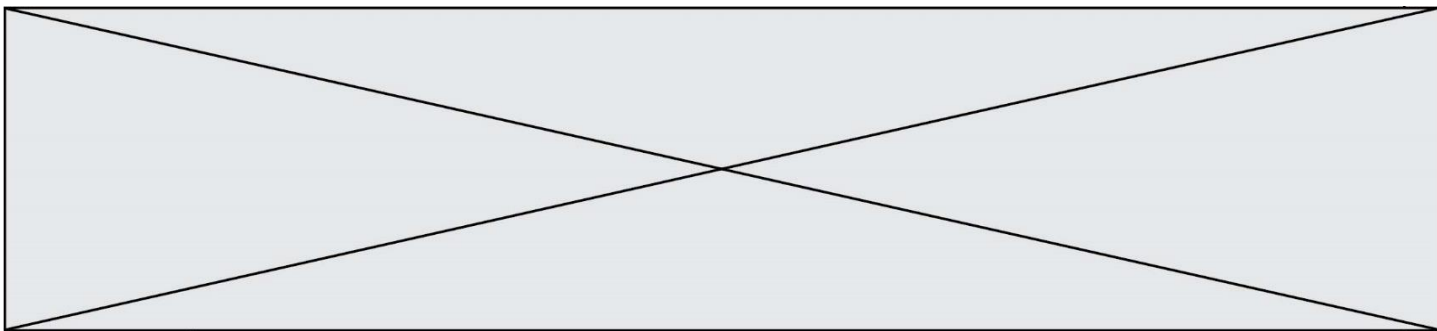




POLONAIS – SUJET (évaluation, tronc commun)

**ÉVALUATION (3^e trimestre de première)
Compréhension de l'écrit et expression écrite**

L'ensemble du sujet porte sur l'**axe 1** du programme : **Identités et échanges**

Il s'organise en deux parties :

- 1- **Compréhension de l'écrit (10 points)**
- 2- **Expression écrite (10 points)**

Vous disposez tout d'abord de **cinq minutes** pour prendre connaissance de **l'intégralité** du dossier.
Vous organiserez votre temps (1h30) comme vous le souhaitez pour **rendre compte en polonais** du document écrit (partie 1) et pour **traiter en polonais le sujet d'expression écrite** (partie 2).

1. Compréhension de l'écrit (10 points)

Titre du document : Supermarket kultury czyli jak budujemy swoją kulturową tożsamość

Vous rédigerez le compte rendu du document en polonais.

Supermarket kultury czyli jak budujemy swoją kulturową tożsamość

Gordon Mathews to amerykański antropolog mieszkający w Hongkongu. W 2005 roku została opublikowana w Polsce jego książka „Supermarket kultury”.

Modèle CCYC : ©DNE	
Nom de famille (naissance) : (Suivi s'il y a lieu, du nom d'usage)	
Prénom(s) :	
N° candidat :	
(Les numéros figurent sur la convocation.)	
Né(e) le :	
	N° d'inscription :



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

1.1

Mathews twierdzi, że współczesna kultura jest jak wielki sklep. Każdy może sobie wybrać to, co mu się podoba.

W tym, co składa się na kulturę, człowiek z rozwiniętego świata może przebierać niczym w dobrach piętrzących się na półkach wielkiego sklepu. Może jeść dania japońskiej kuchni, ubierać się w kolekcje z Włoch, tańczyć argentyńskie tango, słuchać niemieckiego techno i zaczytywać się w południowoamerykańskiej literaturze. Taki eklektyzm nikogo nie dziwi, a kultura staje się dziś polem osobistej ekspresji jej "konsumenta", a nie konserwatywną "uprawą"¹ tradycyjnych wzorów, jak chce tego jej łacińska nazwa.

Coraz krótszy dystans

Czy w takim galimatiasie² można zachować tożsamość? Czy pojęcia "kultura japońska", „polska” albo "amerykańska" mają sens w świecie malejących dystansów?

Żeby odpowiedzieć na te pytania, Mathews przeprowadził wywiady³ w trzech różnych grupach. Zbadał⁴ opinie japońskich muzyków i plastyków; osób należących do kilku amerykańskich związków religijnych (w tym również ateistów), a także hongkońskich inteligentów żyjących w byłej brytyjskiej kolonii obecnie będącej częścią Chin. Wszyscy zostali poproszeni o określenie swej kulturowej tożsamości.

Jeden kraniec spektrum zajęli ludzie, których zdaniem dziś nie ma sensu mówić o kulturze narodowej. Byli to japońscy jazzmani, dla których ukochanym wspomnieniem młodości jest muzyka Beatlesów, a kimono uchodzi za egzotykę. Do tej grupy zaliczają się też amerykańscy buddyści, którzy żałują, że urodzili się w "materialistycznej" Ameryce, a nie na "uduchowionym" Dalekim Wschodzie. Pochód zamykają hongkońscy licealiści, którzy do chińskiego nazwiska dokleją sobie anglojęzyczne imię. Konsekwentnie używają go na co dzień, podczas gdy imię chińskie zna wyłącznie ich rodzina.

Mocnym punktem w refleksji Mathewsa jest spostrzeżenie, że to, co "tradycjoniści" uważają za narodową tożsamość, jest prywatnym konstruktem, który powstaje w sposób podobny do tego, w jaki budują tożsamość zwolennicy „kultury supermarketu”.

¹ uprawa - culture (au sens culture des carottes)

² galimatias - bazar (familier)

³ wywiad - entretien

⁴ zbadać - étudier



Polska i Europa

W Europie i w Polsce "Supermarket kultury" można traktować jako opis przyszłości, która dopiero nadejdzie wraz z globalizacją i rosnącą populacją emigrantów, którzy wzbogacą nasze kulturowe doświadczenie. Na naszą percepcję własnej tożsamości wpłynie także niepewność, która jej towarzyszy w czasach malejącego świata i szybkich wymian.

Na razie na Starym Kontynencie tradycja ciągle trzyma się lepiej niż w opisywanych przez Mathewsa USA, Hongkongu i Japonii.

U nas „kulturowy supermarket” dopiero nabiera rumieńców. Jak na razie dostępny jest raczej dla najbogatszej części społeczeństwa żyjącej głównie w dużych miastach, choć po amerykańskie kino, a wraz z nim amerykański model kulturowy, może już sięgnąć każdy. Jak pokazał opublikowany w gazecie "Rzeczpospolita" sondaż przeprowadzony niedawno w dziesięciu największych państwach UE, jesteśmy w Europie narodem wyjątkowo konserwatywnym. W „banku” narodowej tradycji najsilniej trzyma się przede wszystkim katolicyzm. Religia - jak zbadała agencja Sofres - odgrywa zasadniczą rolę w życiu 86 proc. Polaków.

Źródło: Na podstawie artykułu Konrada Godlewskiego, Supermarket kultury.
Globalna kultura-jednostkowa tożsamość, 29 maja 2005

2. Expression écrite (10 points)

Vous traiterez **en polonais**, et en **100 mots** minimum, l'**un** des deux sujets au choix :

Sujet A :

Jak wygląda „supermarket kultury” Gordona Mathews’a? Czy podoba Ci się taki sposób budowania własnej tożsamości ?

Modèle CCYC : ©DNE

Nom de famille (naissance) :

(Suivi s'il y a lieu, du nom d'usage)

Prénom(s) :

N° candidat :

N° d'inscription :



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Né(e) le :

(Les numéros figurent sur la convocation.)

1..1

OU

Sujet B :

Czy uważasz, że polskie społeczeństwo jest bardziej przywiązane do swoich tradycji niż francuskie? Jeśli tak, jakie polskie tradycje są według Ciebie najważniejsze ?