

Texte :

La jeunesse, dès son âge le, est devenue la cible favorite des publicitaires ; séduire le fils pour gagner la mère. 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, 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 de publicité. A coup sûr ces messages, brefs, simples, et distrayants sont exactement adaptés au public enfantin.

Nous ne savons plus dans quelle 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 occidental 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.

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 brimade¹.

Pourquoi lui refuser ce que tout le monde possède ? Pourquoi lutter pour se procurer ce qui est offert ?

De Closets «le bonheur en plus»

(1) Une brimade, vexation, humiliation, insulte.

Nom : Prénom : N° :

A –ETUDE DE TEXTE :

I. Compréhension : (6 pts)

1) Dans le 1^{er} paragraphe, montrez par quels moyens les professionnels de la vente exercent-ils un si fort pouvoir sur l'esprit des jeunes ?

.....
.....
.....

2) Par quoi le jeune est-il impressionné ? Justifiez votre réponse par un indice textuel.

.....
.....
.....

3) Que ressent-il si on l'empêche d'avoir ce qu'il désire?

.....
.....
.....

II. Langue : (7 pts)

1) Evitez la répétition en employant le pronom démonstratif ou possessif convenable :

- Ces produits ne sont pas efficaces. Moi j'utilise les produits dont on fait la publicité à la télévision.

.....
.....

- Cette publicité ne change rien à vos projets. Mais elle modifie nos projets.

.....

2) Mettez au passé composé les verbes soulignés dans les phrases suivantes

- Le jeune esprit s'éveille dans le monde occidental

➤ Les jeunes esprits dans le monde occidental.

- Ce nouveau produit de beauté se vend par milliers.

➤ Les nouvelles crèmes antirides par milliers.

3) A partir des deux indépendantes suivantes, faites une phrase complexe exprimant :

a) la cause (Respectez la consigne indiquée entre parenthèses)

La jeunesse est devenue la cible favorite des publicitaires ; Elle est souvent impressionnée par les informations de l'environnement matériel et commercial. (Une cause mise en valeur)

.....
.....

b) la conséquence

.....
.....

4) Mettez les verbes entre parenthèses au mode et au temps convenables puis justifiez votre réponse

a) Il faut que les parents plus d'attention à leurs enfants. (faire)

.....

b) L'auteur ne veut pas que les jeunes Influencés par la publicité. (être)

.....

