



MATURITA 2026

EXTERNÁ ČASŤ

FRANCÚZSKY JAZYK úroveň B1

**NEOTVÁRAJTE, POČKAJTE NA POKYN!
PREČÍTAJTE SI NAJPRV POKYNY K TESTU!**

- Test obsahuje **60 úloh**.
- Na vypracovanie testu budete mať **100 minút**.
- Na začiatku každej úlohy sa z inštrukcií dozviete, ktorý odpoveďový hárak máte použiť.
- V teste sa stretnete s dvoma typmi úloh:
 - Pri úlohách s výberom odpovede vyberte správnu odpoveď spomedzi niekoľkých ponúkaných možností, z ktorých je vždy správna iba jedna. Správnu odpoveď vyznačte krížikom do príslušného políčka odpoveďového hárka označeného piktogramom .
 - Pri úlohách s krátkou odpoveďou, ktorých odpoveď tvorí jedno slovo (prípadne zložený slovesný tvar) alebo niekoľko slov, píšete do príslušného políčka odpoveďového hárka označeného piktogramom .
- Pri práci smiete používať iba pero s čiernou alebo modrou náplňou. Nesmiete používať zošity, slovníky, učebnice ani inú literatúru.
- **Podrobnejšie pokyny na vyplňovanie odpoveďového hárka sú na poslednej strane testu. Prečítajte si ich.**

Želáme vám veľa úspechov!

Začnite pracovať, až keď dostanete pokyn!

Partie I – COMPRÉHENSION ORALE (20 points)

Táto časť testu sa skladá z troch nahrávok. Každú z nich budete počuť dvakrát. Počas počúvania odpovedajte na otázky prislúchajúce k jednotlivým nahrávkam. Sledujte inštrukcie a piktogramy, aby ste vedeli, na ktorý odpoveďový hárok máte vyznačovať svoje odpovede.

Première sous-partie : À Bühl, en Suisse, des épiceries en self-service (7 points)

*Vypočujete si prvú nahrávku. Na základe vypočutého vyberte správnu odpoveď. Vždy je správna iba **jedna** z ponúkaných možností.*

Svoje odpovede vyznačte na odpoveďovom hárku označenom piktogramom .

Teraz máte dve minúty na prečítanie úloh 01 – 07.

01 Pourquoi a-t-on créé les magasins en self-service à l'origine ?

- (A) Pour diversifier les types de magasins.
- (B) Pour proposer des produits meilleur marché.
- (C) Pour offrir des produits variés même à l'extérieur des villes.
- (D) Pour rendre les magasins accessibles à tous en centre-ville.

02 Clément Castellás a lancé ce projet pour...

- (A) concurrencer les hypermarchés.
- (B) servir les clients très tôt le matin.
- (C) permettre à ses clients d'acheter des produits régionaux.
- (D) proposer des produits moins chers que dans les stations-service.

03 Que faut-il faire pour ouvrir les portes du magasin ?

- (A) Taper un code secret.
- (B) Utiliser son téléphone portable.
- (C) Payer un abonnement mensuel.
- (D) Scanner sa pièce d'identité à la porte.

04 Pour Clément Castellás, il est important...

- (A) de faire confiance à tous les clients.
- (B) d'avoir un bon système de surveillance.
- (C) de partager ses idées avec ses collègues.
- (D) de savoir prendre des risques commerciaux.

05 Comment Clément Castellás évite que le magasin soit anonyme même sans vendeur ?

- (A) En organisant le self selon ses propres goûts.
- (B) En proposant un environnement attractif au self.
- (C) En fidélisant ses clients avec une carte du magasin.
- (D) En créant une communauté de clients sur les réseaux.

06 Pourquoi est-ce que le propriétaire fait peu de bénéfices avec son magasin ?

- (A) Parce qu'il doit vendre ses produits à des prix définis.
- (B) Parce que ses employés sont mieux payés qu'ailleurs.
- (C) Parce qu'il doit payer des gens pour surveiller le magasin.
- (D) Parce que les machines consomment beaucoup d'électricité.

07 Pourquoi les clients du self sont-ils parfois stressés ?

- (A) Ils craignent d'oublier de payer un article.
- (B) Ils ont peur de se tromper au moment de payer.
- (C) Ils trouvent désagréable d'être seuls dans le self.
- (D) Ils ont peur d'un vol de leurs données personnelles.



Deuxième sous-partie : Un marché solidaire où on paye selon ses possibilités (6 points)

Vypočujete si druhú nahrávku. Na základe vypočutého rozhodnite o každom z tvrdení 08–13, či je pravdivé (A), nepravdivé (B), alebo z nahrávky nevyplýva (C).

Svoje odpovede vyznačte na odpoved'ovom hárku označenom piktogramom .

Teraz máte dve minúty na prečítanie úloh 08–13.

08 Mathieu vend ses produits sur les marchés dans toute la région.
(A) vrai (B) faux (C) n'est pas dit

09 Sur le Marché du Lavoir, il existe quatre tarifs différents.
(A) vrai (B) faux (C) n'est pas dit

10 Le vendeur définit lui-même ses prix.
(A) vrai (B) faux (C) n'est pas dit

11 Les clients doivent apporter un certificat de la banque pour obtenir une carte.
(A) vrai (B) faux (C) n'est pas dit

12 Mathieu a une liste des personnes qui paient le tarif solidaire.
(A) vrai (B) faux (C) n'est pas dit

13 Selon Mathieu, chaque personne devrait pouvoir acheter des produits de qualité.
(A) vrai (B) faux (C) n'est pas dit

Troisième sous-partie : Les désinfluenceurs (7 points)

Vypočujete si tretiu nahrávku. V nasledujúcom texte, ktorý predstavuje zhrnutie vypočutého, doplňte chýbajúce slová 14–20 v správnom tvare. Doplňte vždy iba **jedno** slovo.

Svoje odpovede napíšte na odpovedový hárok označený piktogramom .

Teraz máte dve minúty na prečítanie textu s chýbajúcimi slovami 14 – 20.

On observe aujourd’hui une nouvelle **14** sur les réseaux sociaux: des influenceurs vous conseillent de ne pas acheter un certain type d’ **15** comme par exemple des vêtements bon marché.

En apparence, ces désinfluenceurs refusent de vous faire acheter ce qui pourrait sembler complètement inutile, donc des choses dont vous n’avez pas **16**.

Ils montrent que les jeunes générations sont engagées pour l’ **17** de la planète. Elles souhaitent vivre dans une **18** où la consommation aurait moins d’importance.

Mais les désinfluenceurs sont-ils vraiment sincères? On peut se **19** la question car, finalement, les techniques qu’ils utilisent sont exactement les mêmes que celles des influenceurs: ils **20** un produit pour vous recommander d’en acheter un autre...



Partie II – LA LANGUE ET SON UTILISATION (20 points)

Táto časť testu sa skladá z dvoch textov. Jej vypracovaniu by ste mali venovať približne 25 minút. Pri každom texte si všímajte piktogram, aby ste vedeli, ktorý odpoveďový hárok máte použiť.

Première sous-partie : Détruits sans avoir été lus : le destin des livres invendus (10 points)

*V nasledujúcom texte sú na miestach 21–30 vynechané slová. Za textom nájdete pre každé vynechané miesto štyri možnosti doplnenia. Rozhodnite, ktorá z ponúkaných možností (A)–(D) je správna. Vždy je správna iba **jedna** možnosť.*

Svoje odpovede vyznačte na odpoveďovom hárku označenom piktogramom .

On a tous déjà vu des poubelles au supermarché **21** de produits alimentaires. Mais on ne voit jamais de poubelles à livres. Pourtant, elles existent! Près d'un livre **22** quatre est détruit sans avoir été lu. Il est même possible que 80 % des exemplaires d'un livre **23** à la poubelle. Comment l'expliquer?

Au départ, les ouvrages tout neufs arrivent dans les magasins. Les premiers exemplaires ont la chance de sortir des cartons pour voir la lumière de la **24**. D'autres restent encore un peu, ou pour toujours, au chaud dans leur carton. Leur espérance de vie est à peine de deux mois. Des livres partent **25** quelques heures dans les bras d'un lecteur, mais d'autres restent et attendent...

Après quelques semaines, le libraire estime qu'il a donné leur chance à ces ouvrages et qu'il faut laisser la place aux nouveaux. Comme l'affirmait récemment un éditeur, les livres ne sont-ils pas des **26** frais avec une date limite?

Alors, le libraire les renvoie à son distributeur pour se faire rembourser. Quand on **27** demande où partent ces livres, il évite de répondre: il ne sait pas, ce n'est pas lui qui gère cela...

Chez le distributeur, certains livres peuvent, dans le **28** des cas, repartir dans une librairie qui a commandé des exemplaires. Les autres sont détruits et recyclés.

Le nombre de livres imprimés dépasse souvent les ventes attendues pour produire un effet de masse et de présence dans les rayons. De toute manière, une partie de la production partira

à la poubelle pour éviter des frais de stockage. La destruction, elle, est gratuite.

Que deviennent les livres une fois recyclés? Leur seconde vie est surprenante: ils **29** à faire des boîtes de pizza, des boîtes à chaussures ou des rouleaux de papier toilette. Oui, les livres invendus, objets de savoir et de connaissance, finissent ainsi. La prochaine fois que vous commanderez une pizza, demandez-vous **30** l'emballage, dans une vie antérieure, était le nouveau livre d'une personnalité politique ou le dernier roman d'un auteur connu...

- | | | | | |
|-----------|-------------|---------------|-----------------|-----------------|
| 21 | (A) plein | (B) pleine | (C) pleins | (D) pleines |
| 22 | (A) par | (B) sur | (C) avec | (D) pour |
| 23 | (A) partent | (B) partaient | (C) sont partis | (D) partiraient |
| 24 | (A) jour | (B) vente | (C) librairie | (D) célébrité |
| 25 | (A) en | (B) chez | (C) moins | (D) depuis |
| 26 | (A) cadeaux | (B) produits | (C) personnes | (D) collections |
| 27 | (A) le | (B) les | (C) lui | (D) leur |
| 28 | (A) bon | (B) plus | (C) mieux | (D) meilleur |
| 29 | (A) servent | (B) utilisent | (C) emploient | (D) pratiquent |
| 30 | (A) si | (B) que | (C) qui | (D) pourquoi |



Deuxième sous-partie : Les effets de la publicité sur les enfants (10 points)

V nasledujúcom texte sú vynechané slová **31** – **40**. Slová v zátvorkách dajte do správneho tvaru a doplňte nimi text v príslušnom riadku.

Příklad: **00** (*devenir*) → *deviennent*

Svoje odpovede napíšte na odpovedový hárok označený piktogramom .

Les enfants **00** (*devenir*) de plus en plus une cible privilégiée pour les publicitaires.

Quels sont les effets de la publicité chez les enfants ?

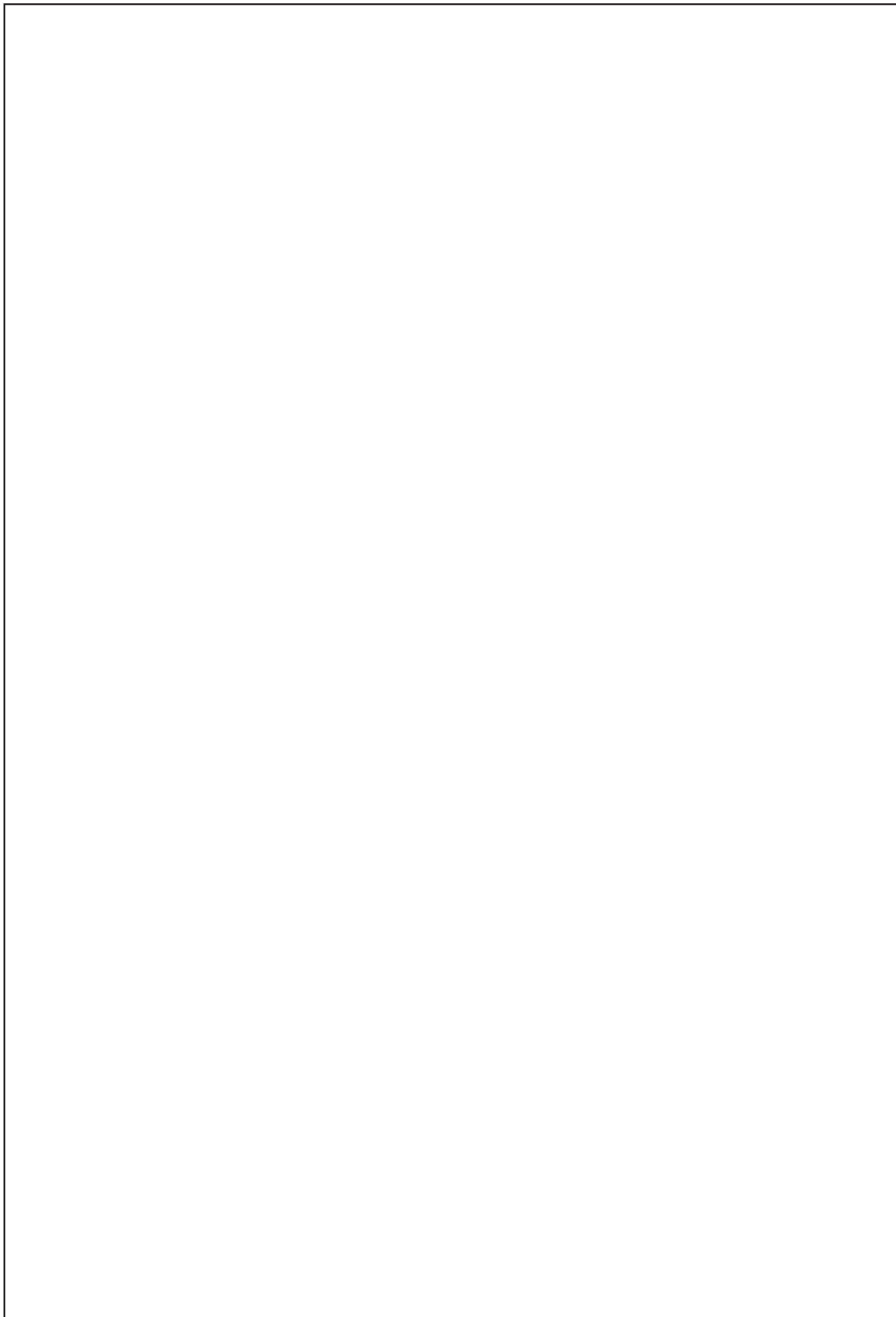
La publicité **31** (*pouvoir*) avoir des effets positifs sur le comportement des enfants. Cela se manifeste par des campagnes de prévention face à certains dangers.

32 (*prendre*) l'exemple des publicités qui démontrent les dangers de l'alcool au volant.

Et même si elles sont parfois choquantes, elles deviennent finalement efficaces. De plus, selon des professionnels de la santé, la consommation de lait chez les enfants **33** (*augmenter*) grâce aux publicités, qu'elles soient audiovisuelles ou imprimées. Nous pouvons en dire de même pour les publicités qui incitent les enfants à **34** (*manger*) plus de fruits et légumes par jour.

Mais même si nous retrouvons un côté moralisateur et éducatif dans la publicité, les côtés négatifs sont nettement plus visibles. En effet, la publicité donne fréquemment de mauvais exemples aux enfants, notamment en ce qui concerne l'alimentation trop sucrée et/ou trop salée : gâteaux, bonbons, boissons sucrées, barres chocolatées... Selon certains professionnels de la santé cela peut provoquer une obésité infantile. Les enfants sont aujourd'hui moins actifs qu'ils ne l' **35** (*être*) avant, souvent fixés devant leurs téléviseurs ou leurs ordinateurs. Mais l'obésité n'est pas le seul effet négatif **36** (*provoquer*) par la publicité. On reproche souvent aux publicitaires de montrer un monde idéal aux enfants, dans lequel chacun désire les mêmes produits que l'autre. Cela ne les aide pas car l'enfant **37** (*avoir*) du mal plus tard à faire la différence entre le monde réel et le monde qu'on leur **38** (*montrer*) pendant toute leur jeunesse.

Quelles solutions face à cela ? Le rôle des parents est certes très important dans la formation de l'esprit critique de leurs enfants. Mais il **39** (*être*) peut-être important d'interdire certains types de publicités, notamment sur les médias destinés exclusivement à la jeunesse. Mais il n'est pas sûr que les publicitaires **40** (*être*) d'accord avec cela...



Partie III – COMPRÉHENSION ÉCRITE (20 points)

Táto časť testu sa skladá z troch ukážok. Jej vypracovaniu by ste mali venovať približne 45 minút. Pri každom texte si všímajte piktogram, aby ste vedeli, ktorý odpoveďový hárok máte použiť.

Première sous-partie : Le e-commerce (7 points)

*Prečítajte si nasledujúce krátke texty. K úlohám 41–47 priradíte vhodný nadpis spomedzi možností (A)–(J). Tri nadpisy sa nedajú priradiť k žiadnemu z textov. Vždy existuje iba **jedno** správne riešenie.*

Svoje odpovede vyznačte na odpoveďovom hárku označenom piktogramom .

41

Confrontés à une forte diminution de leur fréquentation et au choix des consommateurs de préférer les achats sur Internet, les centres commerciaux sont amenés à explorer d'autres modèles.

42

Le modèle du centre commercial, qui avait autrefois fragilisé les magasins indépendants de centre-ville, se retrouve à son tour attaqué par les plates-formes numériques, une concurrence qui a augmenté ces dernières années.

43

Avec Amazon ou Aliexpress, «le consommateur a désormais les plus grands centres commerciaux du monde dans sa poche», ironise Antoine Frey, président du groupe immobilier Frey. Un véritable cauchemar pour ces grands centres de la consommation dont la force était de réunir sous un même toit tous les biens et services de la vie quotidienne.

44

Comment convaincre les magasins de continuer à louer des emplacements et continuer à attirer les Français? Car les professionnels de la vente en ligne prévoient que le Web captera plus de 20 % des ventes des supermarchés à l'horizon 2030.

45

Est-ce un bien ou un mal? Selon certains détracteurs, c'est une fausse question! Car le modèle de commerce de la vente en ligne ou celui du centre commercial sont tous les deux un symbole triste de la surconsommation.

46

Dans son livre *La plateforme de la consommation*, l'économiste Philippe Moati revient sur ses enquêtes approfondies auprès des consommateurs. Il constate justement une évolution des pratiques de consommation dictées par les difficultés économiques actuelles.

47

Finalement, les centres commerciaux, pénalisés par les confinements lors de la pandémie, ont vu le nombre de leurs visiteurs diminuer drastiquement. A l'inverse, les marchands en ligne, ouverts vingt-quatre heures sur vingt-quatre, ont multiplié par quatre leur chiffre d'affaires.

Titres

(A) Une crise sans solution.

(B) Symptôme du consumérisme.

(C) Des consommateurs enthousiastes!

(D) Gagnants hier, perdants aujourd'hui.

(E) Le futur encourageant de l'e-commerce.

(F) Recherche de nouvelles perspectives.

(G) Phénomène observé par un spécialiste.

(H) Magasins en ligne: de nombreuses offres d'emplois.

(I) La Covid a accéléré le développement du e-commerce.

(J) Les géants du commerce en ligne menacent les centres commerciaux.



Deuxième sous-partie : Les commerces de proximité (6 points)

*Prečítajte si nasledujúci text. Rozhodnite o každom z tvrdení 48–53, či je pravdivé (A) alebo nepravdivé (B). Uveďte vždy aj označenie toho odseku (a)–(e), na základe ktorého ste rozhodli o pravdivosti alebo nepravdivosti daného tvrdenia. Vždy existuje iba **jedno** správne riešenie.*

Svoje odpovede vyznačte na odpoved'ovom hárku označenom piktogramom .

(a) Saviez-vous que deux tiers des Français déclarent être attachés à leur centre-ville, surtout pour les petits magasins proches de chez eux? Cependant, la concurrence est forte avec les centres commerciaux et le commerce en ligne. Les commerces de proximité, ces dernières années, ont compris l'importance de développer également leurs activités en ligne. Grâce à cela, le commerce de proximité conserve de nombreux atouts.

(b) Ces commerces se situent en plein cœur de ville où l'activité commerciale et touristique est intense. L'achat d'un livre en centre-ville représente pour les Français plus que du shopping, c'est aussi l'occasion de s'offrir le plaisir d'une balade en ville, d'un repas au restaurant ou d'un verre en terrasse, par exemple.

(c) L'avantage majeur des magasins de proximité est l'aspect physique et réel. Si le client souhaite voir, toucher, sentir ou bien encore essayer le produit, il lui est possible de le faire. Il peut également discuter avec le commerçant pour lui demander de le conseiller ou lui poser des questions sur l'origine.

(d) Cet argument pèse gros dans la balance. Un achat dans une boutique physique est tout de suite valorisé puisque le client dispose du produit dès l'instant où il l'achète. Il n'y a pas de frais de livraison, ni de temps d'attente.

(e) Aujourd'hui, la satisfaction des clients prend une place très importante parce que la concurrence entre magasins du centre-ville est réelle. C'est pourquoi les magasins feront tout pour fidéliser leur clientèle en proposant cadeaux, offres limitées et autres avantages.

48 Les Français aiment toujours aller en centre-ville.

(A) vrai (B) faux

le paragraphe (a)–(e) qui justifie votre réponse

49 Les commerces de proximité sont opposés au commerce en ligne.

(A) vrai (B) faux

le paragraphe (a)–(e) qui justifie votre réponse

50 La situation géographique est très importante pour ces commerces.

(A) vrai (B) faux

le paragraphe (a)–(e) qui justifie votre réponse

51 Les clients apprécient les conseils des vendeurs.

(A) vrai (B) faux

le paragraphe (a)–(e) qui justifie votre réponse

52 Les clients acceptent facilement les délais de livraison.

(A) vrai (B) faux

le paragraphe (a)–(e) qui justifie votre réponse

53 Les commerçants font le maximum pour garder leurs clients.

(A) vrai (B) faux

le paragraphe (a)–(e) qui justifie votre réponse



Troisième sous-partie : Une carte bancaire pour enfant : comment ça marche ? (7 points)

Prečítajte si nasledujúci text. Za textom nasleduje jeho stručný obsah, v ktorom chýbajú slová 54 – 60. Doplňte ich. Doplňte vždy iba jedno slovo.

Svoje odpovede napíšte na odpovedový hárok označený piktogramom .

Votre enfant vous a certainement déjà demandé: «Maman, Papa, je veux une carte bancaire comme les copains à l'école!» Et là, vous vous êtes peut-être senti un peu perdu. Surtout lorsqu'on compare leur situation à la nôtre à leur âge où, la carte bleue, ce n'était pas avant 18 ans!

Il est certain que, lorsque votre enfant va partir en camp de vacances cet été, vous ne serez pas très rassuré à l'idée de le laisser se balader avec des sommes importantes en liquide sur lui.

Mais comment obtenir une carte bancaire pour enfant? Et quel est le bon âge pour avoir une carte bancaire: à partir de 12 ans, 16 ans ou à partir de 18 ans?

Aujourd'hui, la plupart des banques offrent ce service. Tout comme une carte de paiement classique, une carte bancaire pour mineur permet d'effectuer des paiements et des retraits à peu près partout, en France, en zone euro dans certains cas et même à l'étranger pour certaines offres.

En revanche, ce genre de carte bancaire, réservée aux mineurs, possède évidemment des particularités pour garantir la sécurité des enfants et de leur argent de poche: ces cartes sont souvent des «cartes bloquées», c'est-à-dire sans découvert autorisé. Impossible pour le mineur de dépenser plus que ce qui est disponible sur le compte bancaire. Par exemple, si l'enfant a 20€ sur son compte et essaie d'acheter un produit à 21€, il ne pourra pas, le paiement sera immédiatement refusé.

Ensuite, une carte bancaire pour enfant est très souvent bloquée chez les marchands de produits ou de services réservés aux adultes: sites de paris sportifs, tabac, alcool, et autres... Vous avez ainsi l'esprit tranquille: pas de risque que votre enfant aille utiliser sa carte bancaire n'importe où.

Le parent est titulaire de ce compte et garde l'entière responsabilité du contrôle grâce à une appli sur son smartphone. Ainsi, le parent peut verser de l'argent de poche à son enfant instantanément sur sa carte; il peut bloquer ou débloquer la carte à distance; il peut bloquer les paiements chez certains marchands, les paiements en ligne ou les retraits ou encore bloquer les paiements à l'étranger.

Ainsi, l'enfant bénéficie d'une carte bleue dont l'usage est strictement contrôlé par le parent, ce qui permet de poser les limites indispensables à un bon usage de l'argent quand on est mineur.

Résumé

Si votre enfant vous a déjà demandé une carte bancaire pour son argent de **54**, c'est possible! Ce type de carte, disponible dans de nombreuses banques, permet de payer à peu près **55**, sauf évidemment dans les magasins réservés aux adultes. Ce sont les parents qui contrôlent tout: ils versent l'argent sur le **56** et peuvent bloquer certaines opérations grâce à une application en ligne. De plus, il s'agit d'une carte avec interdiction de découvert. Ainsi, votre enfant ne pourra pas **57** plus que ce qu'il a sur son compte! Voilà donc un bon **58** de faire confiance à votre enfant et de l'**59** à la gestion responsable de son argent, tout en gardant le contrôle et **60** les mauvaises surprises à la fin du mois!

KONIEC TESTU

Zdroje

- <https://www.rts.ch/audio-podcast/2023/audio/epiceries-selfs-obseques-deuxieme-service-26118017.html?id=26118019>, 01.12.2023, upravené
- <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/esprit-d-initiative/esprit-d-initiative-du-mardi-27-juin-2023-8586499>, 01.12.2023, upravené
- <https://www.rts.ch/audio-podcast/2023/audio/apres-les-influenceurs-arrivee-des-desinfluenceurs-sur-les-reseaux-sociaux-25902295.html>, 01.12.2023, upravené
- <https://www.slate.fr/story/248665/que-deviennent-livres-invendus-pilon-rouleaux-papier-toilette-recyclage-edition>, 01.12.2023, upravené
- <https://www.infoslibres.fr/avantages-inconvenients-du-service-public-et-des-entreprises-privees/>, 01.12.2023, upravené
- https://www.lemonde.fr/economie/article/2022/02/27/menaces-par-les-plates-formes-d-e-commerce-les-centres-commerciaux-cherchent-une-nouvelle-formule-gagnante_6115461_3234.html, 01.12.2023, upravené
- <https://www.ecommerce-nation.fr/commerces-de-proximite/>, 01.12.2023, upravené
- <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F31241>, 01.12.2023, upravené
- <https://www.lapublicite.fr/la-publicite-et-les-enfants/les-effets-de-la-publicite-sur-les-enfants.html>, 01.12.2023, upravené
- <https://www.kard.eu/carte-bancaire-enfant>, 01.12.2023, upravené

Pokyny na vyplňovanie odpovedového hárka

Odpovedové hárky budú skenované, nesmú sa kopírovať, krčiť ani prehýbať.
Aby skener vedel prečítať vaše odpovede, musíte dodržať nasledujúce pokyny:

- Píšte perom s čiernou alebo modrou náplňou. Nepoužívajte tradičné plniace perá, veľmi tenko píšuce perá, obyčajné ceruzky ani pentelky.

- Riešenia **úloh s výberom odpovede** zapisujte krížikom .

- Správne zaznačenie odpovede (**C**)

A	B	C	D
☐	☐	☒	☐

- Nesprávne zaznačenie odpovede (**C**)

A	B	C	D
☒	☐	☒	☐

A	B	C	D
☐	☐	☒	☐

- V prípade chybného vyplnenia údajov alebo odpovedí postupujte podľa nasledujúcich pokynov. V žiadnom prípade nepoužívajte nový odpovedový hárak.
- Keď sa pomýlite alebo neskôr zmeníte názor, úplne zaplňte políčko s nesprávnym krížikom a urobte nový krížik.

A	B	C	D
☒	☐	☒	☐

- Ak náhodou znovu zmeníte názor a chcete zaznačiť pôvodnú odpoveď, urobte krížiky do všetkých políčok a zaplnené políčko dajte do krúžku.

A	B	C	D
☒	☒	☒	☒

- Odpovede na **úlohy s krátkou odpoveďou** napíšte do príslušného poľa odpovedového hárka čitateľne písaným alebo tlačným písmom. Pri použití tlačného písma **rozlišujte veľké a malé písmená**.

Neotvárajte test, pokiaľ nedostanete pokyn!