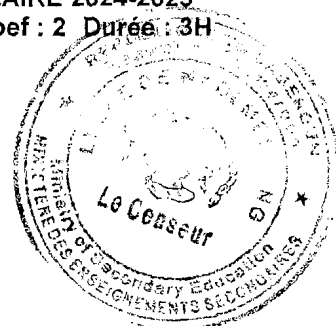




PROBATOIRE BLANC N°1

ÉPREUVE DE LITTÉRATURE OU CULTURE GÉNÉRALE

SUJET DE TYPE I : CONTRACTION DE TEXTE

TEXTE : Les enfants de la publicité

Les véhicules habituels de la culture : famille, école, livres, théâtre devraient dire ces choses (les méfaits de la publicité), mais soyons plus sérieux. Que peuvent les parents, les professeurs ou les écrivains face à la Publicis ou Havas ? Que peuvent – ils surtout lorsqu'il s'agit d'éduquer des enfants ? Car c'est la jeunesse, dès son âge le plus tendre, qui est devenue la cible favorite des publicitaires : séduire le fils pour gagner la mère. Et les professionnels de la vente en savent beaucoup plus long que les enseignants sur la mentalité enfantine. S'ils ne savent pas comment apprendre l'histoire – mais ils ne s'en soucient pas – ils savent en revanche comment faire passer une idée simple et forte. Sur ce terrain, ils disposent de la compétence et des moyens. L'esprit des enfants leur appartient. Il n'est que de voir l'intérêt passionné des très jeunes téléspectateurs pour les spots publicitaires. A coup sûr, ces messages, brefs, simples et distrayants sont exactement adaptés au public enfantin.

Nous ne savons plus dans quel société nous vivons ou, plus exactement quelle société découvrent nos enfants. Si nous croyons toujours que nous leur transmettons *un certain acquis culturel* à travers les canaux traditionnels, nous nous trompons. Le jeune esprit qui s'éveille, dans le monde d'aujourd'hui est d'abord impressionné par les informations de l'environnement matériel et commercial. Il est instruit par les objets, les vitrines, les affiches, les annonces, les spots publicitaires bien plus que par les discours de ses parents ou de ses maîtres. Or ces supports disent tous la même chose, ils répètent, à l'envi, que nous vivons dans une société d'abondance, et que l'essentiel est de posséder les objets manufacturés.

La publicité, au sens le plus large, donne à croire que le seul problème est de choisir entre les biens trop nombreux qui sont offerts – chacun étant supposé avoir les moyens d'acheter, il suffit d'éclairer son choix. Tout naturellement l'enfant en déduit que le bien – être est donné, qu'il existe comme l'air et le soleil et que point n'est besoin de le gagner.

L'adolescent vit dans un monde d'assistance technique gratuite. Il attend de la société, ou plutôt de ses parents, qu'ils lui fournissent sa part d'assistance. Toute limitation dans ses désirs sera ressentie comme une brimade. Pourquoi lui refuser ce que tout le monde possède ? Pourquoi lutter pour se procurer ce qui est offert ?

Les adultes s'étonnent que les jeunes prétendent tout à la fois dépendre de leurs parents sur le plan matériel et s'en affranchir sur le plan moral. Mais quoi de plus naturel ? Ils ne font que se conformer au conditionnement culturel reçu dès l'enfance. On imagine aisément la somme de frustrations et de désillusions qu'ils ressentent quand ils découvrent que l'abondance des vitrines n'est qu'une illusion et qu'ils devront travailler constamment pour en jouir. Mais il sera trop tard pour rejeter le système. Habités à l'assistance technique, appauvris sur le plan personnel, ils devront, à leur tour, consacrer toute leur vie à poursuivre ce plaisir des choses qui fuit au fur et à mesure qu'on s'en approche.

Ainsi la publicité est le ferment nourricier de l'illusion technique. Elle détourne l'homme de ses ressources intérieures pour le fixer sur les fins, la prédominance de l'avoir sur l'être.

François de CLOSETS, *Le Bonheur en plus*, Paris, Denoël.

1) Résumé (9pts)

Ce texte comporte 576 mots. Résumez – le en 144 mots. Une marge de 15 mots en plus ou en moins est autorisée. Précisez le nombre de mots utilisés à la fin de votre résumé.

2) Discussion (9pts)

Selon François de Closets, la publicité « donne à croire que le seul problème est de choisir entre les biens trop nombreux qui sont offerts »

Pensez – vous que la publicité fausse la perception de la réalité chez l'enfant ? Vous répondrez à cette question dans un développement argumenté et illustré d'exemple tirés de votre expérience de la vie quotidienne.

3) Présentation (2pts)

SUJET DE TYPE 2 : DISSERTATION LITTÉRAIRE

Au sujet de la création littéraire, Emile Zola, auteur du *Roman Expérimental*, écrit : « De même qu'on disait autrefois d'un romancier : il a de l'imagination. Je demande qu'on dise aujourd'hui : il a le sens du réel. »

Partagez-vous une telle conception ? Vous répondrez à cette question en prenant appui sur les œuvres romanesques lues ou étudiées.

*Publicis et Havas désignent des organes publicitaires.