



22122265



**FRENCH B – STANDARD LEVEL – PAPER 1**  
**FRANÇAIS B – NIVEAU MOYEN – ÉPREUVE 1**  
**FRANCÉS B – NIVEL MEDIO – PRUEBA 1**

Tuesday 22 May 2012 (morning)  
Mardi 22 mai 2012 (matin)  
Martes 22 de mayo de 2012 (mañana)

1 h 30 m

---

**TEXT BOOKLET – INSTRUCTIONS TO CANDIDATES**

- Do not open this booklet until instructed to do so.
- This booklet contains all of the texts required for Paper 1.
- Answer the questions in the Question and Answer Booklet provided.

**LIVRET DE TEXTES – INSTRUCTIONS DESTINÉES AUX CANDIDATS**

- N'ouvrez pas ce livret avant d'y être autorisé(e).
- Ce livret contient tous les textes nécessaires à l'Épreuve 1.
- Répondez à toutes les questions dans le livret de questions et réponses fourni.

**CUADERNO DE TEXTOS – INSTRUCCIONES PARA LOS ALUMNOS**

- No abra este cuaderno hasta que se lo autoricen.
- Este cuaderno contiene todos los textos para la Prueba 1.
- Conteste todas las preguntas en el cuaderno de preguntas y respuestas.

## TEXTE A

## JOURNÉE MONDIALE DE L'EAU

- ❶ Chaque année, à l'occasion de la Journée Mondiale de l'Eau, le 22 mars, **Action contre la Faim (ACF)** organise une grande opération de mobilisation à Paris et dans les délégations régionales. Il s'agit d'attirer l'attention de l'opinion publique sur les problèmes auxquels sont confrontés de nombreux pays en voie de développement.
- ❷ Ces dernières années, **ACF** a fait preuve d'imagination. En effet, il y a quelques années, des dizaines de foyers français se sont essayés à vivre avec 5 litres d'eau par jour, comme les populations de certaines régions d'Éthiopie en pleine saison sèche. Cette opération de solidarité avait pour but de mettre en évidence les problèmes d'accès à l'eau que rencontrent quotidiennement de nombreuses familles à travers le monde. L'année suivante, **ACF** distribuait aux passants des grandes villes françaises des petites bouteilles d'eau potable présentées comme des parfums luxueux, avec le message suivant : « L'eau, un luxe pour un milliard de personnes ».
- ❸ Cette année, **ACF** a choisi d'alerter le grand public sur les conséquences humanitaires dramatiques des changements climatiques. Le 16 mars à 11h00, **ACF** donne rendez-vous devant l'Hôtel de Ville de Paris pour révéler un visuel choc installé sur la façade de l'Hôtel de Ville. Ce jour-là, seulement une partie d'une affiche sera visible ; elle suscitera l'interrogation du passant, stimulera son imagination et lui donnera envie de découvrir la suite. Une semaine plus tard, le 22 mars, le passant découvrira que cette publicité est en fait une campagne de sensibilisation aux conséquences humanitaires des changements climatiques : un visuel choc associé à l'effet de surprise, un message qui marque les consciences.



© Action contre la Faim / Jean-Michel Turpin

TEXTE B

**LANCEMENT D'UNE CAMPAGNE NATIONALE EN BELGIQUE**



1 L'association *Information sur les Drogues et l'Alcool (IDA)* lance une campagne de sensibilisation aux dangers de l'alcool, destinée aux jeunes âgés entre 12 et 35 ans.

5 2 *IDA* conseille aux jeunes de moins de 16 ans de renoncer à la consommation d'alcool, et aux autres consommateurs de ne pas abuser de l'alcool et de rester responsables. La campagne, sous forme de spots télévisuels et web, d'affiches et de cartons de bière, se veut à la fois humoristique et « branchée ».

10 3 Le slogan « Ne vous racontez pas d'histoires » a pour but de faire réfléchir les jeunes sur les conséquences liées à la consommation problématique de l'alcool et de leur faire connaître leurs limites face à l'alcool. « Nous donnons aux jeunes des informations appropriées et des éléments de réflexion pour discuter du sujet. C'est ainsi que nous pouvons progressivement les amener à adopter une attitude critique à l'égard de l'alcool, » a indiqué une des directrices.

15 4 Le président d'*IDA* reconnaît que la grande majorité des problèmes les plus graves liés à l'alcool ne surviennent pas chez les consommateurs âgés entre 12 et 35 ans [ - X - ] plus tard. « Cette campagne s'adresse aux jeunes [ - 13 - ] ce sont des adultes en train de se développer, et cette phase de la vie est une phase très sensible du développement psychologique et neurophysiologique, » précise-t-il.

20 5 *IDA* s'inquiète [ - 14 - ] du phénomène de « binge drinking », qui consiste à consommer une importante quantité d'alcool sur une période de temps relativement courte. Le phénomène existe épisodiquement en Belgique mais devient de plus en plus fréquent à l'étranger. Une étude récente montre qu'une consommation excessive d'alcool durant une courte période a des conséquences néfastes et durables sur le fonctionnement du cerveau.

25 6 La ministre fédérale de la Santé soumettra très prochainement au gouvernement un projet de loi qui réglera la question des boissons alcoolisées offertes gratuitement lors d'événements festifs, culturels et sportifs. Le nombre de consommateurs problématiques en Belgique est évalué à 500 000 et le coût social de la consommation d'alcool est énorme.

30

Extract: « Lancement d'une campagne nationale en Belgique », par BELGA, dans *La Libre Belgique* (2009)

Photo: De nombreuses campagnes de prévention et d'éducation face à l'alcool ont lieu dans les pays francophones. Ici, une affiche de l'organisme *Éduc'alcool* destinée aux étudiants du Québec © *Éduc'alcool*, Québec.

## TEXTE C

## ÉLÈVES D'HIER, ÉLÈVES D'AUJOURD'HUI

Le narrateur a décidé d'écrire un livre sur sa vie d'enseignant...

« Fais attention, m'ont prévenu mes amis quand j'ai entrepris la rédaction de ce livre, les élèves ont énormément changé depuis ton enfance, et même depuis la douzaine d'années où tu as cessé d'enseigner !  
5 Ce ne sont plus du tout les mêmes, tu sais ! »

Oui et non.

Ce sont des enfants et des adolescents du même âge que moi à la fin des années cinquante : voilà tout au moins un point de reconnaissance. Ils se lèvent toujours aussi tôt, leurs horaires et leurs sacs  
10 sont toujours aussi lourds et leurs professeurs, bons ou mauvais, restent des mets de choix au menu de leurs conversations<sup>1</sup> : trois autres points communs.

Ah ! Une différence : ils sont plus nombreux que dans mon enfance, quand les études s'arrêtaient pour beaucoup au Certificat.<sup>2</sup> Et ils sont de toutes les couleurs, du moins dans mon quartier, où vivent les immigrés.

15 Mais la différence fondamentale entre les élèves d'aujourd'hui et d'hier est ailleurs : ils ne portent plus les vieux pulls de leurs grands frères. La voilà, la vraie différence ! Les pulls de nos mères constituaient l'inévitable surprise de Noël. Il n'y avait pas de marque, pas d'étiquette *Pull fait par Maman*.

20 Aujourd'hui, c'est « Grand-Mère marketing » qui habille grands et petits. C'est elle qui habille, nourrit, désaltère, chausse, coiffe chacun, équipe l'élève d'électronique, le monte sur rollers, vélo, scooter, moto, trottinette ; c'est elle qui le distrait, l'informe, le place sous transfusion musicale permanente et l'expédie aux quatre coins de l'univers consommable ; c'est elle qui l'endort ; c'est elle qui le réveille et, quand il s'assied en classe, c'est elle qui vibre au fond de sa poche pour le rassurer : « je suis là, n'aie pas peur, je suis là, dans ton téléphone ».



Extract:

Daniel Pennac, Chagrin d'école © Éditions GALLIMARD  
www.gallimard.fr

Image: 1 CD MP3 - LIRE DANS LE NOIR

<sup>1</sup> Mets de choix au menu de leurs conversations : sujets de conversations favoris

<sup>2</sup> Certificat : examen que les élèves passaient vers l'âge de 14 ans

## VOUS VOULEZ ORGANISER UN BAL ? QUELQUES CONSEILS...

Organiser une soirée dans le but de financer un voyage, d'aider le club de jeunes ou de remplir les caisses du club de basket, cela implique de nombreuses démarches. Il faut donc s'y prendre bien à l'avance et être vigilant pour ne rien oublier et assurer la réussite de la soirée.

Avant tout, contactez votre administration communale afin de connaître leurs exigences et pour faire une demande.

Pour attirer le public, un maximum de publicité est nécessaire, par des affiches, des tracts, des communiqués à la presse écrite, la radio ou la télévision ou via des sites Internet privés. Renseignez-vous bien : dans certaines communes, une taxe sera prélevée si vous décidez de distribuer de la publicité dans la rue. En particulier, deux à trois semaines avant la manifestation, établissez un communiqué de presse ; c'est un document destiné aux médias, annonçant un événement. Pour être efficace, il doit répondre à quelques questions simples : Que se passe-t-il ? Quand ? Où ? Pourquoi est-ce important ? N'oubliez pas d'indiquer toutes les coordonnées de la manifestation ainsi que le nom de la personne à contacter.



Bien entendu, pas de soirée sans musique... vous pouvez surfer sur des sites web où les artistes mettent librement leur musique à disposition du public. N'oubliez pas qu'il en faudra pour tous les goûts.

Puis il vous faudra louer une salle. Lorsqu'on signe un contrat de location, il est important de tenir compte des modalités concernant le nettoyage de la salle, la possibilité de monter et démonter le matériel la veille et le lendemain, l'exploitation du bar, la consommation d'électricité, d'eau et de gaz.

Attention ! Une chute, une bagarre, un décor qui s'effondre, personne n'est à l'abri d'un imprévu parfois lourd de conséquences. Il est donc nécessaire de prendre une assurance. Certaines salles exigent d'ailleurs qu'un service de sécurité soit présent.

Surtout, n'oubliez pas que l'administration communale a le droit de prélever une taxe sur les boissons.

Finalement, n'hésitez pas à demander un coup de main : contactez les aides apportées par la Communauté française pour favoriser la circulation des artistes et la décentralisation des spectacles tous publics : la Maison des Jeunes de votre région, SDAC\*, et le Service Général des Arts de la Scène.

Extract: D'après l'article « 2. Organiser un concert, un bal... » publié sur le site [www.bouger-jeunes.be](http://www.bouger-jeunes.be) (2009) © Infor Jeunes Luxembourg

Image: [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:US\\_Navy\\_091202-N-7280V-285\\_Sailors\\_dance\\_at\\_the\\_annual\\_Christmas\\_Disco\\_Party\\_for\\_the\\_disabled\\_during\\_a\\_community\\_outreach\\_project.jpg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:US_Navy_091202-N-7280V-285_Sailors_dance_at_the_annual_Christmas_Disco_Party_for_the_disabled_during_a_community_outreach_project.jpg)

\* SDAC : Service de Diffusion et d'Animation Culturelle de la Province de Luxembourg qui peut vous soutenir en prêt de matériel notamment