



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

May / mai / mayo 2011

FRENCH / FRANÇAIS / FRANCÉS A2

**Higher Level
Niveau Supérieur
Nivel Superior**

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 NS mai 2011 – 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 la quête de la femme parfaite. Dans le texte 1, cette recherche s'effectue de manière concrète ; le narrateur, l'oncle, rédige une annonce et se livre à une description détaillée et précise de la femme souhaitée. Dans le texte 2, l'univers onirique du poète l'emporte et la description de la femme convoitée se veut imprécise ; le mystère demeure et il ne s'agit pas nécessairement d'une femme en particulier mais de la Femme. Ainsi, dans un texte comme dans l'autre, la rencontre physique de la femme ne s'est pas encore produite et la femme non trouvée, voire même introuvable, reste une inconnue qui doit faire preuve de soumission, de compréhension et de perfection. Sur le plan de la structure, l'extrait de Cohen contient trois paragraphes. Le premier met très brièvement en relief le neveu exceptionnel, alors que les deuxième et troisième paragraphes énumèrent toutes les qualités que doit posséder la candidate ; l'accumulation de toutes les caractéristiques exigées crée un effet hyperbolique. Le poème de Verlaine est un sonnet : les deux quatrains exploitent le caractère aimant et compréhensif de la femme rêvée. Les deux tercets renforcent non seulement sa nature immatérielle et floue, mais sous-entendent aussi sa mort.

Une **bonne réponse** pourra aussi exploiter les effets des répétitions dans les deux textes. Par exemple, les adjectifs « Vertueuse et Raisonnable » montrent à quel point ces qualités sont fondamentales chez la femme parfaite recherchée. Dans le sonnet de Verlaine, la répétition « elle seule » souligne l'unicité de cette femme qui ne peut exister que dans le monde du rêve. La répétition de la conjonction « et » crée un effet d'accumulation misant davantage sur un portrait moral de la femme. De plus, dans les deux textes, la femme, réalité ou rêve à atteindre, est idéalisée et sculptée selon un point de vue masculin qui manque assurément de réalisme.

Une **très bonne réponse** apportera des détails liés à la ponctuation. Chez Cohen, l'usage abondant de points d'exclamation révèle un ton affirmatif, emporté et intransigeant. L'ironie est également présente dans l'énumération de toutes ces exigences. Par contre, chez Verlaine, le seul point d'exclamation dévoile le dépit, l'impuissance, et laisse transparaître un ton lyrique et nostalgique. En outre, aucun point d'interrogation ne ressort du passage 1, ce qui prouve l'absence de doute du narrateur. Par contre, les deux interrogations dans le poème de Verlaine indiquent l'incertitude, l'imprécision quant aux aspects physiques de la femme aimée.

SECTION B

Texte 3 et texte 4

Les relations entre le publicitaire et le consommateur seront traitées dans une **réponse satisfaisante**. Le candidat devra définir ces derniers, cerner leurs rôles respectifs, afin de faire ressortir un rapport dominant/dominé. Dans le texte 3, le narrateur, un publicitaire ironique et lucide, annonce clairement qui est sa cible : le consommateur insatisfait, persuadé qu'il peut atteindre le bonheur dans la consommation. C'est ce consommateur aveugle, dupé et méprisé que nous retrouvons dans le texte 4 ; du moins, dans le deuxième sous-groupe défini par Baribeau. Ainsi, l'auteur trace le portrait de deux groupes de consommateurs, le premier étant plus petit et plus favorisé que le second, et expose le désir des publicitaires d'abrutir environ 80 % de la population. Sur le plan de la structure, les textes 3 et 4 comprennent deux paragraphes. Alors que Beigbeder, dans le premier paragraphe, décrit comment le publicitaire contribue à créer des besoins chez les consommateurs, Baribeau divise ces derniers en deux sous-groupes : l'élite et les gens ordinaires à manipuler. Dans le deuxième paragraphe des deux passages, les auteurs exposent l'inassouvissement du consommateur (3^e texte) et la perpétuelle volonté de l'abrutir (4^e texte).

Une **bonne réponse** pourra inclure des éléments liés à l'expression. Dans le troisième extrait, le ton ironique et le niveau de langue populaire indiquent que le message s'adresse à des gens ordinaires qui n'inspirent guère le respect du narrateur (publicitaire). Cette dernière remarque rejoint le point de vue exprimé dans le quatrième texte, celui du mépris des publicitaires à l'égard de la majorité des consommateurs. Le ton de Baribeau, cependant, se veut plus neutre, plus objectif, bien qu'il y ait quelques effets lexicaux (« twits », « deux de pique ») pour atténuer le caractère formel de l'article et le rendre plus accessible. À noter : le texte 4 ne cible pas que la société états-unienne ; les parenthèses deviennent alors significatives.

Une **très bonne réponse** pourra également approfondir ces autres éléments. Premièrement, le pronom « vous », souvent répété dans l'extrait 3, renvoie au « 80 % de la population » que l'on souhaite ardemment « crétiniser » selon la vision de Baribeau. Toutefois, cet autre effet de ce pronom ne peut être ignoré : le « vous » concerne directement le lecteur qui devient la « cible » directe d'Octave, le publicitaire. Le lecteur se sent alors victime d'un bourreau fictif qui lui expose ses faiblesses sans détour. Deuxièmement, le texte 4, par les références, les faits et les questions (répondues), vient confirmer la vision réaliste de la fiction. Tout comme dans le texte 3, l'énumération permet de renforcer le discours ; toutefois, l'ironie n'est pas exploitée.
