławy Szymborskiej (podręcznik).
3. Wykonaj samodzielnie w zeszycie następujące zadania:
 - 1) Na podstawie przeczytanego wiersza scharakteryzuj podmiot liryczny (czego się o nim dowiadujesz, jakie cechy charakteru ujawnia, kim może być). Swoje spostrzeżenia zapisz w zeszycie w formie mapy myśli (nie cytuj, odpowiedzi zapisuj własnymi słowami).

PODMIOT LIRYCZNY W WIERSZU „Możliwości”

KIM JEST?



CO O NIEJ WIEM
(co lubi)?

JAKA JEST (cechy charakteru)?

- Wykonaj w zeszytcie **zad. 3 / s. 238**.
- Zapisz (lub wklej) w zeszytcie poniższe **definicje (oznacz je na kolorowo)**.

Anafora – powtórzenie słowa lub zwrotu na początku strofy, wersu albo wypowiedzenia. Zwraca uwagę na treść zawartą w powtarzanym słowie lub sformułowaniu, wpływa na rytm.

*A co, gdybym budziła w ludziach strach,
albo tylko odrazę,
albo tylko litość?*

Wisława Szymborska *W zatrzęsieniu*

Do **składniowych środków stylistycznych** należą m.in.:

- **powtórzenie** – dwu- lub wielokrotne wystąpienie tego samego wyrazu, wyrażenia, zwrotu itp. w utworze. Powtórzenie zwraca uwagę na jakąś treść, wpływa na rytm, zwiększa ekspresję, podkreśla znaczenie jakiegoś elementu. Rodzajem powtórzenia, które występuje na początku wersu lub strofy, jest **anafora**;
- **pytanie retoryczne** – użycie formy pytania nie w celu wyrażenia wątpliwości i uzyskania odpowiedzi, ale dla podkreślenia przekonań osoby mówiącej. Zwiększa ton emocjonalny wypowiedzi, przykuwa uwagę słuchaczy, podkreśla jakąś treść;
- **apostrofa** – bezpośredni zwrot do kogoś lub czegoś (osoby, bóstwa, upersonifikowanej idei lub przedmiotu). Nadaje tekstowi podniosły, uroczysty charakter;
- **przerzutnia** – rozbieżność między granicą wersu a granicą wypowiedzenia. Urozmaica rytm i dynamizuje utwór, uwydatnia pewne połączenia słowne;
- **wyliczenie** – wymienienie kolejnych elementów jakiejś całości. Porządkuje wypowiedź, zapowiada, podsumowuje pewne treści;
- **wykrzyknienie** – zdanie wykrzyknikowe. Podkreśla zaangażowanie emocjonalne.

Lekcja

(24 marca 2020 r. - wtorek)

Temat: Iqbal Masih – wielki mały człowiek.

[Podręcznik s. 242 - 244]

1. Przeczytaj tekst wstępny ze s. 242, następnie fragment pt. *Iqbal* Francesco D'Adamo (podręcznik s. 242 - 243) oraz artykuł „*Iqbal*” – *opowieść o niewolniczej pracy najmłodszych* Sebastiana Frąckiewicza zamieszczony na portalu POLITYKA pod adresem:

<https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1707438,1,iqbal--opowiesc-o-niewolniczej-pracy-najmlodszych.read>

2. Wykonaj samodzielnie w zeszycie zadania z podręcznika:

1 / 244 - pisemnie

2(b,c) / 244 – pisemnie

4/ 244 – pisemnie (w formie wydruku z Internetu).

3. **Zadanie dodatkowe dla chętnych uczniów (na dodatkową ocenę).**

Napisz list oficjalny do wybranej instytucji, np. do Rzecznika Praw Dziecka, w sprawie, którą uważasz za ważną.

List należy przesłać na adres mailowy: polski7@interia.pl do piątku (27 marca 2020 r.) w formacie doc., docx. lub pdf. Przed przystąpieniem do pisania listu oficjalnego proszę przypomnieć sobie zasady redagowania tej formy wypowiedzi. Pomocna będzie dla Was strona internetowa <https://epodreczniki.pl/a/list-oficjalny/DZmI69Q6p> (szczególną uwagę zwróćcie na układ graficzny i język wypowiedzi – zwroty grzecznościowe; nie musicie wykonywać zamieszczonych na stronie zadań). Dane adresata możecie wymyślić (adres).

Lekcja 1

(25 marca 2020 r. - środa)

Temat: Czy reklama może ograniczać wolność?

[Podręcznik s. 248 - 250]

1. Przeczytaj tekst ze s. 248 pt. *Reklama przedawkowana* Krzysztofa Zanussiego (podręcznik).
2. Na podstawie tekstu wykonaj zadanie 1 / 249. W zeszycie należy zanotować wyłącznie numer pytania i odpowiedź, np. 1 – B.
3. Wykonaj w zeszycie następujące zadania:

3 / 249 - pisemnie

4 / 249 - pisemnie

Słowniczek pomocniczy do wykonania zadania:

subiektywny – taki, który w ocenie czegoś kieruje się swoimi upodobaniami, sympatiami albo antypatiami, nie zawsze jest sprawiedliwy;

obiektywny – taki, który w ocenie czegoś jest sprawiedliwy, nie kieruje się swoimi upodobaniami, sympatiami albo antypatiami;

emocjonalny – taki, który w życiu kieruje się swoimi uczuciami, wyrażający uczucia;

stronniczy – taki, który w życiu kieruje się osobistymi sympatiami lub uprzedzeniami, nieobiektywny;

pełen dystansu – taki, który potrafi „chłodno” podejść do tematu, emocje lub osobiste odczucia nie mają wpływu na jego ocenę lub zachowanie;

neutralny – taki, który nie staje po żadnej ze stron, jest obiektywny w ocenie, bezstronny;

oschły – taki, który nie ujawnia swoich uczuć, pozbawiony uczuć.

5 / 249 - pisemnie (Zanim przystąpicie do zdania, przypomnijcie sobie cechy felietonu ze s. 128 w podręczniku).

- Czy reklama ogranicza wolność? Na podstawie felietonu ze s. 248 odpowiedz w kilku zdaniach na zadane pytanie (w zeszycie).

Lekcja 2

(25 marca 2020 r. - środa)

Temat: Reklama jako komunikat językowy.

[Podręcznik s. 250 – 252 + **ćwiczenia s. 89 – 90 (bez strony 91)**]

1. Przeczytaj tekst ze s. 250 - 251 pt. *Język reklamy* Jerzego Bralczyka (podręcznik).
2. Zapisz w zeszycie definicję:

REKLAMA – informowanie ludzi (za pośrednictwem Internetu, prasy, telewizji, plakatów/ulotek, billboardów) o usługach lub towarach poprzez podkreślenie ich zalet w taki sposób, by ludzie chcieli z nich skorzystać lub je kupić.

Cechy reklamy:

- słownictwo perswazyjne (nakłaniające);
- stosowanie przymiotników w stopniu wyższym i najwyższym;
- łatwe, rymujące się hasła reklamowe;
- stosowanie trybu rozkazującego;
- pokazywanie ludzi młodych, ładnych, uśmiechniętych;
- wmówienie odbiorcy, że dzięki reklamowanej rzeczy będzie szczęśliwszy i że jest mu niezbędna do życia.

3. Przepisz do zeszytu i uzupełnij, na podstawie przeczytanego tekstu, tabelę ze s. 251 (**zad. 3a / s. 251**) następującymi zwrotami:
 - przekazy naukowe,
 - utwory liryczne,
 - baśnie.

przykłady tekstów, których poetykę wykorzystuje się w reklamie		
<ul style="list-style-type: none">• opisy odwołujące się do zmysłów• metafory• emocjonalny stosunek do odbiorcy	<ul style="list-style-type: none">• elementy fantastyczne• jednoznaczne oddzielenie dobra od zła• barwność świata przedstawionego	<ul style="list-style-type: none">• definicje• terminy• zdania stwierdzające istnienie zjawisk

4. Wykonaj w zeszycie **zad. 4b / s. 251** (Odpowiedz na pytanie: **Do jakiego utworu nawiązuje reklama? Wypisz elementy, które na to wskazują?**).
5. Wykonaj zadania w zeszycie ćwiczeń **s. 89 – 90 (bez strony 91)**.


Lekcja

(27 marca 2020 r. - piątek)


Temat: Przypomnienie i utrwalenie wiadomości na temat składni.

1. Obejrzyj uważnie prezentację multimedialną na temat części zdania (platforma Prezi) pod wskazanym adresem www:
<https://prezi.com/togv6dr7wjwr/czesci-zdania/>
2. Przeczytaj, przeanalizuj i wklej do zeszytu notatkę dotyczącą części zdania, które już poznaliśmy (umieszczoną na następnej stronie). Jeżeli nie masz dostępu do drukarki, zostaw w zeszytcie jedną wolną stronę (kartę otrzymasz ode mnie po powrocie do szkoły).
3. Wykonaj zadania umieszczone pod poniższymi adresami (tylko te, które są dostępne on-line i mają opcję automatycznego sprawdzania – nie przepisuj niczego do zeszytu). Celem tych ćwiczeń jest utrwalenie i poszerzenie umiejętności, które już masz 😊.

Płonące lody w chrupiącym koszyczku
Biała dama

 **SPRAWDŹ**
Pokaż rozwiązanie

Źródło: Contentplus.pl sp. z o.o., licencja: CC BY 3.0.

 **Pamiętaj!**
Przydawka to każde określenie rzeczownika.

<https://epodreczniki.pl/a/imienne-orzeczenia-wychodza-z-cienia/DGVDeUo91>

<https://epodreczniki.pl/a/bez-klopotu-rozpoznasz-typy-podmiotow/D1Gv0isE5>

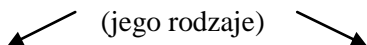
<https://epodreczniki.pl/a/przydawki-okoliczniki-i-dopelnienia-wzbogacaja-wypowiedzenia/DfSuGuhPC>

<https://epodreczniki.pl/a/opis-zdania-pojedynczego---cwiczenia/DFviviFTB>

ORZECZENIE – podstawowa część zdania, która określa/nazywa wykonywaną czynność. Odpowiada na pytania: co robi?, co się z nim dzieje?, w jakim jest stanie?

ORZECZENIE

(jego rodzaje)



CZASOWNIKOWE

(wyrażone osobową formą czasownika –
- jest to jeden wyraz)

Kasia lubi owoce.
Dzieci rysują w zeszytach.

IMIENNE

(składa się z **łącznika** i **orzecznika**)

łącznik – czasownik „być”, „zostać”
„stać się” w formie osobowej
orzecznik – inna część zdania,
która uzupełnia informacje o czyn-
ności

Kasia jest uczennicą.
Rower zostanie naprawiony.

PODMIOT – po orzeczeniu, druga najważniejsza część zdania. Określa/nazywa wykonawcę czynności w zdaniu. Odpowiada na pytania: kto?, co?

Typu podmiotów:

- gramatyczny, który jest wyrażony rzeczownikiem albo zaimkiem w mianowniku, np. w zdaniu: *Masło jest w lodówce*.

- logiczny to rzeczownik lub inna odmienna część mowy występująca w dopełniaczu (wyraża brak lub nadmiar czegoś), np. w zdaniu: *Tomkowi nie zabrakło odwagi*.

- domyślny nie występuje w zdaniu jako osobny wyraz – domyślamy się go na podstawie formy orzeczenia, np. w zdaniu: *Poddał się woli cesarza. (on)*

- szeregowy, kiedy w zdaniu występuje kilka członów połączonych spójnikiem i wszystkie oznaczają wykonawcę czynności, np. w zdaniu: *Jabłka, gruszki i śliwki są najlepszym dodatkiem do deseru*.

- towarzyszący, gdy jest on dołączony do podmiotu głównego spójnikiem „z”, np. w zdaniu: *Marek z Olą idą do kina*.

- zbiorowy to rzeczownik w liczbie pojedynczej, ale zawiera w sobie zbiór osób, rzeczy, np. w zdaniu: *Cała klasa pojechała na wycieczkę*.

DOPEŁNIENIE najczęściej jest określe-
niem czasownika (orzeczenia). Możemy
przyjąć, że odpowiada na pytania wszystkich
przypadków oprócz mianownika i wołacza:
*kogo?, czego?, komu?, czemu?, kogo?, co?,
z kim?, z czym?, o kim?, o czym?*

Wyróżniamy **dopelnienie bliższe i dalsze**:

- **bliższe** po przekształceniu na stronę bierną
stanie się podmiotem: *Kasia maluje (kogo?,
co?) obraz* – *Obraz jest malowany przez
Kasię*.

- **dalsze** nie ulegnie takiemu
przekształceniu: *Kasia zajmuje
się (czym?) pracą*.

OKOLICZNIK – jak łatwo skojarzyć z okolicznościami – określa
czynność, czyli orzeczenie. Nazywa przyczynę, czas, miejsce, sposób i cel
wykonywanej czynności. Ze względu na pytania, na jakie odpowiadają,
okoliczniki dzielimy na:

- **okolicznik czasu** (kiedy?, od kiedy?, do kiedy?) – *Spotkamy się jutro*.
- **okolicznik miejsca** (gdzie?, skąd?, dokąd?, którędy?) – *Spotkanie odbędzie się w parku*.
- **okolicznik sposobu** (jak?, w jaki sposób?) – *Przygotujmy się starannie*.
- **okolicznik celu** (po co?, w jakim celu?) *Zrobimy to dla nagrody*.
- **okolicznik przyczyny** (dlaczego?, z jakiej przyczyny?) – *Pracujemy nad tym dla satysfakcji*.
- **okolicznik przyzwolenia** (mimo czego?, mimo co?) – *Wygrałem mimo trudności*.
- **okolicznik stopnia i miary** (jak bardzo?) – *Impreza bardzo się podobała*.

PRZYDAWKA należy do „drużyny”
rzeczownika i to jego właśnie określa.
Nazywa cechy, właściwości, określa
przynależność. Odpowiada na pytania: *jaki?,
jaka?, jakie?, który?, która?, które?, czyj?,
czyja?, czyje?, ile?, ilu?, czego?, z czego?,
od czego?* Przydawka może być:

- **przymiotna**: *słodki deser*,
- **rzeczowna**: *komedie „Fuks”*,
- **dopełniaczowa**: *dzieło Mickiewicza*,
- **dopelnieniowa**: *rzut oszczepem* (bo rzucają oszczepem),
- **okolicznikowa**: *podróż do lasu* (bo jadą do lasu).

ZADANIA

- Powiedz, do kogo jest skierowana apostrofa rozpoczynająca wiersz.
- a) Znajdź fragmenty, w których jest mowa o tym, jakimi zasadami muszą się kierować ludzie sprawujący władzę.
b) Na podstawie tekstu sformułuj kilka pozytywnych cech, którymi powinni się charakteryzować rządzący. Podaj też, czego powinni się wystrzegać.
- Wskaż fragment nawiązujący do sądu ostatecznego i odpowiedz na pytania.
s. 366–367 ▶▶▶
 - Kto według podmiotu lirycznego jest sędzią i ma największą władzę?
 - Które słowa wyrażają myśl, że na sądzie ostatecznym wszyscy są równi?
 - Co weźmie pod uwagę Bóg, sądząc ludzi?
- Przypomnij sobie cechy pieśni jako gatunku (s. 23) i przeanalizuj zabiegi, które wpłynęły na melodyjność utworu.
 - Ustal liczbę sylab w każdym wersie i nazwij rodzaj wiersza.
 - Określ, jaki wpływ na brzmienie pieśni mają rodzaj i układ rymów.

Rym – powtórzenie jednakowych lub podobnych układów brzmieniowych w zakończeniach wyrazów pojawiających się w określonym miejscu dwóch lub więcej wersów.

RODZAJE RYMÓW

PODZIAŁ RYMÓW ZE WZGLĘDU NA



- Napisz pracę na wybrany temat.
 - Jak sądzisz, czy warto byłoby przeczytać wiersz Jana Kochanowskiego współczesnym politykom? Uzasadnij swoją opinię.
 - Wyjaśnij, jakimi zasadami – według ciebie – powinni się kierować ludzie sprawujący władzę.
 - Rozwiń myśl zawartą w dwóch ostatnich wersach *Pieśni XIV*.
 - Rozważ, czy odpowiedzialność ludzi sprawujących władzę jest większa niż tych, którzy tej władzy podlegają.



Wolność wyboru

Wisława Szymborska

Możliwości

Wolę kino.
 Wolę koty.
 Wolę dęby nad Wartą.
 Wolę Dickensa od Dostojewskiego.
 Wolę siebie lubiącą ludzi
 niż siebie kochającą ludzkość.
 Wolę mieć w pogotowiu igłę z nitką.
 Wolę kolor zielony.
 Wolę nie twierdzić,
 że rozum jest wszystkiemu winien.
 Wolę wyjątki.
 Wolę wychodzić wcześniej.
 Wolę rozmawiać z lekarzami o czymś innym.
 Wolę stare ilustracje w prążki.
 Wolę śmieszność pisania wierszy
 od śmieszności ich niepisania.
 Wolę w miłości rocznice nieokrągłe,
 do obchodzenia co dzień.
 Wolę moralistów,
 którzy nie obiecują mi nic.
 Wolę dobroć przebiegłą od latwowiejnej za bardzo.
 Wolę ziemię w cywilu.
 Wolę kraje podbite niż podbijające.
 Wolę mieć zastrzeżenia.
 Wolę piekło chaosu od piekła porządku.
 Wolę bajki Grimma od pierwszych stron gazet.

- **Karol Dickens** czyt. Dickens (1812–1870) – angielski pisarz; w swoich utworach łączył realizm z liryzmem i humorem
- **Fiodor Dostojewski** (1821–1881) – rosyjski pisarz; w swoich utworach przedstawiał mroczną stronę ludzkiej natury

- **moralista** – osoba nakłaniająca innych do przestrzegania zasad moralnych
- **w cywilu** – niezwiązany z wojskiem
- **Grimm** – odwołanie do braci Grimmów – pisarzy i uczonych; autorów baśni mrocznych, krwawych, pełnych okrucieństwa, ale w których dobro i przezorność zwyciężają niegodziwość

Wolę liście bez kwiatów niż kwiaty bez liści.
 Wolę psy z ogonem nieprzyciętym.
 Wolę oczy jasne, ponieważ mam ciemne.
 Wolę szuflady.
 Wolę wiele rzeczy, których tu nie wymieniałam,
 od wielu również tu niewymienionych.
 Wolę zera luzem
 niż ustawione w kolejce do cyfry.
 Wolę czas owadzi od gwiazdnego.
 Wolę odpukać.
 Wolę nie pytać, jak długo jeszcze i kiedy.
 Wolę brać pod uwagę nawet tę możliwość,
 że byt ma swoje racje.

Wisława Szymborska
 (1923–2012), poetka,
 felietonistka, tłumaczka.
 W 1996 r. otrzymała
 literacką Nagrodę Nobla.
 Do najważniejszych
 zbiorów wierszy
 Szymborskiej należą:
Pytania zadawane sobie,
Wolanie do Yeti, *Sól*,
Koniec i początek, *Tutaj*.

ZADANIA

- Scharakteryzuj osobę mówiącą w utworze.
 - Powiedz, w czym imieniu się wypowiada.
 - Zapisz, czego dotyczą wybory dokonywane przez osobę mówiącą. Podaj przykłady tych, które są związane ze stosunkiem do świata, wartości i życia codziennego.
 - Powiedz, jakie cechy osobowości ujawniają się w takich wyborach.
 - Określ, jaka jest funkcja anafory w wypowiedzi osoby mówiącej.

Anafora – powtórzenie słowa lub zwrotu na początku strofy, wersu albo wypowiedzenia. Zwraca uwagę na treść zawartą w powtarzanym słowie lub sformułowaniu, wpływa na rytm.

*A co, gdybym budziła w ludziach strach,
 albo tylko odrazę,
 albo tylko litość?*

Wisława Szymborska *W zatrzęsieniu*

- Wybierz z utworu deklarację, która wydaje ci się najciekawsza, i rozwiń jej myśl w pracy pisemnej.
 - Przedstawcie w klasie wybrane deklaracje i ich uzasadnienia.
- Zinterpretuj tytuł utworu. W wypowiedzi odwołaj się do definicji słownikowej.

możliwość «sytuacja umożliwiająca coś, fakt, że coś jest możliwe, staje się możliwe, że może być zrobione lub może zaistnieć albo nastąpić»

Uniwersalny słownik języka polskiego, pod red. Stanisława Dubisza, t. 2

- Napisz własną wersję wiersza pt. *Możliwości*, w której określisz swoją postawę wobec świata, wyznawany przez siebie system wartości itp. Wykorzystaj formę utworu Wisławy Szymborskiej.

Kształtować siebie

Nancy Kleinbaum
 – czyt. Nensi Klej-
 balm

Nancy H. Kleinbaum
Lekcja na dziedzińcu

Następnego dnia, kiedy chłopcy przyszedli na lekcję angielskiego, Keatinga nie było w sali.

– Słuchajcie – do klasy wpadł Cameron – na tablicy ogłoszeń wisi informacja, że Keating przeniósł dzisiejszą lekcję na dziedzińiec.

– Ciekawe, na jaki pomysł wpadł tym razem. – Pitts uśmiechnął się szeroko.

Wybiegli na korytarz i pognali na dół. Zaalarmowany hałasem McAllister wychylił się ze swojej sali, zgorzony pokręcił bezradnie głową i wrócił do biurka, przy którym od rana poprawiał testy z deklinacji rzeczowników.

– Proszę panów – zaczął Keating, gdy wszyscy chłopcy stali już przed nim w równym szeregu. – W waszą ciężką pracę wkradł się niebezpieczny element konformizmu. Pitts, Cameron, Overstreet i Chapman, proszę wystąpić. Stańcie dwójkami. Na mój znak zaczniecie maszerować wokół dziedzińca. Nie zastanawiajcie się nad tym, co robicie. Po prostu maszerujcie. Nie będę wystawiał ocen. Uwaga. Raz, dwa, trzy, marsz!

Chłopcy, rzucając na siebie porozumiewawcze spojrzenia, ruszyli sztywnym krokiem. Przemaszerowali wzdłuż boków dziedzińca i wrócili do kolegów.

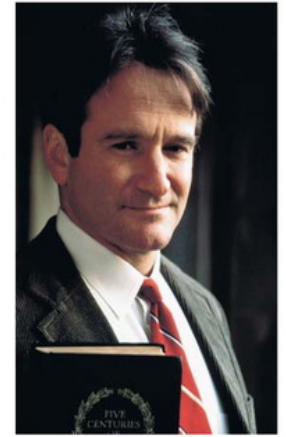
– Doskonale – pochwalił Keating. – Maszerujcie dalej.

Kiedy po raz drugi robili obchód, Keating i reszta klasy obserwowali ich z uwagą. Po niedługiej chwili chłopcy wyrównali krok i niczym pluton paradujących kadetów zaczęli głośno wystukiwać butami, raz, dwa, trzy, CZTERY, raz, dwa, trzy, CZTERY. Keating zaczął klaskać do rytmu.

– Słyszycie? Słyszycie? Złapali! – krzyknął. – Raz, dwa, raz, dwa, raz, dwa, raz, dwa... u-Kea-tin-ga-ma-my-czad-i-raz-i-raz-i-dwa-i-raz-i-dwa.

Zwabiony hałasem McAllister podszedł do okna. Niepomiernie zdziwiła go ta dziwna musztra. Maszerujący uczniowie, znakomicie utrzymując tempo, szli równiutko jak żołnierze, wysoko unosząc kolana i sztywno zginając ręce w łokciach. Teraz już cała klasa klaskała do taktu.

Oklaski i tupanie przeszkodziły w pracy również dyrektorowi Nolanowi, który odłożył książkę i spojrział z okna przez firankę. To, co zobaczył, przypominało mu raczej zajęcia z przysposobienia wojskowego niż lekcję historii literatury angielskiej. Nolan zmarszczył brwi, gdy w polu jego widzenia znalazł się pokrzykujący i klaszczący w dłonie Keating. Do stu diabłów, co on wyprawia?



Fotosy pochodzą z filmu *Stowarzyszenie umarłych poetów*, 1989, reż. Peter Weir (czyt. Piter Lijer)

Prawo do bycia dzieckiem

ZADANIE WSTĘPNE



Odszukaj informacje na temat współczesnych problemów dotyczących pracy dzieci na świecie. Następnie napisz notatkę, w której uwzględniś odpowiedzi na poniższe pytania.

- W jakich krajach najczęściej wykorzystuje się dzieci do pracy?
- Jakie prace są zazwyczaj przez nie wykonywane?
- Jakie są przyczyny tego procederu?
- W jaki sposób próbuje się przeciwdziałać temu zjawisku?

Iqbal Masih (czyt. Ikbel Masi, 1983–1995) to pakistański chłopiec, który w wieku czterech lat został sprzedany za kilkanaście dolarów do niewolniczej pracy przy produkcji dywanów. W 1993 roku udało mu się uciec i zaczął działać w organizacji Front Wyzwolenia Pracujących Dzieci. Iqbal przyczynił się do uwolnienia około 3 tysięcy małoletnich niewolników. W 1994 roku otrzymał nagrodę pieniężną Reebok Human Rights Award (czyt. Ribok Hjumen Rajts Efort) przyznaną ludziom, którzy walczą o wolność i równość. W 1995 roku został zamordowany w swojej rodzinnej wiosce najprawdopodobniej przez tzw. mafię dywanową. W 2009 roku Kongres Stanów Zjednoczonych uchwalił nagrodę jego imienia przyznaną co roku za walkę z niewolniczą pracą dzieci.

🇮🇹 **Francesco D'Adamo**
– czyt. Francesko
Dadamo

Francesco D'Adamo

Iqbal (fragment)

🇮🇳 **Eshan Khan** – czyt.
Iszen Hen

🇮🇳 **Ikebal** – spolszczona
wersja imienia Iqbal



Tak rozpoczął się rok, który spędziliśmy z Eshanem Khanem i działaczami Frontu Wyzwolenia.

– Chcę zostać z wami – powiedział Ikebal tamtego wieczoru po kolacji w dużym pokoju na parterze, gdzie zbierali się mężczyźni i kobiety z dyskrekcji – by pomagać wam w wyzwolaniu wszystkich dzieci więzionych w Pakistanie.

Eshan Khan spojrzał na niego i uśmiechnął się.

– To jest niemożliwe, Ikebalu. Wykazałeś się wielką odwagą, uciekając swojemu właścicielowi i pomagając uwolnić przyjaciół. Ale nie możesz zostać z nami – ty należysz do swojej rodziny. Co powiedziałby twój ojciec i twoja mama, gdybyśmy nie odwieźli cię zaraz do domu?

– Co to da, jeśli wrócę do mojej rodziny – bronił się – a za rok, może nawet szybciej, będę znów uwięziony? To samo może zdarzyć się Marii albo Fatimie czy też każdemu innemu z naszych przyjaciół. Ile jest dzieci, które pracują tak, jak my pracowaliśmy?

– Nie wiemy tego na pewno. Mnóstwo. Tylko w samym Lahore są setki nielegalnych tkalni, a jeszcze są cegielnie, a wyżej, w górach – kopalnie. Poza tym dzieci są też



🇮🇳 **Hussain** – czyt.
Husajn

🇮🇳 **lichwiarz** – czło-
wiek pożyczający
pieniądze na bardzo
wysoki procent

🇮🇳 **świerzb** – zakaźna
choroba skóry

🇮🇳 **krosno** – urządzenie
do tkania materia-
łów, dywanów itp.

Francesco D'Adamo
(ur. 1949), włoski
pisarz, dziennikarz,
laureat wielu między-
narodowych nagród. Jego
książka *Iqbal* została
przetłumaczona na
kilkanaście języków.

wyzyskiwane w rolnictwie... dziesiątki tysięcy dzieci, setki tysięcy może...

– Wy chcecie ich uwolnić – powiedział Ikebal – i ja też. [...]

– Zastanów się, Eshanie – wtrącił inny mężczyzna. – Chłopak jest bystry i może być nam przydatny. Sam wiesz, jak trudno jest przekonać sędziów, by interweniowali. Ikebal mógłby po kryjomu zakradać się do tkalni, rozmawiać z dziećmi, które by mu ufały, dostarczać nam niezbędnych dowodów. Bez niego nigdy nie udałoby nam się aresztować Hussaina.

Eshan Khan nie przestawał przecząco kiwać głową.

– Nie. A poza tym jest masa rzeczy, których musiałby się nauczyć...

– Nauczę się – obiecał Ikebal. – Już się nauczyłem czytać i pisać. No, chociaż trochę.
– To zbyt niebezpieczne. Producenci dywanów są silni i wszechmocni i właściciele cegielni też są silni. Lichwiarze są silni. Policja próbuje ich chronić, sami widzieliście. Sędziowie udają, że nic nie widzą. Wszystkim nam grożono i prześladowano nas. Nie, nie mogę się na to zgodzić.

Ikebal podniósł się z krzesła. [...]

– Ja się nie boję – powiedział. – Nie boję się nikogo.

Uwierzyli mu. [...]

Nie więcej niż miesiąc później Ikebal zakradł się do jednej z nielegalnych fabryk dywanów, mieszczącej się w piwniczce na północnych peryferiach Lahore. Został tam trzydziścioro dwoje dzieci. Wszystkie chorowały na świerzb, były całe poranione i tak wychudzone, że kości przebijały im się przez skórę. Rozmawiał z nimi, pokazał im swoje blizny na rękach, by udowodnić, że nie kłamie. Sfotografował łańcuchy, krosna i kaluże, z których do wnętrza piwnicy przeciekała woda. Trzy dni później ludzie z Frontu wtargnęli tam wraz z policją i sędzią, aresztowali właściciela i uwolnili dzieci. [...]

W następnych miesiącach Ikebal przyczynił się do zamknięcia kolejnych jedenastu fabryk, gdzie wyzyskiwano nieletnich, uwalniając prawie dwieście dzieci. Siedziba Frontu wyglądała niczym sierociniec. Historia wszystkich dzieci była taka sama: wioska zagubiona gdzieś wśród pól, zmarowany zbiór, pożyczka u lichwiarza, niewolnictwo.

– To wina lichwiarzy – mawiał Ikebal. – To oni są przyczyną wszystkiego.

Mógł już swobodnie przemawiać na zebraniach dorosłych, wyrażał swoje opinie, a inni go słuchali. Był niezmordowany. Ledwo skończył jedną misję, natychmiast rozpoczynał następną.

– Musimy ich wszystkich wsadzić do więzienia! – mawiał. – Wszystkich!

Pewnej nocy nie wrócił do domu i baliśmy się, że coś mu się stało. Wrócił rano z podbitym okiem i rozciętym policzkiem.

– Znalazłem następną – opowiadał – ale mnie złapali i zniszczyli aparat fotograficzny. Niech minie kilka dni, to tam wrócę.

Tłumaczenie: Joanna Roguska-Berdyn, Wydawnictwo Pointa 2017, *La storia di Iqbal*, Edizioni El S.r.l.

ZADANIA

1. Wyjaśnij, czemu sprzeciwiają się Ikebal i działacze Frontu Wyzwolenia. Wskaż odpowiednie fragmenty w tekście i na ich podstawie dokończ wniosek.

Ikebal i działacze Frontu Wyzwolenia walczą z .?



2. Porozmawiajcie o postawie Ikebala.

a) Weźcie pod uwagę wypowiedzi bohatera, w których przedstawia swoje decyzje i ujawnia ich motyw.

heroizm – bohatertwo, odwaga, poświęcenie

b) Podajcie cechy chłopca, które ujawniają się w analizowanym fragmencie.

c) Powiedzcie, na czym polega heroizm Ikebala.

Yousafzai, Ishmael Beah, Thandiwe Chama – czyt. Jusufzaj, Iszmil Bea, Tandiwe Czama



3. Przypomnij sobie cechy utworów należących do literatury faktu (s. 146), a następnie znajdź je w analizowanym fragmencie.

4. Zaprezentuj sylwetkę wybranej młodej osoby walczącej o prawa dziecka.

Malala Yousafzai ■ Ishmael Beah ■ Thandiwe Chama ■ Baruani Ndume

5. Napisz list oficjalny do wybranej instytucji, np. do Rzecznika Praw Dziecka, w sprawie, którą uważasz za ważną.

1. a) Od wymienionych rzeczowników utwórz rzeczowniki z partykułą *nie* i je zapisz.

przyjaciel ■ bezpieczeństwo
chęć ■ łaska ■ dyskrecja
dyspozycja ■ tolerancja



b) Ustal, jak należy napisać partykułę *nie* w zdaniach zapisanych w dymku.

2. Uzasadnij pisownię partykuły *nie* w poniższych wypowiedziach.



3. a) Od przymiotników utwórz stopień wyższy i najwyższy z przeczeniem *nie*.

doskonały ■ piękny ■ wierny ■ bogaty ■ silny ■ mądry

b) Z wybranymi dwoma przymiotnikami ułóż zdania, w których partykuła *nie* będzie pełnił funkcję wyraźnego przeciwstawienia.

4. Podaj zasadę ortograficzną dotyczącą pisowni partykuły *nie* w każdej grupie wyrazów.

nie teraz	nie warto	nie pięć	nie ja
nie dosyć	nie wolno	nie czworo	nie tu
nie całkiem	nie wiadomo	nie czterdziesty	nie ówdzie

5. Wyjaśnij, dlaczego w poniższych czasownikach *nie* piszemy łącznie. Odwołaj się do wiedzy ze słownictwa. W razie trudności skorzystaj z odpowiednich źródeł.

niepokoić ■ niewolić ■ niedomagać ■ niecierpliwie się

6. Przepisz tekst. W razie wątpliwości skorzystaj z odpowiedniego słownika.

(Nie)całą godzinę wytrzymałem w tej ciężkiej zbroi. (Nie)brak mi odwagi, ale (nie)wiele brakowało, żebym zamarzył. (Nie)raz stałem już na warcie, gdy było (nie)zwykle zimno, ale nigdy (nie)trzeba było mieć tyle żelazta na sobie! Że też (nie)którzy mają tak (nie)mądre pomysły! Niech sobie sam dowódca postoi... Na pewno (nie)wytrzymałby tak długo jak ja...

Pisownia partykuły *nie* z różnymi częściami mowy. PowtórzenieŁĄCZNA LUB ROZDZIELNA PISOWNIA PARTYKUŁY *NIE*

Partykułę *nie* piszemy łącznie z:

- rzeczownikami, np. *niepalenie, niesprawiedliwość,*
- przymiotnikami i przysłówkami odprzymiotnikowymi w stopniu równym, np. *nieładny, nieładnie, niewysoki, niewysoko,*

Partykułę *nie* piszemy rozdzielnie z:

- przymiotnikami i przysłówkami w stopniu wyższym i najwyższym, np. *nie ładniejszy, nie najładniejszy, nie ładniej, nie najładniej,*
- osobowymi formami czasownika i z bezokolicznikami, np. *nie czyta, nie czytać,*
- czasownikami nieosobowymi, np. *nie trzeba, nie warto, nie należy,*

Uwaga. Czasowniki, które nie mają formy niezaprzeczonej, piszemy łącznie, np. *niedowiedzieć, niedomagać, nienawidzić.*

- przysłówkami nie pochodzącymi od przymiotników, np. *nie bardzo, nie dziś, nie tutaj,*
- zaimkami, np. *nie ja, nie każdy, nie ten,*
- liczebnikami, np. *nie pierwszy, nie pięcioro.*

Uwaga. Wyrazy *niejeden* (w znaczeniu *wielu*), *niewiele* (w znaczeniu *mało*) i *nieraz* (w znaczeniu *czasami*) piszemy łącznie.

Marzy mi się wolność od reklamy

Krzysztof Zanussi

Reklama przedawkowana (fragment)

Czytałem w środku lata różne reklamy reklamy. [...] Reklama się reklamuje.

Na wielkich tablicach (zwanach nie wiadomo po co billboardami) ktoś mnie pyta, czy to logiczne, że produkt jest legalny, a jego reklama już nie. Ubawiło mnie to pytanie. Stoї z nim śmieszne przekonanie, że wszystko ma być logiczne. A tymczasem ani reklama nie musi być logiczna, ani też prawo, które ją ogranicza. Są produkty, których używanie jest tylko mniejszym złem (tak jak na przykład wysokogatunkowy alkohol w krajach, gdzie ludzie piją bez opamiętania, a prohibicja nie zdała egzaminu). Reklamowanie zła nie jest jednak dobre.

Największą irytację wzbudziło we mnie twierdzenie, że reklama stanowi rękojmię mojej wolności. Reklamotwórcy w ostateczności są skłonni ograniczać się sami, ale wola, by na ich wolność podniósł rękę odbiorca reklamy, który oświadczy znienacka, że nie chce, by jakieś obrazy kłuły go w oczy na ulicy. Reklamodawca uważa, że przestrzeń wizualna jest na sprzedaż, a kupując ją, można z nią dalej robić, co się komu podoba. W innych dziedzinach tak nie jest. Kupiwszy psa czy konia, nie mogą go maltretować czy też głodzić. Kupując przestrzeń, można ulegać ograniczeniom narzuconym przez ustawodawcę, który działa w imieniu społeczeństwa. Nie mam ochoty litować się nad reklamą. Jest bogata i panoszy się wszędzie. I co gorsza, ogranicza moją wolność. Wspominałem kiedyś, że Belgowie zakazali zasłaniania swych nielicznych krajobrazów

jakimiś tablicami. Droga jest po to, by jadąc, można się było rozglądać. Kiedy widzę nasze polskie drogi i ulice, obstawione palisadą reklam, czuję się jak na targu w jednym z arabskich krajów, gdzie nieustannie ktoś mnie namawia, żebym kupił coś, na co nie mam ochoty, a w dodatku wmawia mi oczywistą nieprawdę o tym, co mi do szczęścia jest potrzebne.

Marzy mi się wolność od reklamy. Prawo, aby akcja reklamowa pojawiała się tylko za moją zgodą, czyli na moje życzenie, w miejscach ściśle ograniczonych, o określonej porze, kiedy chcę myśleć o zakupach. Tak jak są obszary bez palenia, chciałbym, żeby były przestrzenie, gdzie mogą się bezpiecznie poruszać, mając pewność, że nikt nie będzie mi wciskać swoich ofert, namawiać do zakupu czy do ubezpieczenia. Tak jak są obszary, gdzie przestrzega się ciszy, gdzie nie wolno używać klaksonu, tak powinny być obszary zastrzeżone, gdzie informacje są serio i prawdziwe, a więc gdzie reklama nie ma wstępu.

Zirytowany reklamą reklamy pomyślałem o tym wszystkim, co szlachetne i też się reklamuje. Bezinteresowne reklamy w telewizji, żeby pamiętać o bliskich, w czasie zrobić coś dobrego, reklamy zachęcające do krwiodawstwa, ostrożnej jazdy, czasem reklamy Pana Boga i jego ziemskich przedstawicieli. Wszystko na nic. Myślę, że gdyby ograniczyć przestrzeń, którą reklama zajmuje, wtedy to wszystko, co pocziwe, stałoby się bardziej widoczne.

Fragment felietonu opublikowanego w tygodniku „Polityka” 1999, nr 52 (2205)

ZADANIA

- Wskaż odpowiedzi zgodne z treścią fragmentu felietonu Krzysztofa Zanussiego.
 - Celem artykułu jest
 - ukazanie sposobów tworzenia reklamy.
 - wyrażenie podziwu dla twórców reklam.
 - wyrażenie stanowiska związanego z obecnością reklam.
 - ukazanie i ocena mechanizmów działania reklamy prasowej.
 - Autor artykułu prasowego
 - wyraża dezaprobatę wobec wszechobecności reklamy.
 - aprobuje działania reklamotwórców.
 - kwestionuje skuteczność reklam.
 - cieszy się z rozwoju reklamy.
 - W tytule artykułu
 - rozwinęto główną myśl autora.
 - polemizuje się z główną myślą tekstu.
 - zaprzecza się tezom zawartym w felietonie.
 - podkreślono stanowisko autora wobec przedstawionego problemu.
 - Przedstawiając swoją argumentację, autor
 - apeluje do rozsądku czytelników.
 - stosuje porównania i podaje przykłady.
 - stosuje porównania i apeluje do rozsądku czytelników.
 - odwołuje się do przykładów z życia i doświadczeń czytelnika.
 - Personifikacja reklamy jest zawarta we fragmencie
 - Czytałem [...] różne reklamy reklamy.
 - Marzy mi się wolność od reklamy.
 - drogi i ulice, obstawione palisadą reklam.
 - [reklama] Jest bogata i panoszy się wszędzie.
- Wyszukaj fragmenty o charakterze opinii.
- Napisz 2–3 zdania na temat tego, jakie stanowisko związane z obecnością reklam przedstawia Krzysztof Zanussi w swym artykule.
- a) Znajdź trzy fragmenty, w których autor felietonu mówi o swoich uczuciach związanych z obecnością reklam.
b) W jaki sposób autor przedstawia swoje stanowisko? Wybierz odpowiednie określenia i napisz kilkuzdaniową wypowiedź, w której jako argumenty wykorzystasz fragmenty z podpunktu a).
subiektywny ■ obiektywny ■ emocjonalny ■ stronniczy
pełen dystansu ■ neutralny ■ oschły
- Wskaż co najmniej trzy cechy felietonu (s. 128), które można odnaleźć w tekście Krzysztofa Zanussiego.

billboard – czyt. bilbort

prohibicja – zakaz prowadzenia działalności społecznie niepożądanego lub szkodliwej, zwłaszcza zakaz produkcji i sprzedaży alkoholu na danym terytorium

rękojmia – gwarancja, zabezpieczenie

palisada – rząd wbitych obok siebie pali w celu umocnienia na przykład skarpy, nasypu; tu: znaczenie przenośne

Krzysztof Zanussi (ur. 1939), reżyser filmowy i teatralny, scenarzysta, producent. Autor m.in. filmów: *Struktura kryształu*, *Życie rodzinne*, *Brat naszego Boga*, *Życie jako śmiertelna choroba przenoszona drogą płciową*.



6. Przeprowadźcie dyskusję na temat tego, czy reklama ogranicza wolność. W rozmowie uwzględnijcie odpowiedzi na pytania.

- Czy reklamodawcy mają nieograniczone prawo do sposobu wykorzystania wykupionej przestrzeni?
- Czy wszystko może być przedmiotem reklamy?
- Czy powinny być miejsca, gdzie nie umieszcza się reklam?
- Czy można nie ograniczać praw reklamodawców i jednocześnie zachowywać prawa odbiorców reklam?

7. Jakie jest twoje zdanie na temat reklamy? Napisz wypowiedź będącą głosem w dyskusji w kontekście artykułu Krzysztofa Zanussiego.

8. *Podoba mi się...*, *Nie podoba mi się...* W kilkuzdaniowej wypowiedzi przedstaw wybraną reklamę i wyraż emocje, które towarzyszą ci podczas jej odbioru.

Skarbiec języka. Środki w reklamie i ich funkcje

Jerzy Bralczyk

Język reklamy (fragment)

Reklama stale stwarza nowe sytuacje, także nowe sytuacje komunikacyjne. Kiedy (jak u nas obecnie) zmianom politycznym, społecznym, ekonomicznym towarzyszą zmiany kulturowe, możemy mówić o tworzeniu nowych znaczeń, nowych kodów, wręcz nowych zwyczajów językowych.

Po pierwsze – reklama buduje [...] świat „częściowej fikcji”, świat niezupełnie serio. Komunikaty reklamowe nie mają tego samego stopnia fikcyjności co na przykład wypowiedzi literackie, bo oczekujemy od nich pewnego odniesienia do aktualnej rzeczywistości, ale to odniesienie jest z natury rzeczy silnie skonwencjonalizowane. Mowa jest o tym, co istnieje naprawdę i może być (a nawet powinno, zgodnie z wolą nadawcy komunikatu) spostrzeżone, a potem uzyskane przez odbiorcę. Ale równie dobrze można o tym mówić poważnie i prawdziwie, co na przykład żartobliwie i bez jakiegokolwiek odniesienia do sprawdzalnej rzeczywistości. Mogą o tym mówić żywi, autentyczni ludzie i postaci literackie, a także zwierzęta i zabawki. Produkt może nawet sam się zachwalać. W dodatku granica między tym, co realne, a tym, co fikcyjne, może być zatarta, żeby konwencja nie została zbyt łatwo odczytana.

Po drugie – reklama ma jasno określony cel, rozpoznawany i (bardziej lub mniej chętnie) społecznie akceptowany. Wiadomo, że chodzi o sprzedaż produktu czy usługi i że chcąc

skonwencjonalizowany – podporządkowany przyjętym w danej dziedzinie zasadom, zwyczajom

kryptoreklama – ukryta reklama polegająca na promowaniu na przykład produktów w programach i publikacjach nie-reklamowych

alternatywny – tu: inny, odmienny

osiągnąć ten cel, nadawca może się posłużyć środkami nieraz nieprzewidywalnymi. Reklama jest jednak akceptowana pod pewnymi warunkami, z których najważniejszy to: musi być wiadomo, że jest ona reklamą. Zarówno ze względów prawnych, jak obyczajowych nie można podawać komunikatu reklamowego za coś, co reklamą nie jest. Wprawdzie spotykamy się często ze zjawiskiem tak zwanej kryptoreklamy, ale rozpoznanie tego zjawiska powoduje odrzucenie wiarygodności i, co za tym idzie, skuteczności komunikatu. Reklama zatem za każdym razem zaznacza swoje granice w potoku wypowiedzi medialnych – specjalnym miejscem, ramkami czy napisami w prasie bądź na ulicy, sygnałami dźwiękowymi i obrazowymi w radiu i w telewizji. „Uwaga!” – mówi. – „To ja, reklama!” O ile te dwie cechy wyznaczają wyjątkowość, swoistość komunikatu reklamowego, o tyle wszystkie poetyki wykorzystywane w reklamie dają się łatwo odnieść do znanych nam typów tekstów. Na przykład do utworu lirycznego, w którym opis jest wrazeniowy, refleksja zawiera metaforę, a odbiorca jest potraktowany emocjonalnie. Albo do przekazu naukowego, w którym jest wiele terminów (często niejasnych), definicji i zdań stwierdzających istnienie zjawisk. Znajdujemy w reklamie zastosowanie cech charakterystycznych dla różnych stylów, dla różnych poetyk: rozmowy telefonicznej i pisma urzędowego, kazania i listu, flirtu i zwierzenia. Przede wszystkim zaś – poetykę baśni. Tam właśnie to, co gdzie indziej nieożywione, żyje, a nawet mówi; tam wszystko jest piękne i proste lub straszne i groźne; tam świat jest tak kolorowy, a jednocześnie – pod względem ocen i wartości – czarno-biały; tam to, co dobre, jest idealne, a to, co złe, uniemożliwia życie; [...] tam raczej podporządkowują się emocjom; tam wreszcie perspektywa estetyczna może dominować nad innymi. Cały komunikat reklamowy daje się często odczytywać jako wielka metafora, rozbudowana nieraz do postaci alternatywnego świata.

Fragment książki *Język na sprzedaż, czyli o tym, jak język służy reklamie i jak reklama używa języka*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne/GWP 2004

1. Wyszukaj w tekście Jerzego Bralczyka fragmenty, w których jest mowa o tym, co różni reklamę od innych komunikatów.



2. a) Porozmawiajcie, jakimi środkami wyróżnia się reklamę spośród innych komunikatów.

b) Wyjaśnijcie, dlaczego stosuje się takie wyróżnienia.

3. a) Na podstawie tekstu Jerzego Bralczyka uzupełnij nagłówki tabeli.

przykłady tekstów, których poetykę wykorzystuje się w reklamie		
?	?	?
<ul style="list-style-type: none"> • opisy odwołujące się do zmysłów • metafory • emocjonalny stosunek do odbiorcy 	<ul style="list-style-type: none"> • elementy fantastyczne • jednoznaczne oddzielenie dobra od zła • barwność świata przedstawionego 	<ul style="list-style-type: none"> • definicje • terminy • zdania stwierdzające istnienie zjawisk



b) Podajcie przykłady znanych wam reklam, w których zostały wykorzystane nawiązania do różnych stylów i poetyk. Omówcie je.

4. Przeanalizuj reklamę i objaśnij, na czym polega nawiązanie do baśni.

NAWET ZAKŁĘCIE ICH NIE OTWORZY!

sezamie, otwórz się!

**NASZE OSIĄGNIĘCIA
TO WIĘCEJ
NIŻ MAGICZNA MOC**

- najwyższa klasa C odporności na włamania potwierdzona wynikami badań
- gwarancja ochrony przed pożarem przez 30 minut (klasyfikacja F 0.5)

a) Wskaż w tekście reklamy sformułowania nawiązujące do baśni.

b) Odpowiedz na pytania.

- Do jakiego utworu nawiązuje reklama? Wypisz elementy, które na to wskazują.
- W jaki sposób zastosowane zabiegi graficzno-słowne służą celom reklamy?

5. Stwórz własną reklamę dowolnego produktu. Zarówno na rysunku, jak i w tekście nawiąż do różnych motywów baśniowych i stylu baśniowego.



Kto przysięgę naruszy

s. 372–373 ▶▶▶

Prawa nie zawsze spisywano i formalnie zatwierdzano. Czasami funkcjonowały w określonej zbiorowości i były przez nią uznawane. Tak było z **moralnością ludową**. Jej prawa, oparte na jasnych kryteriach, były znane i akceptowane. Jeżeli ktoś nie przestrzegał obowiązujących norm, musiał ponieść karę.

Adam Mickiewicz

Świtezianka

Jakiż to chłopiec piękny i młody?
Jaka to obok dziewczica?
Brzegami sinea Świteziu wody
Idą przy świetle księżycy.

Ona mu z kosza daje maliny,
A on jej kwiatki do wianka;
Pewnie kochankiem jest tej dziewczyny,
Pewnie to jego kochanka.

Każdą noc prawie, o jednej porze,
Pod tym się widzą modrzewiem,
Młody jest strzelcem w tutejszym borze,
Kto jest dziewczyna? – ja nie wiem.

Skąd przyszła? – darmo śledzić kto pragnie;
Gdzie uszła? – nikt jej nie zbada.
Jak mokry jaskier wschodzi na bagnie,
Jak ogień nocny przepada.

«Powiedz mi, piękna, luba dziewczyno –
Na co nam te tajemnice –
Jaką przybiegłaś do mnie drożyną?
Gdzie dom twój, gdzie są rodzice?»

Minęło lato, żółkniały liścia
I dżdżysta nadchodzi pora,
Zawsze mam czekać twójgo przyścia
Na dzikich brzegach jeziora?

Zawszeż po kniejach jak sarna płochą,
Jak upiór błędzisz w noc ciemną?
Zostań się lepiej z tym, kto cię kocha,
Zostań się, o luba! ze mną.

Chateczka moja stąd niedaleka
Pośrodku gęstej leszczyny;
Jest tam dostatkiem owoców, mleka,
Jest tam dostatkiem zwierzyny».

«Stój, stój – odpowie – hardy młokosie,
Pomnę, co ojciec rzekł stary:
Słowicze wdzięki w mężczyzny głosie,
A w sercu lisie zamiary.

Więcej się waszej obłudy boję,
Niż w zmienne ufam zapalę,
Może bym prośby przyjęła twoje;
Ale czy będziesz mnie stały?»

☞ **Świtez** – jezioro na terenie obecnej Białorusi, niedaleko Nowogródka

☞ **hardy** – dumny
☞ **pomnieć** – pamiętać

1. Przeanalizuj podane przykłady sloganów, czyli krótkich haseł reklamowych, a następnie uzupełnij tabelę odpowiednimi informacjami.

Zabiegi językowe: gra słów wypowiedzenie rozkazujące pytanie retoryczne
 pytanie apostrofa przenośnia

wykorzystanie lub przekształcenie związku frazeologicznego, np. naruszenie stałości związku, rozbudowanie związku, krzyżowanie składników dwu frazeologizmów

podawanie faktów wykorzystanie opinii sugestia

Cel: podkreślanie doskonałości produktu

budowanie dobrej opinii o firmie / tworzenie marki podkreślanie dobrego gustu klienta

efekt zaskoczenia nakłonienie do refleksji

slogan	zabieg językowy	cel
<i>Jej wywiadu boi się nawet szef wywiadu.</i>		
<i>Kichaj na przeziębienie.</i>		
<i>Teraz na komary możesz machnąć ręką.</i>		
<i>Jakość w najlepszym stylu.</i>		
<i>ZEGAREX – poszukaj go na własną rękę.</i>		
<i>Jeśli dobry masz gust, a wierzę, że masz...</i>		
<i>Uwolnij wyobraźnię.</i>		
<i>Chcesz mieć piękne włosy?</i>		
<i>Nie taki kredyt straszny, jak go malują.</i>		
<i>Jesteśmy na rynku od 50 lat.</i>		

2. a) Ustal, co jest celem poniższych reklam, a następnie odpowiednio je podpisz.

- reklama komercyjna – promująca produkt, markę, firmę, usługę itp.
- reklama społeczna – promująca pożądaną postawę, zachowanie

b) Wyjaśnij, na czym polegają chwyt reklamowe zastosowane w poniższych przykładach.

typ reklamy:

zastosowany chwyt reklamowy:

.....

.....

.....

.....



typ reklamy:

zastosowany chwyt reklamowy:

.....

.....

.....

.....



typ reklamy:

zastosowany chwyt reklamowy:

.....

.....