



**MARKING NOTES
REMARQUES POUR LA NOTATION
NOTAS PARA LA CORRECCIÓN**

May / mai / mayo 2010

FRENCH / FRANÇAIS / FRANCÉS A2

**Standard Level
Niveau Moyen
Nivel Medio**

Paper / Épreuve / Prueba 1

*Ces remarques pour la notation sont **confidentielles**. Leur usage est réservé exclusivement aux examinateurs participant à cette session.*

*Ces remarques sont la propriété de l'Organisation du Baccalauréat International. Toute reproduction ou distribution à de tierces personnes sans l'autorisation préalable d'IB Cardiff est **interdite**.*

Épreuve 1 NM mai 2010 – Remarques au sujet de la correction

Ces notes n'ont qu'un seul but : aider les correcteurs dans leur travail. Elles ne proposent pas un ensemble rigide de réponses ou d'approches qu'il faudrait impérativement retrouver dans les copies. D'autres bonnes idées ou d'autres points de vue intéressants devraient être reconnus et jugés favorablement. Pour permettre une juste évaluation de l'originalité, les réponses qui n'aborderaient pas tous les points de vue suggérés ne devraient pas être sévèrement jugées.

SECTION A

Texte 1 et texte 2

Une **réponse satisfaisante** abordera l'influence des marques et de la publicité auprès des enfants et des adolescents. Dans un texte comme dans l'autre, les propos révèlent l'attrait irrésistible que peuvent constituer les marques. Dans le texte 1, un narrateur, tout d'abord outragé de l'importance démesurée des marques chez les jeunes, exprime ensuite son refus catégorique d'admettre la publicité à l'école. Dans le texte 2, qui n'appartient pas à la fiction mais qui provient d'un magazine spécialisé, les marques sont présentées sous l'angle du marketing et de la manipulation ; on cible des stratégies publicitaires pour attirer une clientèle adolescente vers des marques. Sur le plan de la structure, les deux textes contiennent trois paragraphes ; par contre, les visions présentées s'opposent : l'extrait du roman est une dénonciation des marques et de la publicité auprès des jeunes, alors que le second texte cherche à définir ce public cible afin de mieux l'analyser et l'exploiter.

En plus de soulever les notions précédentes, une **bonne réponse** pourra davantage les étoffer. Il est aussi pertinent de mentionner que deux points de vue ressortent. Le premier est celui d'un narrateur ordinaire, subjectif et non spécialiste, qui se montre pessimiste, voire même alarmiste, face à l'influence omniprésente et dévastatrice des marques et de la publicité. Ce point de vue sarcastique outrepassa le présent et aboutit à une sombre anticipation de situations futures. Le second contient les constatations de spécialistes en marketing expliquant des façons de faire pour attirer les jeunes vers des marques. « Madame Marketing » ou « Grand-Mère », personnage fictif dans le premier extrait, devient donc une figure réelle et multipliée dans le second passage.

Une **très bonne réponse** apportera des détails supplémentaires aux aspects mentionnés précédemment. De plus, elle peut mettre en évidence que, dans les deux extraits, les enfants/adolescents n'en sont plus ; leur statut est désormais celui de clients anonymes, piégés ou à piéger. En ce sens, les propos du narrateur, surtout dans le second paragraphe du texte 1, sont ironiques. Les points d'interrogation et d'exclamation renforcent le ton accusateur d'un discours expressif et engagé. Les informations du texte 2 sont transmises de manière plus neutre, plus objective. De plus, des citations de spécialistes viennent appuyer les constats effectués et les résultats obtenus.

SECTION B

Texte 3 et texte 4

Le thème de la télé réalité sera exploité dans une **réponse satisfaisante**. Dans le texte 3, le journaliste définit les émissions de télé réalité et en dénonce la recette fondée sur les lois du spectacle. Dans le texte 4, celui du roman de Senécal, se déroule une entrevue fictive entre une journaliste et un producteur d'une émission de télé réalité. Ce dernier met en relief les effets divertissants de ce type d'émission. Sur le plan de la structure, trois paragraphes, respectivement fondés sur la recette, le succès et la mise en scène des émissions de télé réalité, caractérisent l'extrait 3. Ce type de texte journalistique et formel s'oppose nettement à celui de l'entrevue qui renferme, entre autres, une langue plus populaire sur les plans syntaxique et lexical.

Une **bonne réponse** tiendra compte des éléments précédents, en incluant d'autres exemples expliqués. En premier lieu, les effets ironiques du titre de l'article (texte 3) peuvent être exploités, car ils constituent une antithèse avec le troisième paragraphe qui dénonce la construction mensongère de ces émissions et le point de vue biaisé et faussement optimiste de Lavoie, dans le texte 4. En second lieu, la vision similaire des journalistes (réel dans le premier passage et fictif dans le second) ressort par l'utilisation d'un ton direct, accusateur et ironique. Les deux journalistes veulent exposer la manipulation des spectateurs sur laquelle reposent les émissions de télé réalité, entre autres par l'emploi d'interrogations.

Une **très bonne réponse** approfondira des aspects abordés auparavant ; d'autres remarques pourront être ajoutées. Le texte 4 confirme ainsi la recette décrite dans le texte 3 et révèle le succès de masse des « reality-shows ». La journaliste du roman tente de faire admettre à Lavoie le caractère superficiel de son émission et tient donc le discours du journaliste du texte 3. Ce dernier discours s'appuie aussi sur une citation d'un spécialiste. Le passage du roman, plus expressif dans sa forme à cause du dialogue composé de courtes répliques et de la langue parlée, devient une illustration plus concrète de notions théoriques transmises dans le texte 3.
