

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

ÉVALUATION

CLASSE : Terminale

VOIE : ☐ Générale ☐ Technologique ☒ Toutes voies (LV)

ENSEIGNEMENT : Polonais

DURÉE DE L'ÉPREUVE : 1h30

Niveaux visés (LV) : LVA : B2 LVB : B1

CALCULATRICE AUTORISÉE : ☐ Oui ☒ Non

DICTIONNAIRE AUTORISÉ : ☐ Oui ☒ Non

☐ Ce sujet contient des parties à rendre par le candidat avec sa copie. De ce fait, il ne peut être dupliqué et doit être imprimé pour chaque candidat afin d'assurer ensuite sa bonne numérisation.

☒ Ce sujet intègre des éléments en couleur. S'il est choisi par l'équipe pédagogique, il est nécessaire que chaque élève dispose d'une impression en couleur.

☒ Ce sujet contient des pièces jointes de type audio ou vidéo qu'il faudra télécharger et jouer le jour de l'épreuve.

Nombre total de pages : 6



POLONAIS – SUJET (évaluation, tronc commun)

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

Le sujet porte sur l'**axe 2** du programme : **Espace privé, espace public**

Il s'organise en trois parties :

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

Vous disposez tout d'abord de **cinq minutes** pour prendre connaissance de **l'intégralité** du dossier.
Puis vous entendrez trois fois le document support de la compréhension de l'oral. Les écoutes seront espacées d'une minute. Vous pourrez prendre des notes pendant les écoutes.
À l'issue de la troisième écoute, vous organiserez votre temps (1h30) comme vous le souhaitez pour **rendre compte en français** du document oral et **en polonais** du document écrit et pour **traiter en polonais le sujet d'expression écrite**.

1. Compréhension de l'oral

Titre du document : Street Art – czy wszystko może być sztuką?

Source du document : Lekcje muzealne

En rendant compte du document en français, vous montrerez que vous avez compris :

- **le contexte** : le thème principal du document, la situation, les personnages / les personnes, les liens entre elles, etc. ;

Modèle CCYC : ©DNE

Nom de famille (naissance) :

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

Prénom(s) :

N° candidat : N° d'inscription :

(Les numéros figurent sur la convocation.)

Né(e) le :

 Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

1..1

- **le sens** : les événements, les informations, les points de vue, les éventuels éléments implicites, etc. ;
- **le but** : la fonction du document (relater, informer, convaincre, critiquer, dénoncer, divertir etc..), les destinataires et le style (informatif, fictionnel, humoristique, critique, ...), etc.

Vous pouvez organiser votre propos comme vous le souhaitez ou suivre les trois temps suggérés ci-dessus.

2. Compréhension de l'écrit

Titre du document : Przestrzeń publiczna nie jest niczyja

Vous rédigerez le compte rendu du document en polonais en prenant appui sur les questions suivantes :

- O czym jest mowa w tekście?
- Kto wypowiada się na ten temat?
- Co każdy z nich krytykuje?
- Co proponują, by poprawić sytuację?
- O jakich pozytywnych tendencjach w społeczeństwie mówi jedna z tych osób?
- Czemu powinna służyć przestrzeń publiczna?

Przestrzeń publiczna nie jest niczyja

Kto powinien tworzyć przestrzeń publiczną w Polsce i brać za nią odpowiedzialność? Mieszkańcy, rządzący czy biznes?

Chaos przestrzenny, nagromadzenie reklam i szyldów, zaniedbane skwery i bezsensowne krawężniki. Do tego błędy merytoryczne i ortograficzne na znakach, nierzadko prowadzących donikąd – to tylko niektóre grzechy¹ przestrzeni publicznej, wymieniane przez autorów strony *Przestrzeń Publiczna na Podhalu*.

Jej twórcy od czerwca dokumentują liczne niedoskonałości przestrzeni publicznej w Zakopanem i na Podhalu. Publikują na Facebooku zdjęcia i krótkie opisy.

¹ un péché



Najbardziej przeszkadza im „informacyjny śmietnik” wokół, mnogość reklam, szyldów, banerów, ale też ogólny brak pomysłu² w zarządzaniu wspólną przestrzenią. Latem w Zakopanem rozstawiana jest np. dmuchana, pstrokata zjeżdżalnia dla dzieci, która zasłania historyczną willę zakopiańską.[...]

W przestrzeni publicznej Podhala piętnują także kicz, brak wyobraźni, wszelką niefunkcjonalność, czasem brak bezpieczeństwa. – Według nas Zakopane otoczone przez cztery parki narodowe, chcące uchodzić za zimową stolicę Polski, powinno wyznaczać sobie wysokie standardy w przestrzeni publicznej i trzymać się tych standardów, a nawet być przykładem dla innych turystycznych miejscowości – twierdzi *Przestrzeń Publiczna na Podhalu*.

Według aktywistów „bez ruchu oddolnego nic się nie zmieni. Aby na naszym Podhalu przestrzeń publiczna była sprawniej zarządzana i wyglądała lepiej niż w tej chwili, potrzeba interdyscyplinarnego zespołu specjalistów, ludzi znających region, mocno zaangażowanych w kształtowanie przestrzeni wspólnej”. [...]

Zgodnie z obowiązującym polskim prawem, przestrzeń publiczna ma przyczyniać się do poprawy jakości życia mieszkańców, co jest zapisane w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z 27 marca 2003 r. Czytamy tam: „przestrzeń publiczna to obszar o szczególnym znaczeniu dla zaspokajania potrzeb mieszkańców, poprawy jakości ich życia i sprzyjający nawiązywaniu kontaktów społecznych ze względu na jego położenie oraz cechy funkcjonalno-przestrzenne”.

– Przestrzeń publiczna powinna być otwarta, stawać się miejscem spotkań, dyskusji, nawet napięć i społecznych tarć. Przestrzeń wspólna w Polsce powinna odzwierciedlać³ demokratyczny system wartości – mówi Jakub Szczęsny, architekt, właściciel pracowni autorskiej SZCZ, znany z takich realizacji jak Dom Kereta w Warszawie, który dobrze wpisał się w przestrzeń publiczną stolicy Polski.

– Do niedawna troska Polaków kończyła się na drzwiach domów, to co wspólne było traktowane gorzej. Ostatnie lata pokazały, że Polacy chcą dbać o przestrzeń publiczną bardziej niż do tej pory – ocenia Szczęsny.

Poczuwamy się do odpowiedzialności za przestrzeń wspólną i całkiem polubiliśmy życie publiczne. Według architekta warto jednak rozróżnić we współczesnych miastach autentyczną przestrzeń publiczną od tej publicznej tylko pozornie.

– Wiele prywatnych przestrzeni w miastach jedynie udaje przestrzeń publiczną, tak jak np. wielkopowierzchniowe galerie, które łudzą nas, że między sklepami istnieje prawdziwa przestrzeń publiczna, a nie handlowa – ocenia Szczęsny.

Jego nowy projekt architektoniczny „Przestrzeń” tworzy system pawilonów z doczepianymi stołami, ławkami, hamakami itp. Pawilony zostaną zainstalowane w trzech miastach: Kielcach, Rzeszowie i Szczecinie. Mają stać się pozytywnym

² brak pomysłu – brak pomysłu

³ refléter

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		(Les numéros figurent sur la convocation.)																			
Né(e) le :																					

1.1

przykładem zagospodarowania miejskiej przestrzeni publicznej architekturą służącą poprawie jakości życia mieszkańców.

Źródło: Jan Ziemacki, Przestrzeń publiczna nie jest niczyja, Rzeczpospolita, 24.10.2019

3. Expression écrite

Vous traiterez **en polonais**, et en **120 mots** minimum, l'un des deux sujets au choix :

Sujet A :

Czy uważasz, że ludzie dbają o przestrzeń publiczną w Twoim miejscu zamieszkania? Dlaczego? Co zmieniłbyś/zmieniłabyś w swojej okolicy, by była bardziej przyjazna dla mieszkańców?

OU

Sujet B :

Obejrzyj uważnie poniższe zdjęcia. Przeczytaj jeszcze raz artykuł o przestrzeni publicznej i przypomnij sobie, o czym była mowa w wideo. Opisz te zdjęcia i wytłumacz, w jaki sposób ilustrują one oba dokumenty.



Źródło: <https://bialystok.wyborcza.pl/bialystok/1,35241,19334510,nie-taki-mural-ladny-kilka-observacji-o-sztuce-w-przestrzeni.html>



Źródło: <https://www.polskieradio.pl/7/15/Artykul/1537597,Natretny-marketing-i-reklama-%e2%80%93-jak-z-nimi-walczy>