

4



Production orale

25 points

Préparation : 30 minutes

Passation : 20 minutes

DÉROULEMENT DE L'ÉPREUVE :

Le candidat tire au sort deux sujets. Il en choisit un. Ensuite, il dispose de 30 minutes de préparation. Il doit dégager le problème soulevé par le document puis présenter son opinion sur le sujet de manière claire et argumentée (5 à 7 minutes). Son exposé est suivi d'un débat avec vous au cours duquel le candidat doit défendre son point de vue (10 à 13 minutes). Lors de la passation, les deux parties s'enchaînent, mais vous signalerez au candidat le passage d'une tâche à l'autre.

CONSIGNES AU CANDIDAT :

Vous dégagerez le problème soulevé par le document que vous avez choisi puis vous présenterez votre opinion sur le sujet de manière claire et argumentée. Vous défendrez votre point de vue au cours du débat avec l'examinateur.

Le candidat tire au sort deux sujets et il en choisit un.

SUJET 1

LES RÉSEAUX SOCIAUX FONT PARTIE DE LA VIE DES ADOS*

Il est sûrement plus facile de compter le nombre d'élèves d'une classe qui ne sont pas sur un réseau social d'internet que l'inverse. Les réseaux sociaux font partie du quotidien des adolescents aujourd'hui. Ils s'y retrouvent pour discuter, partager leurs humeurs, leurs photos et trouver de nouveaux amis.

Leur première visite sur un réseau social est souvent pour faire comme les grands frères, grandes sœurs, ou comme les copains de classe.

Au-delà de l'outil de communication, les réseaux sociaux permettent de développer ses tribus, sa communauté, ses fans et la vitrine de soi-même sur internet. Les adolescents comptent précieusement leurs « amis » même s'ils avouent ne pas vraiment connaître tout le monde.

Ici la quantité prime sur la qualité et le nombre d'amis s'analyse comme un signe de popularité. C'est la même chose pour le nombre de commentaires. Plus un « commentaire » suscite de réactions de son réseau, plus on se sent aimé et populaire.

D'après www.vosquestionsdeparents.fr

* ados : adolescents.

SUJET 2

ET POURTANT ILS ÉCRIVENT...

Les adolescents aiment toujours écrire et n'écrivent sans doute pas moins ni moins bien qu'avant mais les formes et les supports d'écriture se sont diversifiés.

Des manières d'écrire différentes

Ils écrivent, tant et plus, peut-être plus que jamais. Mais comment ? Certes pas toujours dans la langue de Victor Hugo ! Une spécialiste affirme : « *Personne ne s'est vraiment penché sur l'écriture des jeunes ; ils ne sont pas publiés. On me demande souvent si je vois une dégradation au fil des années, dans le style et l'orthographe : ce n'est pas évident.* »

Un journaliste du magazine *Okapi* suit de près l'univers numérique adolescent : « *Les blogues ont en général une durée de vie de deux ou trois mois et une originalité limitée. Leurs types d'écriture sont très personnalisés, avec beaucoup d'icônes, d'accents et de signes calligraphiques. Ils rivalisent dans le ton, l'éloquence, l'humour. On trouve un mélange de lettres capitales et minuscules, destinées à traduire des nuances dans leur pensée ou leurs émotions.* » De quoi rassurer les parents que le langage SMS inquiète...

D'après *La Croix*

**SUJET 3****LES ADOLESCENTS AIMENT LES MARQUES !**

La plupart des jeunes trouveraient inacceptable de sortir sans leur logo préféré sur leur tee-shirt ou sur leurs chaussures. Parmi les 13-18 ans, ils ne sont que 12 % à affirmer « ne pas aimer » les marques. Contre 56 % qui affirment le contraire. Il faut reconnaître que plus on grandit, moins les marques sont importantes dans la vie. Mais, en plein cœur de l'adolescence, pour ne pas être marginalisé et réussir à s'intégrer plus facilement dans un groupe, porter des marques est presque devenu essentiel.

Selon une enquête chez les adolescents, 35 % affirment vouloir que les autres voient la marque qu'ils portent. En même temps, à quoi ça sert d'acheter un pull à 50 euros si c'est pour le cacher ? Il reste tout de même les irréductibles, 23 % quand même, qui s'opposent fermement à porter des marques visibles. Les marques : manque d'identité ou marque d'appartenance ?

D'après www.Melty.fr

SUJET 4**LE « LANGAGE SMS* » CONTAMINE-T-IL LA LANGUE ÉCRITE ?**

Le « langage SMS », fait d'abréviations, de phonétisations et de sigles*, est-il en train de détourner les jeunes de la langue classique ? Certains le craignent. Une équipe de psychologues et de linguistes des universités de Picardie et de Rouen s'est attachée à mesurer cet effet. Elle a présenté ses premiers résultats.

Les SMS sont significativement plus courts que ce qui est produit à l'aide d'un papier et d'un crayon. Les mots tronqués* sont également beaucoup plus fréquents dans les SMS. Autrement dit, le « langage SMS » serait avant tout le produit d'une recherche d'économie de temps et d'effort, afin de réduire le nombre de pressions sur le clavier numérique d'un téléphone ; en revanche, les utilisateurs font assez aisément la différence entre les supports et n'écrivent pas de la même manière en fonction des possibilités et des contraintes de chacun.

D'après Daniel KAPLAN, www.InternetActu.net

* SMS : service de messagerie sur le téléphone portable.

* sigles : suite de lettres initiales constituant une abréviation.

* tronqués : coupés.

SUJET 5**PEUT-ON TOUT DIRE ET TOUT DIFFUSER SUR INTERNET ?**

C'est la question abordée par une journaliste dans la rubrique « Mon petit droit m'a dit » publiée dans *Le Point*. Selon cette journaliste, « le blogueur est assimilé à l'éditeur d'un service de communication au public. En cas de plainte, les juges considèrent qu'il est responsable non seulement des propos émis, mais aussi des commentaires postés par des tiers sur son blogue ».

Les risques auxquels on s'expose sont ceux de désinformation, voire de diffamation* ou d'injure. Des sanctions peuvent être prises à l'encontre de tous – journalistes compris – dès lors que les propos salissent la réputation ou l'honneur d'une personne.

En choisissant volontairement de publier ou de ne pas publier une information, vous devenez citoyen, acteur de votre vie et du monde qui vous entoure.

Alors, selon vous, peut-on tout dire et tout diffuser sur internet ? Quelles limites vous fixez-vous ?

D'après www.networkers-in-the-city.com

* diffamation : action de nuire à la réputation de quelqu'un.