



Coimisiún na Scrúduithe Stáit
State Examinations Commission

LEAVING CERTIFICATE EXAMINATION, 2020

POLISH
HIGHER LEVEL

3 hours

Język polski

Przeczytaj uważnie tekst, a następnie odpowiedz na pytania. Wykonaj wszystkie trzy części. Odpowiadaj własnymi słowami, wyłącznie w języku polskim.

Macdonaldyzacja społeczeństwa

1. Ray Kroc, genialny odkrywca sieci restauracji McDonald'sa, był człowiekiem o ogromnych ambicjach i miał pomysły na wielką skalę. Ale nawet on nie przewidział zdumiewających konsekwencji swego patentu. McDonald's bowiem to jeden z najważniejszych wynalazków Ameryki dwudziestego wieku, którego skutki sięgają daleko poza Stany Zjednoczone i poza gastronomię. McDonald's oddziałuje na całą gamę przedsięwzięć ludzkich, zgoła na styl życia, i to w wielu krajach. Wpływ ten prawdopodobnie będzie się coraz bardziej nasilał.
2. Ale niniejszy artykuł nie jest ani o McDonald'sie, ani o innych restauracjach szybkich dań, mimo, że oba tematy będą się w nim często przewijały. McDonald's służy tu tylko za przykład procesu, który autor nazwał macdonaldyzacją. Zatem macdonaldyzacja to proces stopniowego upowszechniania się zasad działania restauracji szybkich dań we wszystkich dziedzinach życia społecznego w Stanach Zjednoczonych oraz na całym świecie.
3. Mc Donald's zajął kluczowe miejsce w kulturze masowej. Wielu ludzi silnie utożsamia się z McDonald'sem, a dla niektórych stał się on instytucją zgoła świętą. Istnieje nawet opinia, że centra handlowe, w których prawie zawsze znajdują się restauracje szybkich dań, są niczym innym jak nowoczesnymi świątyniami konsumpcji, do których ludzie udają się w celu spełnienia praktyk religii konsumentów.
4. Dlaczego model McDonald'sa okazał się aż tak atrakcyjny? O jego sukcesie zdecydowały cztery wyznaczniki. Ujmując rzecz krótko, makdonaldyzacja się powiodła, gdyż proponuje klientom, personelowi oraz menadżerom skuteczność, kalkulacyjność, przewidywalność i możliwość manipulacji.
5. Po pierwsze, McDonald's proponuje *skuteczność*. Dla klienta oznacza to, że McDonald's zapewnia najlepszy możliwy sposób zaspokojenia głodu. W świecie, w którym człowiek ciągle się przemieszcza – zazwyczaj samochodem – z jednego miejsca w drugie, łatwo go skusić wydajnością restauracji szybkich dań lub okienka, umożliwiającego spożycie posiłku bez wysiadania z samochodu. Model restauracji szybkich dań zapewnia efektywny (przynajmniej pozornie) sposób zaspokajania wielu potrzeb.
6. Po drugie, McDonald's akcentuje kwantytatywne cechy sprzedawanych potraw (wielkość porcji, cena) i świadczonych usług (ile czasu potrzeba, żeby potrawę otrzymać); innymi słowy, kładzie nacisk na *kalkulacyjność*. Ilość stała się odpowiednikiem jakości, czyli dobre jest to, co dostajemy prędko i w dużej ilości. Jak powiada pewien krytyk współczesnej kultury amerykańskiej: „Ludzie są przekonani, że na ogół im więcej, tym lepiej.”.

7. Po trzecie, McDonald's proponuje *przewidywalność*, gwarantując, że jego towary i usługi będą zawsze i wszędzie takie same. Zestaw śniadaniowy McDonald'sa w Nowym Jorku niczym się nie różni od zestawu śniadaniowego w Moskwie. Świadomość, że McDonald's niczym nas nie zaskoczy, działa na ludzi niesłychanie krzepiąco. Sukces McDonald'sa każe przypuszczać, że ludzie na ogół wolą świat bez niespodzianek.
8. Po czwarte, McDonald's *manipuluje* klientami, jakkolwiek stara się to czynić subtelnie i nie wprost. Kolejki, niewyszukane menu, mały wybór i niewygodne krzesła służą temu, aby klienci zachowywali się zgodnie z życzeniami kierownictwa McDonald'sa, mianowicie jedli szybko i opuszczali lokal.
9. Wobec skuteczności restauracji typu McDonald's kuchnia domowa miała do wyboru – zaniknąć lub się zmienić. Kuchnię domową uratowała między innymi kuchenka mikrofalowa. Okazała się wydajniejsza od piekarnika i usprawniła proces gotowania. Dokonywanie zakupów również stało się wygodniejsze. Domy towarowe są zdecydowanie efektywniejsze od sklepów rozsianych po całym mieście lub przedmieściach. W ostatnich latach upowszechniła się także sprzedaż wysyłkowa. Ta forma sprzedaży umożliwia robienie zakupów w domu.
10. Z nastaniem kaset wideo i wypożyczalni, wielu ludzi uznało również chodzenie do kina za zajęcie mało efektywne. Filmy można teraz oglądać do woli w domowym zaciszu. Jeśli komuś dodatkowo zależy na podniesieniu wydajności, może sobie kupić jeden z tych nowych telewizorów, w których można oglądać film, równocześnie śledząc w okienku w rogu ekranu ulubiony program telewizyjny.

Opracowano na podstawie książki George'a Ritzera „Macdonaldyzacja społeczeństwa”, w tłumaczeniu Sławomira Magali

ZADANIA

Część I

(30 / 100)

1. Wyjaśnij znaczenie poniższych słów i wyrażeń:
 - a. **cała gama** (akapit 1)
 - b. **kłaść na coś nacisk** (akapit 6)
 - c. **krzepiący** (akapit 7)
 - d. **subtelny** (akapit 8)
 - e. **z nastaniem** (akapit 10) (5 x1)
2. W kontekście przedstawionego artykułu wyjaśnij podkreślone wyrażenie w następującym zdaniu: „Ludzie są przekonani, że na ogół **im więcej, tym lepiej.**” (akapit 6) (5)
3. Na czym – zdaniem autora tekstu – polega manipulacja klientami restauracji szybkich dań? (akapit 8) (5)

4. Dlaczego supermarkety porównane są w artykule do „świętyń konsumpcji, do których ludzie udają się w celu spełnienia praktyk religii konsumentów”? (akapit 3) (5)
5. Dlaczego autor artykułu uważa, że „[...] ludzie na ogół wolą świat bez niespodzianek”? (akapit 7) (5)
6. Jaką cenę płacimy za ciągle narastającą standaryzację naszego społeczeństwa? Udziel odpowiedzi w kontekście przeczytanego tekstu. (5)

Część II (30 / 100)

Nasze społeczeństwo kładzie duży nacisk na natychmiastowe zaspokajanie potrzeb.

Używając około 100 słów, skomentuj powyższe zdanie w świetle przeczytanego tekstu

Część III (40 / 100)

Napisz wypracowanie na jeden z poniższych tematów, używając około 300 słów:

1. Posiłki służą do komunikowania się między ludźmi. Jeśli *fast food* byłby w naszej naturze, ludzie jadaliby w ten sposób od setek lat.

ALBO

2. W czasach kryzysu ludzie pokazują się od najlepszej i najgorszej strony.