

KLAUSĪŠANĀS prasmes pārbaude

1. uzdevums (8 punkti)

- Izlasiet dotos apgalvojumus!
- Noklausieties audioierakstu un atzīmējiet (x), vai apgalvojums ir pareizs vai nepareizs!
- Audioieraksts skanēs divas reizes.

Apgalvojums	Pareizs	Nepareizs	Nav informācijas
PARAUGS Teksts mūs informē par preču kvalitāti.		x	
1. Cilvēku attieksme pret reklāmu ir dažāda.			
2. Ar reklāmas palīdzību pircēju var apkrāpt vairākkārt.			
3. Reklāma spēj sniegt estētisku baudījumu un pat līdzināties mākslas darbam.			
4. Reklāmveidotāja darbs būtiski atšķiras no mākslinieka veikuma.			
5. Laba reklāma rosina nopirkt preci.			
6. Uzmācīgas pamācības reklāmā patērētājam ir vienaldzīgas.			
7. Ir nepatīkami, ja reklāma mūs mēģina pārliecināt par preces neīstu popularitāti.			
8. Reklāmam piemīt arī izglītojoša funkcija.			

2. uzdevums (9 punkti)

- Jūs dzirdēsiet informāciju.
- Teikumos (1.–8.) ir jāieraksta pareizā atbilde – atbilstošais vārds, frāze vai skaitlis. Skaitļus rakstiet ar cipariem!
- Tagad izlasiet doto tekstu un **PARAUGU!**
- Klausieties informāciju! To jūs dzirdēsiet divas reizes.

PARAUGS

Šajā gadā tika veikts pētījums par ģimenes ārstu.

Ģimenes ārsta vērtējums

1. Aptauju par ģimenes ārstu veica ar _____ palīdzību.
2. Pētījumā par ģimenes ārstu iesaistījās ekonomiski aktīvi iedzīvotāji no 18 līdz _____ gadiem.
3. 70% respondentu ģimenes ārsta vērtējums ir _____.
4. Tikko rodas mazākais satraukums par savu veselību, pie ģimenes ārsta dodas _____% iedzīvotāju.
5. Uzticību savam ģimenes ārstam pētījumā apliecina _____% mūsu iedzīvotāju.
6. Respondenti atšķirīgi vērtē to, kādas ir medicīnas darbinieku _____.
7. Respondentu atbildes apliecināja, ka visi iedzīvotāji _____ izvēlējušies savu ģimenes ārstu.
8. 14% iedzīvotāju savu ģimenes ārstu vērtēja _____.
9. Ikvienam, kas vēlas citu ģimenes ārstu, ir jāzina, ka šī maiņa ir _____.

3. uzdevums (8 punkti)

- Jūs dzirdēsiet audioierakstā vairāku cilvēku sarunu.
- Izlasiet **PARAUGU**, nepabeigtos teikumus (1. – 8.) un atbilžu variantus!
- Izvēlieties vienu pareizo atbildi (A, B vai C) un apvelciet to!
- Klausieties sarunu! Sarunu jūs dzirdēsiet **VIENU** reizi.



PARAUGS	
Māris Štrombergs ir...	A - <i>BMX</i> sportistu treneris B - veiksmīgs menedžeris C - olimpiskais čempions
1. Olimpiādē Māris uzvarēja...	A - ...pēc trīs gadu treniņiem. B - ...jau deviņu gadu vecumā. C - ...divdesmit piecu gadu vecumā.
2. <i>BMX</i> riteņbraukšana pirmo reizi olimpiskajās spēlēs tika iekļauta...	A - ...Pekinā. B - ...Londonā. C - ...Maskavā.
3. Savā otrajā olimpiādē valmierietis nespēja noticēt,...	A - ...ka var būt vislabākais divreiz. B - ...ka iegūtais tituls būs jāaudē. C - ...ka lielie mediji viņu ir aizmirsuši.
4. Ieraugot <i>BMX</i> trasi pirmo reizi, mazais Māris...	A - ...no prieka pat apraudājās. B - ...uzreiz sāka tajā trenēties. C - ...atteicās jebkad tajā braukt.
5. Māra un viņa vienaudžu vecāki pašu spēkiem...	A - ...izbūvēja trasi treniņiem. B - ...sameklēja ārzemēs treneri. C - ...sarīkoja bērniem sacensības.
6. Mūsu olimpietis nākamo sportistu vecākiem iesaka ...	A - ...atbalstīt bērna aizraušanos. B - ...palīdzēt bērnam treniņos. C - ...pasargāt bērnu no kļūdām.
7. Teiciens „saprasties no pusvārda” nozīmē, ka...	A - ...sarunā tiks izmantoti visīsākie vārdi. B - ...cilvēki viens otru ļoti labi pazīst. C - ...runātājs bieži pārtrauc sarunas biedru.
8. Māra vēlējums jaunajiem <i>BMX</i> riteņbraucējiem ir...	A - ...kļūt par valmierieti un tur trenēties. B - ...vienmēr paļauties uz vecākiem. C - ...neatļaidīgi turpināt iesākto.

AUDIOIERAKSTA TEKSTI

1. uzdevums

Reklāma un mēs

Galvenais runātājs: – Mūsdienās, pirms iegādāsimies kādu preci, noteikti izmantosim reklāmu. Tā informē par preces vai pakalpojuma specifiku. Taču cilvēku uzskati par reklāmu ir atšķirīgi. Vieniem reklāma ir nepieciešama, otriem – tā „krīt uz nerviem”. Kā ir patiesībā?

A.: – Sāksim ar to, vai reklāma ir vajadzīga? Reklāmdevējs, protams, atbildēs pozitīvi, jo atkarībā no reklāmas stratēģijas, tiks palielināta viņa peļņa. Taču no sabiedrības puses bieži izskan arī kritika par reklāmu.

B.: – Laba reklāma ir garantija preces kvalitātei. Pateicoties apmierinātam pircējam, prece var noturēties tirgū, un neviens uzņēmējs netērēs naudu reklāmai, ja precei ir negatīvas īpašības. Bet, ja reklāma ir nepatiesa un pircēju tomēr izdodas apmānīt, tad arī – tikai vienu reizi!

Galvenais runātājs: – Var jau teikt, ka reklāmas mērķis ir viens – likt cilvēkiem pirkt pēc iespējas vairāk un par lielāku naudu. Proti, reklāmai jāpelna nauda. Taču nenoliegsim, ka ir reklāmas, kas līdzinās mākslas darbam.

A.: – Jo arī reklāma var būt skaista, gaumīga, provocējoša, asprātīga, skandaloza un jutekliska – tāda, kas liek raudāt, un, starp citu, – liek arī domāt.

B.: – Patiesībā tie, kas veido reklāmu vai rada mākslu, ir ļoti tuvi savās izpausmēs. Tās ir radošās mokas, šaubas, pārdzīvojums par neveiksmi un prieks par uzslavām... Ja reklāmas radītājs ir godīgs pret sevi un cilvēkiem, tad viņš neko nedarīs tikai naudas dēļ! Jo viņam svarīgāks būs pats stāsts, nevis tukši veikalu plaukti vai pārpildītas halles. Ja stāsts ir labs, patērētājs par to būs gatavs „balsot” arī ar savu maciņu. Ļoti vienkārša loģika.

Galvenais runātājs: – Tāda, protams, ir ideāla reklāma. Bet kad reklāma sāk mūs kaitināt?

A.: – Nu, mani reklāma nokaitina, kad sāk mācīt, kā jādzīvo! Stāsta, ko man vajag vai nevajag darīt! Reklāmas radītājs nezina kāpēc ir pārliecināts, ka esmu viegli manipulējams...

B.: – Bet man šķiet smieklīga reklāma, kurā viss izklausās kā pasakā. Jānopērk tikai sejas krēms, tad noteikti kļūsi par 20 gadiem jaunāka...

A.: – Kaitinošs ir reklāmas triks ar pierādījumu falsificēšanu par konkrētas preces popularitāti. Tāds paņēmiens, – reklamējot preci, tiek intervēti vai rādīti sabiedrībā populāri ļaudis, kuri slavē produktu. Mēs tik labprāt atdarinām veiksmīniekus, vēlamies pārņemt viņu pieredzi, gaumi un arī veiksmi...

Galvenais runātājs: – Patiesībā reklāmai ir cēls mērķis – palīdzēt pircējam lēmuma izvēlē. Daudzi jau nemaz īsti nezina, ko grib, bet reklāma viņiem to pasaka priekšā. Reklāmai ir jāizglīto patērētājs: jāsniedz ziņas par preces kvalitāti, lietošanas īpašībām un priekšrocībām salīdzinot ar analogu. Aizdomīga vai nepatiesa reklāma pazudina preci. Tikai pateicoties apmierinātam pircējam, precei izdodas noturēties tirgū.

(Tekstu klausās divas reizes.)

2. uzdevums

Ģimenes ārsta vērtējums

Valsts zinātniskais centrs šogad ir veicis pētījumu par mūsu sadarbību ar ģimenes ārstu. Aptauja tika veikta ar interneta starpniecību visā Latvijā, aptaujājot 750 ekonomiski aktīvos Latvijas iedzīvotājus vecumā no 18 līdz 55 gadiem.

Kopumā 70% Latvijas ekonomiski aktīvo iedzīvotāju sava ģimenes ārsta darbu vērtē pozitīvi. Pētījumā noskaidrots, ka lielākā daļa respondentu savu ģimenes ārstu apmeklē tikai tādos gadījumos, ja ir nopietnas saslimšanas un paša mēģinājumi izārstēties nav palīdzējuši, vai arī brīžos, kad nepieciešama recepte obligāti lietojamiem medikamentiem – tā rīkojas 44% iedzīvotāju.

Tikai 14% aptaujāto atzinās, ka ārstu apmeklē, tiklīdz rodas vismazākās bažas par savu vai ģimenes locekļu veselību. Kā vienu no galvenajiem šķēršļiem, kas kavē apmeklēt ģimenes ārstu, 50% iedzīvotāju norāda medicīnas pakalpojumu dārdzību.

Vērtējot savas attiecības ar ģimenes ārstu, gandrīz puse iedzīvotāju – 47% – ir atzinuši, ka uzticas ārstam. Visbiežāk veselības problēmu gadījumā cilvēki ārstējas pie sava ģimenes ārsta, taču dažos gadījumos viņu apmeklē tikai tāpēc, lai saņemtu nosūtījumu pie citiem speciālistiem.

Jautāti par ārstu atalgojumu, kas laiku pa laikam sabiedrībā izraisa diskusijas, 31% respondentu norāda, ka patiesībā nezina, kāds tas ir, bet 22% to uzskata par pārāk zemu. Tomēr 24% iedzīvotāju uzskata, ka mediķu algas ir atbilstošas Latvijas apstākļiem, un tikai 16% respondentu domā, ka tās ir augstākas par citu speciālistu vidējiem ienākumiem.

Diemžēl 3% iedzīvotāju ir norādījuši, ka viņiem vispār nav sava ģimenes ārsta. Negatīvi sava ģimenes ārsta darbu novērtē 18% Latvijas ekonomiski aktīvo iedzīvotāju, 4% – ļoti negatīvi un 14% – drīzāk negatīvi un ir gatavi mainīt savu ģimenes ārstu.

Ģimenes ārsta maiņa ir bezmaksas pakalpojums. Ja pacients ir nolēmis mainīt ģimenes ārstu un jau ir vienojies ar citu speciālistu, pie kura ārstēsies turpmāk, tad abi aizpilda vienošanos. Viens eksemplārs paliek pie pacienta, otrs – pie ārsta. Tas apliecina, ka konkrētais ģimenes ārsts apņemas ārstēt pacientu.

(Tekstu klausās divas reizes.)

3. uzdevums

Divkārtējais olimpiskais čempions Māris Štrombergs

Galvenā runātāja: – Kolēģi! Sporta muzejs vēlas paplašināt ekspozīciju par olimpisko čempionu Māri Štrombergu, tāpēc viņi vērsās pie mums ar lūgumu – palīdzēt savākt interesantāko un būtiskāko informāciju par mūsu izcilo sportistu.

A.: – Manuprāt, jāsāk ar galveno – viņa nopelniem. Valmierietis Māris Štrombergs ir divkārtējais olimpiskais čempions *BMX* riteņbraukšanā vīriešiem. Kopš *BMX* ir iekļauts olimpiskajās spēlēs, Māris joprojām ir vienīgais olimpiskais čempions šajā sporta veidā! Ekspozīcijā vajadzētu atklāt, kā divdesmit piecos gados, startējot no valsts, kurā ir tikai viena *BMX* riteņbraukšanas trase, var kļūt par olimpisko laureātu.

B.: – Māris Štrombergs ir paveicis šķietami neiespējamo – izcīnījis divas olimpiskās zelta medaļas. Viņš ir palicis nepārspēts gan Pekinas, gan Londonas Olimpiskajās spēlēs. Jautāts, kura uzvara prasījusi visvairāk spēka, Māris neslēpj, ka – uzvara Londonā. Tā nākusi daudz grūtāk. Kad pirmo reizi uzvarējis Pekinā, neviens no Māra neko negaidīja, jo *BMX* riteņbraukšana olimpiādē bija iekļauta pirmo reizi. Taču Londonā Mārim bija jāaizstāv tituls, jāpierāda, ka pirmā uzvara nebija nejaušība.

C.: – Un to plašsaziņas līdzekļi Mārim nemitīgi atgādināja. Tāpēc Londonas spēles viņam bija visnozīmīgākās psiholoģiskā ziņā. Katram solim, ko Štrombergs Londonā spēra, sekoja informācija – „Pekinas Olimpisko spēļu čempions”. Bet titulu aizstāvēt ir daudz grūtāk, nekā izcīnīt pirmo reizi... Čempions atzinās, ka nav bijis viegli pieveikt neticības velniņu. Šķitis – nu, tā taču nenotiek, ka divas reizes pēc kārtas var uzvarēt olimpiādē!...

A.: – Noteikti ir jāparāda, kā sākās Māra ceļš uz lielo sportu. Kā daudziem, arī Mārim bērnībā mīļākā rotaļlieta bija ritenis. Ar to pa mājas pagalmu viņš riņķoja tik daudz, ka vecākiem radusies ideja zēnu aizvest uz *BMX* trasi. Sākumā puikam pa trasi braukt nepaticis. Māris neslēpj, ka bērnībā bijis diezgan bailīgs. Kad tētis pirmo reizi viņu aizvedis uz trasi, raudājis un teicis, ka te nekad nebraukšot! Pastāvējis malā, paraudājis, līdz tēvs aizvedis mājās. Taču pēc kāda laika lūdzis, lai tētis aizved viņu uz trasi, un tā lēnā garā sācis braukt. Vecāku saprātīgā attieksme pret zēna aizraušanos ir pamācoša.

B.: – Māris ir pateicīgs saviem vecākiem par atbalstu. Redzot dēla vēlmi nopietni nodarboties ar moderno sporta veidu, vecāki krietni papūlējās, lai vecu lidlauku pārvērstu īstā *BMX* trasē. Māra mamma atceras, kā viņa un citas mazo riteņbraucēju mammas ar grābekļišiem veidojušas trasē uzkalniņus. Tas bijis ne tikai sports, bet jauka iespēja pavadīt laiku kopā ar bērniem. Taču mammai pat sapnī nerādījies, ka tas kādreiz varētu izvērsties tik nopietni! Kopš sešu gadu vecuma Māris sācis trenēties regulāri. Līdz valmierieša pirmajiem panākumiem nebija ilgi jāgaida. Jau pēc trīs gadu treniņiem Māris kļuva par *BMX* Pasaules čempionu deviņgadīgo zēnu grupā. Olimpiskais čempions ir pārliecināts, ka vecākiem ir jāļauj bērnam nodarboties ar to, kas patīk pa īstam. Un jāļauj bērnam arī kļūdīties. Tieši neveiksmes esot viņu motivējušas sportot vēl labāk.

C.: – Katram sportistam ir kāds tuvs cilvēks, kuram pienākas īpaša pateicība, saņemot uzvaras laurus. Mārim tas ir Ivo Lakučs – treneris un arī izcils psihologs. Vienīgais cilvēks, kuram Māris „var zvanīt pat nakts vidū”. Abi saprotas no pusvārda. Jaunietis apgalvo, ka, klausoties un skatoties trasē uz treneri, vienmēr domājis, ko var izdarīt labāk.

A.: – Māris Štrombergs ir valmierietis un spilgti pārstāv tās vērtības, kuras raksturīgas Valmierā augušajiem. Visa Latvijas *BMX* sporta attīstība ir koncentrējusies šajā pilsētā. Olimpiskais čempions cer, ka *BMX* iekaros aizvien jaunu sportistu sirdis. Sākumā ies grūti, bet, ja patīk braukt, tad ir jābrauc! Un Māris jaunajiem ir pierādījis, ka šajā sporta veidā var sasniegt pat visaugstākās virsotnes. Viņš novēl – tikai uz priekšu!

(Tekstu klausās VIENU reizi)

ATBILDES

1. uzdevums

Apgalvojums	Pareizs	Nepareizs	Nav informācijas
1.	X		
2.		X	
3.	X		
4.		X	
5.	X		
6.		X	
7.	X		
8.			X

2. uzdevums

1.	interneta
2.	55
3.	pozitīvs.
4.	14%
5.	47%
6.	algas.
7.	nav
8.	drīzāk negatīvi/negatīvi.
9.	bezmaksas pakalpojums.

3. uzdevums

1.	C
2.	A
3.	A
4.	C
5.	A
6.	A
7.	B
8.	C