

Prova lliure per a l'obtenció del títol de graduat/ada en educació secundària obligatòria

Convocatòria 2/2025

Àmbit de la comunicació en llengua francesa

Cognoms i nom _____	PUNTUACIÓ TOTAL
DNI/NIE/Passaport _____	
Data _____	

INSTRUCCIONS

- Abans de començar la prova, empleneu les dades personals de la portada.
- Llegiu atentament cada pregunta abans de contestar-la.
- Responen cada pregunta tan bé com pugueu i en l'espai corresponent.
- A continuació passeu a la pregunta següent.
- Si us equivoqueu, ratlleu la resposta equivocada i marqueu clarament la nova resposta.

Criteris d'avaluació de l'àmbit de la comunicació

Perquè un alumne o alumna sigui considerat apte en l'àmbit de la comunicació ha d'obtenir una puntuació mínima de 150 sobre 300 com a nota global de les tres proves de l'àmbit.

A més, ha d'haver obtingut la nota mínima de 40 punts tant a la prova de llengua catalana com a la prova de llengua castellana. La prova de llengua estrangera no té nota mínima obligatòria.

Si un alumne o alumna té una nota global superior a 150 sobre 300, però no ha obtingut la nota mínima en alguna de les proves de català i/o castellà, es considera que té l'àmbit suspès.

Quadre resum de les puntuacions mínimes per aprovar:

	Puntuació mínima	Puntuació màxima
Llengua catalana	40	100
Llengua castellana	40	100
Llengua estrangera	–	100

Activité 1

[25 points]

1.1. Écoutez attentivement ce podcast sur la fatigue informationnelle et répondez aux questions suivantes. [25 points, 2 points par réponse correcte sauf pour la question 9, 3 points]

D'après : <www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/des-idees-pour-un-monde-nouveau/des-idees-pour-un-monde-nouveau-du-vendredi-18-aout-2023-9238123> (de 0'36" à 3'44")

1. Edgar Moriani définit le concept de la fatigue informationnelle...

- a) au début des années 90 **b) au début des années 80** c) au début des années 70

2. Le consommateur d'informations...

- a) se sent heureux dans ce flux d'information **b) se sent noyé et épuisé** c) a une idée précise du monde

3. La fatigue informationnelle atteint...

- a) 33 % des Français b) 43 % des Français **c) 53 % des Français**

4. La plupart des Français ressent la fatigue informationnelle...

- a) très souvent** b) parfois c) de temps en temps

5. La première manifestation de la fatigue informationnelle est...

- a) éteindre le téléphone portable b) configurer les notifications sur notre ordinateur portable **c) arrêter les notifications du téléphone portable**

6. La deuxième manifestation est...

- a) ne plus lire les journaux en papier **b) ne plus s'informer du tout** c) ne plus regarder les journaux télévisés

7. Le journaliste est surpris de savoir que les personnes considèrent...

- a) les informations souvent déprimantes** b) les informations souvent fausses c) qu'il y a trop d'informations

8. Le traitement de l'information par les médias provoque chez les gens...

- a) des doutes **b) de l'anxiété** c) de la peur

9. Le journaliste parle d'une actualité anxiogène due à...

- a) la crise climatique et la guerre en Ukraine b) des crises politiques et économiques fréquentes et la pandémie **c) des crises économiques fréquentes, une pandémie et la guerre en Ukraine**

10. La moyenne des canaux d'information utilisés par les Français est...

- a) très élevée** b) normale c) très basse

11. Les Français s'informent de plus en plus à travers...

- a) les journaux papiers **b) les réseaux sociaux** c) la télévision

12. Ce qui nous conduit à ressentir du stress c'est...

- a) ne pas savoir hiérarchiser les informations** b) s'informer grâce aux réseaux sociaux c) ne pas être suffisamment informé

Activité 1

Activité 2

[25 points]

2.1. Lisez le texte et choisissez l'option correcte. [25 points, 2 points par réponse correcte sauf pour la question 7, 3 points]

L'histoire de Colette

Sidonie-Gabrielle Colette, plus connue sous le nom de Colette, ____ (1) le 28 janvier 1873 dans le petit village de Saint-Sauveur-en-Puisaye ____ (2) Bourgogne. Sa mère, Sidonie, l'adorait et la considérait comme un "joyau en or". Elle a été une grande source d'inspiration pour la jeune fille : elle lui a appris à être forte et à ne jamais se laisser stopper à cause de son genre. Elle a ____ exemple (3) surpris ses voisins en refusant de porter des vêtements de deuil après la mort de son mari, un acte considéré comme scandaleux à l'époque.

Colette avait la vie typique d'une fille de la campagne quand, ____ 16 ans (4), elle ____ (5) Henry Gauthier-Villars âgé de 30 ans. C'était un romancier parisien bien connu qui publiait son travail sous le pseudonyme de Willy. Le couple s'est marié quatre ans plus tard, ____ 1893 (6), et ils ____ (7) vivre à Paris, où il lui a fait découvrir le monde des salons fréquentés par les écrivains et artistes reconnus de l'époque. C'est là que Colette ____ (8) pour la première fois des homosexuels qui étaient tolérés par les gens de ce groupe social. C'est quelque chose qui influencera sa vie amoureuse par la suite.

Willy souffrait constamment du blocage de l'écrivain et comptait sur une multitude d'auteurs fantômes pour composer ses œuvres. Peu après le mariage, il a découvert le talent d'écriture de Colette et l'a mise au travail en collaboration avec son équipe.

Willy l'a encouragée à écrire les histoires de sa vie à l'école pour lesquelles il portait beaucoup d'intérêt. Le travail de sa femme était si brillant qu'après avoir fait quelques petites rectifications, il a tout envoyé à son éditeur sous son propre nom. C'est ainsi que sont nés les quatre romans de Claudine, qui sont instantanément devenus des best-sellers en France. Tout le mérite ____ travail (9) est revenu à Willy, qui s'est enrichi grâce à la vente de ces livres.

Au fil des années, ____ couple (10) a mené une vie hédoniste financée par le profit de ces romans à succès. Colette n'aimait pas particulièrement écrire et était facilement distraite, si bien que plus d'une fois son mari l'a enfermée dans une pièce pendant des heures, l'empêchant de partir avant qu'elle n'ait écrit plusieurs pages.

La littérature n'était pas la seule activité que son mari encourageait Colette à pratiquer. Au fur et à mesure que leur popularité grandissait ____ (11) les salons parisiens, ils ont aussi commencé à avoir des relations extraconjugales. Willy était ravi de permettre à sa femme de rencontrer d'autres personnes, à condition qu'elles ne soient que des femmes. Lui et Colette se sont même embarqués dans une aventure simultanée avec la même demoiselle. Cette relation a servi d'inspiration pour le quatrième roman de Claudine.

____ (12) treize ans de mariage, Colette a vécu une grande déception face à son mari qui refusait de la reconnaître comme l'auteur des livres de Claudine. Le couple a fini par divorcer en 1906. Toutefois, même après la séparation, Willy a continué à toucher de l'argent provenant des royalties des quatre romans rédigés par Colette.

D'après : <www.sympa-sympa.com/admiracion-celebrites/voici-lhistoire-de-colette-lecrivaine-francaise-qui-a-surmonte-les-stereotypes-de-son-temps-et-publie-ses-livres-sous-son-nom-810460/>

- | | | |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1. a) a né | b) est née | c) est né |
| 2. a) au | b) à | c) en |
| 3. a) par | b) pour | c) en |
| 4. a) à | b) au | c) a |
| 5. a) est rencontrée | b) a rencontrée | c) a rencontré |
| 6. a) en | b) au | c) à |
| 7. a) ont partis | b) sont partis | c) ont parti |
| 8. a) a vue | b) a vu | c) vu |
| 9. a) de | b) du | c) des |
| 10. a) ce | b) cet | c) cette |
| 11. a) sur | b) dans | c) à |
| 12. a) Après | b) Ensuite | c) Depuis |

Activité 2

Activité 3

[25 points]

3.1. Lisez le texte et répondez aux questions suivantes. [16 points, 2 points par réponse correcte]**Polluante mais populaire : comment l'ultra fast fashion a séduit les jeunes**

T-shirts à 5 euros, robes à 8 euros : les marques d'« ultra fast fashion » repoussent les limites des petits prix en produisant toujours plus au risque d'un impact écologique catastrophique, avec en cœur de cible, les 25 ans et moins.

L'anglaise Boohoo, la marque hongkongaise Emmiol ou encore la très en vogue enseigne chinoise Shein se présentent sur le même modèle : des sociétés de vente de vêtements 100 % en ligne pratiquant des prix défiant toute concurrence, souvent encore assortis de promotions. C'est l'« ultra fast fashion » : un nombre d'articles gigantesque et de nouvelles références tous les jours, de nouvelles collections en un temps record, plus rapidement encore que les géants de la fast fashion comme H&M ou Zara.

Au risque de démultiplier des pratiques peu écologiques. « Bon nombre de ces vêtements bon marché finissent (...) dans d'immenses décharges, brûlés sur des feux ouverts, le long des lits de rivière et rejetés dans la mer », dans des pays comme le Kenya et la Tanzanie, dénonçait l'ONG de défense de l'environnement Greenpeace, en avril.

Pourtant, malgré l'opacité d'un secteur qui reste extrêmement discret sur ses résultats, le succès est incontestable.

Shein a ainsi vu ses ventes bondir de 60 % en 2021, propulsant son chiffre d'affaires à seize milliards de dollars, selon Bloomberg, talonnant H&M qui enregistrait la même année un chiffre d'affaires de 199 milliards de couronnes suédoises (19 milliards d'euros).

Lola, 18 ans, commande deux à trois fois par mois sur Shein, pour un panier moyen d'environ 70 euros et une dizaine d'articles.

Les prix faibles sont au cœur du succès de ces entreprises chez les jeunes, dont le pouvoir d'achat limité conduit à chercher la quantité plutôt que la qualité.

Pour bénéficier d'une vaste exposition à moindre prix, les enseignes s'appuient sur la « micro-influence » : des partenariats avec des personnes suivies sur les réseaux sociaux par un petit nombre d'abonnés, mais qui bénéficient d'une proximité et d'une confiance plus forte de leur communauté.

D'après : <www.letelegramme.fr/economie/polluante-mais-populaire-comment-l-ultra-fast-fashion-a-seduit-les-jeunes-29-07-2022-13129999.php>

1. Des marques comme Boohoo, Emmiol ou Shein

a) sont uniquement sur internet

b) ont des magasins dans certaines villes

c) ont des magasins et sont sur internet

2. Ces marques vendent à des prix...

a) élevés

b) bas

c) standard

3. On les appelle « ultra fast fashion » ...

a) pour leurs prix très bas

b) à cause de la vitesse à produire de nouvelles collections

c) parce qu'ils sont comme Zara ou H&M

1. Que signifie le mot « environnementaux » (1) ?

- a) de société **b) écologiques** c) sur internet

2. Que signifie le mot « éphémère » (2) ?

- a) temporaire** b) durable c) économique

3. Que signifie l'expression « à effet de serre » (3) ?

- a) protecteur de la planète b) producteur d'oxygène **c) produisant le réchauffement climatique**

4. Que signifie le mot « égérie » (4) ?

- a) l'ennemie b) la statue **c) la muse**

5. Que signifie l'expression « passer au crible » (5) ?

- a) soutenir **b) critiquer** c) surpasser

6. Que signifie le mot « a choisi » (6) ?

- a) a continué **b) a décidé** c) a évité

7. Que signifie le mot « commandes » (7) ?

- a) achats** b) bonus c) ventes

8. Que signifie le mot « ensuite » (8) ?

- a) avant b) d'abord **c) après**

9. Que signifie des vêtements de « seconde main » (9) ?

- a) d'occasion** b) faits à la main c) écologiques

Activité 4

[25 points]

Écrivez un texte d'environ 75 mots sur vos habitudes d'achat des vêtements. Vous pouvez vous aider des questions suivantes :

- Achetez-vous les vêtements en ligne ou plutôt dans des magasins ?
- Achetez-vous les vêtements chez des grandes marques comme Zara, H&M, Shein ?
- Consommez-vous des vêtements de seconde main ? Pourquoi ?
- Combien de fois par mois faites-vous du shopping ? A votre avis, c'est beaucoup ou très peu ?
- Les réseaux sociaux vous influencent-ils quand vous achetez des vêtements ?
- Quelle est votre style ? Quels types de vêtements préférez-vous ?

Criteris per corregir la redacció (sobre 25 punts)**Valoració global (coherència i adequació): 10 punts**

- 8-10 punts:** El text respon al tema demanat i incorpora els requeriments que es demanen. Es desenvolupa de manera adequada, ordenada i comprensible.
- 6-7 punts:** El text respon a la tasca, però no incorpora tots els requeriments demanats. Es perceben idees desordenades, malgrat que el text sigui coherent.
- 4-5 punts:** El text respon a la tasca, però presenta problemes de coherència i adequació al registre, tot i que pot incorporar o no els requeriments demanats.
- 2-3 punts:** L'escrit no respon gaire a la tasca. Resulta difícil de llegir, presenta bastants problemes de coherència, adequació al registre i organització.
- 0-1 punts:** Text no avaluable, massa curt, no respon a la tasca i no incorpora cap dels requeriments que es demanen. Text incomprensible.

Riquesa lingüística: 5 punts

- 4-5 punts:** Utilitza un ventall ampli d'estructures, vocabulari i connectors de manera adequada al context. S'arrisca per aconseguir la comunicació. S'admet algun error de lèxic.
- 2-3 punts:** Utilitza un ventall poc ampli d'estructures, vocabulari i connectors que es repeteixen.
- 0-1 punts:** El text presenta moltes interferències lingüístiques i/o errors. No hi ha puntuació.

Correcció lingüística (morfosintaxi i ortografia): 10 punts

Cada errada ortogràfica o gramatical descompta 1 punt. Descomptarem 2 punts si l'errada és greu i dificulta la comprensió del text. No hi ha un màxim de punts a descomptar.

Observacions

Aquestes definicions només són orientatives, la qual cosa no implica que, obligatòriament, la puntuació final hagi de ser un nombre enter.

Activité 4**PUNTUACIÓ TOTAL**

Puntuació màxima: 100 punts