



Coimisiún na Scrúduithe Stáit  
State Examinations Commission

**LEAVING CERTIFICATE 2010**

**MARKING SCHEME**

**HUNGARIAN**

**HIGHER LEVEL**

# MAGYAR NYELVŰ MEGOLDÓKULCS

## I. RÉSZ

(30 pont / 100 pont)

### 1. Válaszolj a következő kérdésekre!

**a, Magyarázd meg, mit jelent a „felpumpál” szó! (1 pont)**

*Az 1. bekezdésben található szó saját szavaiddal kifejezve: a „felpumpál” szó azt jelenti, hogy megnövel, megemel.*

**b, Magyarázd meg, mit jelent a „megcsappan” szó! (1 pont)**

*A 2. bekezdésben található szó saját szavaiddal kifejezve: a „megcsappan” szó azt jelenti, hogy visszaesik.*

**c, Magyarázd meg, mit jelent a „prognosztizál” szó! (1 pont)**

*A 2. bekezdésben található szó saját szavaiddal kifejezve: a „prognosztizál” szó azt jelenti, hogy előrejelez, megjósol.*

**d, Magyarázd meg, mit jelent a „renomé” szó! (1 pont)**

*A 4. bekezdésben található szó saját szavaiddal kifejezve: a „renomé” szó tekintélyt, jó hírnevet jelent.*

**e, Magyarázd meg, mit jelent a „bojkottmozgalom” szó! (1 pont)**

*A 4. bekezdésben található szó saját szavaiddal kifejezve: a „bojkottmozgalom” szó azt jelenti, hogy többek által összehangolt tartózkodó magatartás, amely valakit kirekeszt, amelynek célja az erre a személyre való nyomásgyakorlás.*

**2. Miért volt nagyszámú óra- és ékszerhirdetés 1930-ban? (5 pont)**

*Válasz a 2. bekezdésben: Azért volt nagyszámú az óra- és ékszerhirdetés 1930-ban, mert a luxustermékek gyártói rá se hederítettek a válságra, hiszen nem csökkentek az akkoriban magasan pozicionált termékek reklámjai.*

**3. „Le lehet győzni a válságot! Tegyük az ablakba a reklámot!” A szöveg szerint miért mondhatjuk azt, hogy ez a szlogen David Ogilvy szellemében született? (5 pont)**

*Válasz az 1. bekezdésben: Azért mondhatjuk, hogy ez a szlogen David Ogilvy szellemében született, mert Ogilvy szerint válságok idején kell felpumpálni a reklámköltséget, s ez a hirdető épp azt teszi, hiszen a jelenlegi válság idején hirdet. Mert azoknak a cégeknek a forgalma jelentősen növekedett, amelyek nem csökkentették reklámköltségeiket a válság idején.*

**4. Miért rökönödtek meg a nézők a Malév-reklámon 1977-ben? (5 pont)**

*Válasz a 6. bekezdésben: Azért rökönödtek meg a nézők a '77-es Malév-reklámon, mert közvetlenül előtte a hírekben éppen a légitársaság lezuhant gépének a tragédiájáról beszéltek.*

**5. Hogyan manipulálják a hirdetőket a fogyasztókat a szöveg szerint? (5 pont)**

*A szöveg alapján adott válasz: A fogyasztók manipulációjára többféle hirdetői módszer is létezik: a) A fogyasztók szeme előtt kell maradni, így biztosítva a márka folytonos jelenlétét.; b) Takarékoskodó reklám, amikor a hirdetés a drága portékák kiváltására/helyettesítésére vagy a termék tartósságára próbálja felhívni a figyelmet.; c) A magát önkorlátozónak feltüntető reklám, ami (látszólag) csökkentett fogyasztásra ösztönöz.; d) A vállalat jótevőként állítja be magát, így próbálva helyreállítani megtépzott renoméját.; e) A reklámozó látszólag átáll a vevő oldalára, és azt mondja: megértem, hogy neked nehéz, drágább az élet, és ezért nem csinállok úgy, hogy juszt is el akarok neked adni.; f) Naprakész reklámmal, amikor a hirdető az aznapi hírekhez gyártatja a reklámot.*

**6. Miért gondolja azt a szerző, hogy a magukat önkorlátozónak feltüntető reklámok hatékonyak válság idején? Egyetértesz-e vele ebben? (5 pont)**

*Saját szavakkal kifejtett vélemény: Mert a fogyasztók úgy gondolják, hogy ha kisebb fogyasztásra serkentik őket a gyártók, akkor a fogyasztók érdekeit tartják szem előtt, hiszen ha kevesebbet fogyasztanak, az kevesebbe is kerül, s így a fogyasztók spórolnak. A gyártóknak ezáltal könnyebb elérniük azt, hogy a fogyasztók bizalommal legyenek irántuk és a termékük iránt, s így hitelesnek tűnnek majd a fogyasztók szemében, és nagyobb eséllyel vásárolják majd a terméküket. Igen, egyetértek, mert... / Nem, nem értek egyet, mert... (egyéni megoldások).*

## **II. RÉSZ**

**(30 pont / 100 pont)**

### **Kommentár**

**A szöveg alapján kommentáld az alábbi mondatot körülbelül 100 szóban:**

Pénzt kell költeni ahhoz, hogy pénzt keressünk.

Körülbelül 100 szóban tisztán, érthetően kifejtett saját vélemény.

*Lehetséges irányok:*

- *Be kell fektetnünk azért, hogy a termékünket megismerhesse a közönség: médiajelenlét, kellő számú és minőségű megjelenés*
- *Válság idején különösen fontos, hogy a fogyasztók információkat kapjanak termékeinkről, hiszen eleve kevesebbet költhetnek*
- *Meg kell nyernünk a fogyasztók bizalmát, hogy minket, és ne a vetélytársat válasszák*
- *Az érdeklődést fenn kell tartani a termékünk iránt*
- *A terméket jó színben kell feltüntetni*
- *A célcsoportot adekvát módon kell megszólítani*

### III. RÉSZ

(40 pont / 100 pont)

Esszé

Tisztán, érthetően és világosan megírt esszé.

#### 1. lehetőség

Reklámok: hiszünk nekik?

Egyéni válasz körülbelül 300 szóban.

**vagy**

#### 2. lehetőség

„Senki sem különálló sziget”  
(J. Donne, fordította: Sötér István)

Egyéni válasz körülbelül 300 szóban.

**A II. és III. részben elérhető pontok az alábbi szempontok szerint oszlanak meg:**

- 1. Megértés** – A válaszadó megérti a kérdéseket és tudja, miként válaszoljon rájuk. – **30%**
- 2. A válasz koherenciája** – A válaszadó releváns és megfelelő ismeretanyagot használ jól strukturálva és világosan kifejtve. – **30%**
- 3. Nyelvi képesség** – A válaszadó nyelvhasználatában megfelelően kompetens ahhoz, hogy tisztán és összefüggően kifejtse nézeteit. – **30%**
- 4. Nyelvhelyesség** – Nyelvi és helyesírási szabályok. – **10%**







