

Lycée : le colonel Mohamed Chaâbani – Medjedel
Année scolaire : 2019/2020

Niveau : 3AS Filières communes
Durée : 2 h

Composition du 2^{ème} trimestre

Texte :

Rester sur Instagram sans perdre (totalement) son âme

« La journaliste Charlotte Hervot développe ici quelques-unes des pistes abordées dans son (**Petit**) **Guide de survie sur Instagram**, en librairie aujourd’hui »

Il y a maintenant plus d’un milliard d’utilisateurs d’Instagram dans le monde. En moins de dix ans, ce service de partage de photos et de vidéos a totalement transformé nos façons de voir, de manger, de communiquer, de consommer, de voyager... d’être au monde, finalement. Et il n’y a pas besoin d’être utilisateur d’Instagram pour être touché dans son quotidien.

Mais il y a d’autres enjeux : politiques ; on sait désormais qu’Instagram a été l’outil le plus efficace de la propagande russe pro-Trump, ou encore financiers. Aujourd’hui, la plateforme, transformée en énorme supermarché, est estimée à plus de 100 milliards de dollars. Toute une économie, celle de l’influence marketing, s’est développée autour et cela a fait naître de nouveaux métiers, comme celui « d’influenceur », qu’on réduit souvent à des hommes et femmes-sandwichs. L’activité a complètement bouleversé le secteur de la publicité. Maintenant qu’elle s’est professionnalisée, il faut la réguler. Autre conséquence : on est en train de se rendre vraiment compte que les réseaux sociaux ne sont pas vraiment des espaces « virtuels », car les traces numériques qu’on y laisse peuvent parfois se retourner contre nous IRL, « dans la vraie vie ».

Demandez à n’importe quel utilisateur du réseau pourquoi il se connecte et il vous dira qu’Instagram est devenu « un réflexe », « une habitude ». Et ce n’est pas un hasard, puisque toutes ces technologies ont été conçues comme des « solutions » à un « problème » ou à un besoin immédiat. La plupart du temps, il s’agit de nous aider à faire face à des émotions, positives, mais surtout négatives, comme l’ennui. À partir de là, on est vraiment conditionnés pour que dès que l’ennui pointe, notre cerveau réponde « Instagram » ! Et je suis persuadée que si l’ennui était plus valorisé chez nous, il y aurait beaucoup moins de monde sur Insta.

www.arkhe-editions.com, octobre 2019

Questions :

I- Compréhension de l’écrit : (14 pts)

1. “Rester sur Instagram sans perdre (totalement) son âme”.

Par ce titre, l’auteur cherche à :

- a- montrer qu’on ne peut pas éviter complètement les risques liés à l’utilisation d’Instagram.
- b- montrer qu’on peut limiter les effets néfastes qu’Instagram a sur ses utilisateurs.
- c- montrer qu’on peut gagner de l’argent sur Instagram.
- d- montrer qu’on peut devenir célèbre sur Instagram.

Recopiez les deux (02) bonnes réponses.

2. « Ce service de partage de photos et de vidéos ». A quoi renvoie cette expression dans le texte ?

Thèmes	Eléments de la réponse Sujet	Note											
			Total										
	<u>I- Compréhension de l'écrit</u> : 14 pts												
	<p>1. a- montrer qu'on ne peut pas éviter complètement les risques liés à l'utilisation d'Instagram.</p> <p>b- montrer qu'on peut limiter les effets néfastes qu'Instagram a sur ses utilisateurs.</p>	1 × 2	2										
	2. Instagram.	1.5	1.5										
	<p>3. Et il n'y a pas besoin d'être utilisateur d'Instagram pour être touché dans son quotidien. (Accepter : En moins de dix ans, ce service de partage de photos et de vidéos a totalement transformé nos façons de voir, de manger, de communiquer, de consommer, de voyager... d'être au monde, finalement).</p>	1.5	1.5										
	<p>4. on → les utilisateurs des réseaux sociaux. y → les réseaux sociaux. je → la journaliste Charlotte Hervot.</p>	0.5 × 3	1.5										
	<p>5.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Instagram</th> <th style="width: 50%;">Instagrameur</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>- énorme supermarché.</td> <td>- influenceur.</td> </tr> <tr> <td>- réseau social.</td> <td>- homme-sandwich.</td> </tr> <tr> <td>- réflexe et habitude.</td> <td>- utilisateur du réseau.</td> </tr> <tr> <td>- aide à faire face à des émotions négatives.</td> <td>- son cerveau répond « Instagram ».</td> </tr> </tbody> </table>	Instagram	Instagrameur	- énorme supermarché.	- influenceur.	- réseau social.	- homme-sandwich.	- réflexe et habitude.	- utilisateur du réseau.	- aide à faire face à des émotions négatives.	- son cerveau répond « Instagram ».	0.25 × 8	2
Instagram	Instagrameur												
- énorme supermarché.	- influenceur.												
- réseau social.	- homme-sandwich.												
- réflexe et habitude.	- utilisateur du réseau.												
- aide à faire face à des émotions négatives.	- son cerveau répond « Instagram ».												
	6. Transformation : Le secteur de la publicité <u>a été</u> complètement <u>bouleversé par l'activité.</u>	0.5 × 3	1.5										
	7. Notre <u>façon</u> de consommer Instagram trahit à quel point on redoute le <u>vide</u> et les temps morts. <u>Instagram</u> n'était pas tant un triomphe technologique qu'une <u>victoire</u> du design et de la psychologie.	0.5 × 4	2										
	<p>8. (Accepter toute réflexion en relation avec l'idée). Critères d'évaluation :</p> <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">- Pertinence des idées</td> <td style="width: 50%;">- Cohérence</td> </tr> <tr> <td>- Correction de la langue</td> <td>- Nombre de lignes</td> </tr> </table>	- Pertinence des idées	- Cohérence	- Correction de la langue	- Nombre de lignes	2	2						
- Pertinence des idées	- Cohérence												
- Correction de la langue	- Nombre de lignes												

Thèmes	Eléments de la réponse	Note	
			Total
	<u>II- Production écrite : 6 pts</u>		
	<u>Compte rendu objectif</u>		6 pts
	<u>1- Organisation de la production :</u>	2 pts	
	- Présentation du texte (mise en page).	0.25	
	- Présence de titre et de sous-titres.	0.25	
	- Cohérence du texte : . progression des informations. . absence de répétitions. . absence de contre sens. . emploi des connecteurs.	0.25 × 4	
	- Structure adéquate (accroche - condensation).	0.25 × 2	
	<u>2- Planification de la production :</u>	2 pts	
	- Choix énonciatif (en relation avec la consigne).	1	
	- Choix des informations (sélection des informations essentielles).	1	
	<u>3- Utilisation de la langue de manière appropriée :</u>	2 pts	
	- Correction des phrases au plan syntaxique.	1	
	- Adéquation du lexique à la thématique.	0.25	
	- Utilisation adéquate des signes de ponctuation.	0.25	
	- Emploi correct des temps et des modes.	0.25	
	- Orthographe (pas plus de 10 fautes pour un texte de 150 mots environ).	0.25	
	<u>Production libre</u>		6 pts
	<u>1- Organisation de la production :</u>	2 pts	
	-Présentation du texte (mise en page selon le type d'écrit demandé).	0.25	
	- Cohérence du texte : . progression des informations. . absence de répétitions. . absence de contre sens. . emploi de connecteurs.	0.25 × 4	
	- Structure adéquate (introduction- développement- conclusion).	0.25 × 3	
	<u>2- Planification de la production :</u>	2 pts	
	- Choix énonciatif (en relation avec la consigne).	1	
	- Choix des informations (originalité et pertinence des idées).	1	
	<u>3- Utilisation de la langue de manière appropriée :</u>	2 pts	
	- Correction des phrases au plan syntaxique.	1	
	- Adéquation du lexique à la thématique.	0.25	
	- Utilisation adéquate des signes de ponctuation.	0.25	
	- Emploi correct des temps et des modes.	0.25	
	- Orthographe (pas plus de 10 fautes pour un texte de 150 mots environ).	0.25	