

ÉPREUVE EXTERNE COMMUNE

TRANSITION | 6G-6AT-6TT

**CESS**2020

**FRANÇAIS**

DOCUMENTS ET QUESTIONNAIRE | MARDI 16 JUIN



NOM : \_\_\_\_\_

PRÉNOM : \_\_\_\_\_

CLASSE : \_\_\_\_\_

N° D'ORDRE : \_\_\_\_\_

Les différents documents relatifs à cette évaluation externe ont été rédigés selon les rectifications orthographiques de 1990 à l'exception des textes ou extraits de textes d'auteurs.

## CONSIGNE GÉNÉRALE

Lisez les documents qui suivent en vue de réaliser les tâches demandées :

- répondre à une question de compréhension à la lecture ;
- rédiger une lettre ouverte.

Durée de l'épreuve : 200 minutes.

## TABLE DES MATIÈRES

Document 1 : Jeunes et médias sociaux. Quels enjeux ? _____	4
Document 2 : L'homme nu. La dictature invisible du numérique _____	7
Document 3 : Internet renforce le pouvoir de la société civile _____	10
Question de compréhension à la lecture _____	13
Rédaction d'une lettre ouverte _____	17
Grille d'évaluation _____	22

# 1

## JEUNES ET MÉDIAS SOCIAUX QUELS ENJEUX ?

Marie-Sarah DELEFOSSE <sup>1</sup>

[...]

### OUVERTURE SUR LE MONDE

Le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, et en particulier des médias sociaux, supprime les frontières, et des possibilités croissantes d'ouverture au monde apparaissent. En effet, ils facilitent, d'une part, la communication entre personnes partageant des points communs tels qu'un même intérêt politique ou une même religion. D'autre part, ils offrent l'opportunité à tout un chacun disposant d'une connexion web d'accéder à la culture et au savoir.

#### a. Débat et mise en mouvement

Les médias sociaux relient donc le plus souvent des personnes partageant un même intérêt religieux ou politique. Par ce biais, ils favorisent la discussion, le partage d'opinion, le débat et parfois même la mise en mouvement : mouvement de solidarité ou mouvement d'opposition et de révolte.

En premier lieu, les médias sociaux offrent un espace de discussion et de rassemblement des personnes *voulant aider*, être solidaires. Une coordination de ces personnes et de cette aide est mise en place via ces médias sociaux. Par exemple, en 2014, les réfugiés affluent dans notre pays : fuyant leurs pays en guerre, ils sont des centaines chaque jour à arriver sur le territoire pour demander l'asile à la Belgique. Le pays n'était pas prêt, beaucoup doivent dormir dehors, faute de places dans les centres d'accueil. Sur l'ensemble des médias sociaux, et plus particulièrement Facebook, des collectifs et des citoyen·ne·s se sont indignés ensemble de l'accueil réservé à ces réfugiés. Ensemble, ils se sont organisés en un mouvement citoyen *Bruxelles Refugees* et ont créé la Plateforme Citoyenne de Soutien aux Réfugiés. Ce mouvement a permis, durant des semaines, d'offrir dans l'urgence des repas, des soins de santé, un hébergement, un soutien psychologique et scolaire aux réfugiés, accueillis dans le parc Maximilien.

Encore à l'heure actuelle, cette plateforme est active, utilisant les médias sociaux pour appeler aux dons matériels et à l'aide bénévole. Cet exemple, parmi tant d'autres, démontre le rôle de facilitateur qu'ont les médias sociaux pour mettre en mouvement des citoyens autour d'un intérêt, d'une cause commune.

---

<sup>1</sup> Chargée de projets, spécialisée dans les questions d'éducation.

En second lieu, outre les mouvements de solidarité, les médias sociaux donnent également un espace à l'indignation de citoyens et citoyennes du monde, les incitant également à se mettre en action. Prenons pour exemple le plus grand phénomène, à l'heure actuelle, de ce type de mouvement : le *Printemps arabe*. Celui-ci est le nom donné aux révolutions qui enflammèrent le monde arabe en 2010-2011, notamment en Égypte et en Tunisie où les régimes furent renversés. Les réseaux sociaux, notamment Facebook et Twitter, ont joué un rôle de *rassembleur* pour ces mouvements de contestation. Ainsi, les manifestations qui ont débuté le 25 janvier 2011 en Égypte furent « préparées, annoncées et organisées sur Facebook »<sup>2</sup>. En Tunisie, le soulèvement s'est déclenché spontanément à la suite de l'immolation d'un vendeur ambulancier, Mohammed Bouazizi. Dans ce cas, les médias sociaux n'ont pas été utilisés pour appeler à manifester, mais pour « faire circuler images et débats d'opinion sur le soulèvement en temps réel, permettant aux habitants de Tunis, mieux connectés à Internet, de voir ce qui se passait dans l'arrière-pays et de se mobiliser. »<sup>3</sup> Comme l'explique Lina Ben Mhenni, Facebook et Twitter sont devenus très importants une fois la révolution lancée : « Dans le cadre de la révolution, le rôle des blogs, des réseaux sociaux et des cyber-activistes était d'informer les gens de ce qui se passait et de les mobiliser. Beaucoup de manifestations ont été organisées sur Facebook et Twitter. »<sup>4</sup>

Le *Printemps arabe* est l'exemple le plus frappant de l'usage des médias sociaux dans des mouvements de révolte. Il montre les rôles de rassembleur, de communicant et d'informateur que peuvent jouer les médias sociaux, même à petite échelle.

Ces deux exemples, la plateforme *Bruxelles Refugees* et le *Printemps arabe* mettent en exergue le rôle joué par les médias sociaux dans la mise en mouvement des citoyens. Ils construisent des ponts, rassemblent des personnes et des mouvements qui agissaient auparavant seuls, ou n'agissaient pas, faute de savoir comment faire.

## **b. Diffusion du savoir et de la culture**

Les médias sociaux permettent une ouverture sur le monde par l'espace qu'ils proposent pour communiquer et se mettre en mouvement. Mais pas seulement : ils offrent également à leurs utilisateurs l'accès au savoir et à la culture. En effet, ils permettent le partage de contenus et donc d'articles d'information. Ainsi, une étude réalisée auprès de 50 000 répondants, dans 26 pays, montre que les médias sociaux prennent une place de plus en plus importante dans l'accès à l'information. « Une majorité (51 %) de répondants utilise désormais les réseaux sociaux pour accéder à l'information. Et pour 12 % d'entre eux, cette source est la première – un taux qui atteint 28 % chez les 18-24 ans. Dans cette catégorie d'âge, les réseaux sociaux supplantent la télévision (24 %) comme source prioritaire. »<sup>5</sup> Les utilisateurs ont donc un accès facile à l'information qui se présente à eux « par le flux des réseaux

---

<sup>2</sup> D. FARIS, « La révolte en réseau : le "printemps arabe" et les médias sociaux », *Politique étrangère*, 1/2012, p. 99-109. David Faris est professeur de sciences politiques aux États-Unis.

<sup>3</sup> D. FARIS, op. cit.

<sup>4</sup> Lina BEN MHENNI, blogueuse et cyberactiviste tunisienne, citée par D. FARIS, op. cit.

<sup>5</sup> F. DELCAMBRE, « Les réseaux sociaux prennent une place croissante dans l'accès à l'information », *Le Monde*, 15 juin 2016.

sociaux, leurs alertes et notifications. »<sup>6</sup> L'information à laquelle l'utilisateur accède via ces médias n'est pas globale ; elle dépend de ses choix : les pages *aimées*, les comptes *suivis*, les intérêts de ses contacts, etc. Chaque utilisateur choisit ce à quoi il souhaite avoir accès.

L'information, ce peut être l'actualité (*les informations*), mais ce peut être également d'autres *savoirs*. Nombre de sites donnant accès à des savoirs divers et variés possèdent d'ailleurs des comptes sur les médias sociaux. Les utilisateurs accèdent à ceux-ci d'un simple clic sur un article susceptible de les intéresser. Par exemple le site web *Psychopium*, qui diffuse des actualités de la psychologie au monde francophone, possède une page Facebook et un compte Twitter. Il diffuse cinq à six articles par jour sur ces médias. L'utilisateur qui aime la page ou suit le compte découvre donc dans son flux d'actualités l'ensemble de ces articles, un simple clic lui permet d'accéder à l'information et donc d'accéder à de nouvelles connaissances.

Les médias sociaux sont donc vecteurs de savoir, mais sont aussi la source principale d'information. Or, [...] tous les contenus diffusés sur les médias sociaux ne sont pas fiables. Sensibiliser les utilisateurs à la vérification des sources d'informations est l'un des grands enjeux actuels.

Tout comme pour l'accès à l'information et au savoir, les médias sociaux améliorent significativement l'accès des utilisateurs à la culture, et ce de plusieurs manières. Comme pour l'accès à l'information, le partage de contenu offre à l'utilisateur la possibilité en un clic de découvrir la présentation d'un événement culturel, de découvrir en photo une œuvre d'art, de lire un poème ou un roman, de visualiser une vidéo présentant des extraits d'une pièce de théâtre ou d'un film, etc. Outre cette amélioration de l'accessibilité, les médias sociaux ont offert aux lieux culturels un espace pour se valoriser. Par exemple, un des musées les plus célèbres, le Musée du Louvre, possède une page Facebook. On y retrouve la promotion d'événements qui ont lieu en son sein, des analyses d'œuvres, des jeux-concours pour gagner des places aux expositions, etc. Via ce type de compte, les lieux de la culture se sont emparés des médias sociaux afin de permettre à toute personne intéressée d'accéder aux œuvres qu'ils proposent. [...]

---

Marie-Sarah DELEFOSSE, « Jeunes et médias sociaux. Quels enjeux ? », *CPCP*, 2016, p. 33-37, <<http://www.cpcp.be/wp-content/uploads/2019/05/jeunes-medias-sociaux.pdf>>, consulté le 5 décembre 2019.

---

<sup>6</sup> *Ibidem*.

# L'HOMME NU

## LA DICTATURE INVISIBLE DU NUMÉRIQUE

Marc DUGAIN<sup>7</sup> et Christophe LABBÉ<sup>8</sup>

[...]

En avril 2015, alors qu'elle se lance dans la course à la primaire démocrate, Hillary Clinton recrute Stephanie Hannon, directrice de l'innovation civique et de l'impact social chez Google, avec pour mission d'imaginer de nouvelles formes de rapports avec les électeurs à l'ère des réseaux sociaux et du numérique. Elle a sous ses ordres une « armée » de développeurs et d'ingénieurs. À charge pour eux d'inventer des applications pour mobiliser les électeurs, multiplier les militants et lever des fonds. La réussite est au rendez-vous. Avec 45 millions de dollars récoltés en trois mois, l'ancienne secrétaire d'État pulvérise les records. Non seulement les big data<sup>9</sup> donnent le coup de pouce décisif pour convaincre les électeurs, mais en plus, en amont, grâce à leurs algorithmes<sup>10</sup>, elles participent aussi à la collecte d'argent, une aide vitale face à l'inflation du coût des campagnes américaines. La dernière élection présidentielle aura représenté 2,6 milliards de dollars pour le parti démocrate.

La relation entre les politiques et les géants<sup>11</sup> du traitement de données n'est évidemment pas à sens unique, ces derniers attendent un retour sur investissement de leurs « champions », dont ils pensent pouvoir faire à terme d'authentiques marionnettes. Cet asservissement de la classe politique, les big data en ont l'utilité et les moyens. La fusion qu'elles ont amorcée avec le monde du renseignement a permis d'assurer une surveillance accrue du personnel politique. Les algorithmes de la NSA enregistrent les petits secrets et les turpitudes, bien plus efficacement encore que ne le faisait John Edgar Hoover, le redoutable patron du FBI<sup>12</sup>. Jamais l'appareil de renseignements américain, ce morceau de l'État, désormais hybridé aux big data, n'aura été aussi puissant. Une force qui peut se retourner contre ses géniteurs.

Par leur puissance même et leurs ambitions, ces supermultinationales contestent la légitimité des gouvernements élus. De leur point de vue, quelle est la nécessité à terme de cette incarnation obsolète du pouvoir par des hommes et des femmes politiques complètement dépassés, alors que les big data connaissent tout de nos

<sup>7</sup> Écrivain français.

<sup>8</sup> Journaliste français.

<sup>9</sup> Dans ce texte, l'expression renvoie aux entreprises qui exploitent les big data. Les big data désignent l'ensemble des données numériques produites et/ou collectées par l'utilisation des nouvelles technologies.

<sup>10</sup> Dans le domaine mathématique et en programmation, suite d'actions ou d'opérations permettant de résoudre un problème ou d'obtenir un résultat.

<sup>11</sup> Google, Amazon, Facebook, Apple...

<sup>12</sup> Principal service fédéral de police judiciaire et service de renseignements intérieur des États-Unis (Federal Bureau of Investigation).

envies, de nos désirs, de nos attentes, et se considèrent capables de les satisfaire avant même que nous les exprimions ? Preuve que le pouvoir n'est plus entre les mains des politiques, Ruth Porat, vice-présidente de la puissante banque d'investissement Morgan Stanley, a décliné en 2013 la proposition du poste de secrétaire adjointe au Trésor, lui préférant celui de directrice financière de Google... Tout comme Barack Obama n'était pas parvenu à faire d'Eric Schmidt<sup>13</sup> un secrétaire d'État au Commerce. Le pari de la Silicon Valley<sup>14</sup> est celui de la gouvernance par les données. S'affranchir du débat politique dans un souci de performance, et remplacer les lois par des règles algorithmiques.

Intervenant dans une conférence interne à Google, Jennifer Pahlka, vice-présidente de la technologie pour l'Administration américaine, explique avec enthousiasme qu'un gouvernement devrait fonctionner comme Internet. Le philosophe chercheur américain Evgeny Morozov, spécialiste de l'influence des technologies sur la société et auteur d'un livre cruellement intitulé *Pour tout résoudre, cliquez ici. L'aberration du solutionnisme technologique* (FYP éditions, 2014), dénonce, lui, la prise de pouvoir des données et la mort de la politique : « En plus de rendre nos vies plus efficaces, ce monde intelligent nous met devant un choix politique intéressant. Si tant d'éléments de notre comportement quotidien sont déjà capturés, analysés, pourquoi s'en tenir à des approches non empiriques de la réglementation ? Pourquoi s'appuyer sur les lois quand on a des capteurs et des boucles de rétroaction<sup>15</sup> ? » Et d'enfoncer le clou : « La technologie n'est-elle pas là pour nous aider ? Ce nouveau type de gouvernance a un nom : la réglementation algorithmique. Dans la mesure où la Silicon Valley a un programme politique, c'est bien celui-ci. » Au lieu de gouverner les causes, ce qui nécessite de l'imagination et du courage pour affronter la complexité, on contrôle les effets.

Les big data destituent les politiques. Un coup d'État invisible qui vise à vider la démocratie de sa substance, à ne laisser que la coquille en apparence intacte. Ne restent que le décorum des institutions et le rendez-vous sacralisé des élections. La citoyenneté n'est plus qu'un mot fossile, vestige de l'héritage grec. À Athènes, le citoyen était le centre de gravité. Exercer sa citoyenneté était une activité quotidienne qui rythmait la vie. Comme le déplore le philosophe italien Giorgio Agamben, auteur de *L'Homme sans contenu*, « la citoyenneté se limite désormais à un statut juridique et à l'exercice d'un droit de vote ressemblant de plus en plus à un sondage d'opinion » (*Le Monde Diplomatique*, janvier 2014). D'autant que la dépolitisation massive que l'on observe en Occident fait les affaires des big data qui rêvent de neutraliser le citoyen pour ne garder que le consommateur producteur de données.

Quand Barack Obama s'enflamme : « Nous possédons l'Internet », il exprime cette nouvelle réalité : la puissance de son pays repose sur les géants du numérique.

---

<sup>13</sup> PDG de Google de 2001 à 2011.

<sup>14</sup> Lieu, au sud de la baie de San Francisco en Californie, qui accueille de nombreuses start-up et entreprises internationales technologiques.

<sup>15</sup> Phénomène au cours duquel la conséquence d'un effet aura un impact sur ce même effet.

Internet a offert aux États-Unis une fantastique opportunité non seulement pour conserver mais aussi pour renforcer leur leadership planétaire. La frénésie de connectique<sup>16</sup> qui frappe l'être humain pour communiquer toujours plus vite et toujours plus loin a permis de tendre un immense filet dans lequel tombe à présent toute information émise sur la planète. [...]

---

Marc DUGAIN, Christophe LABBÉ, *L'homme nu. La dictature invisible du numérique*, Paris : Plon - Place des éditeurs, 2016, p. 90-93.

---

<sup>16</sup> Ensemble des techniques employées dans le cadre de la transmission de données.

# INTERNET RENFORCE LE POUVOIR DE LA SOCIÉTÉ CIVILE

Propos d'Amanda Clarke recueillis par Anne-Sophie NOVEL<sup>17</sup>

**« L'institution politique, si elle souhaite répondre aux attentes de la population, ne peut pas ignorer les canaux numériques », estime l'universitaire Amanda Clarke, spécialiste des liens entre Internet et démocratie.**

Amanda Clarke est chercheuse à l'Oxford Internet Institute de l'Université d'Oxford. Elle a rédigé pour le Conseil de l'Europe un rapport sur les liens entre Internet et démocratie, qui sera présenté à l'occasion du Forum<sup>18</sup>.

**L'usage d'Internet s'est largement démocratisé dans le monde en vingt ans. En quoi bouscule-t-il l'exercice de la démocratie ?**

**Amanda Clarke :** En facilitant la collecte et la diffusion d'informations, Internet présente à la fois des avantages et des inconvénients pour la démocratie. Avec cet outil, il devient plus aisé d'obtenir des renseignements. Il ouvre de multiples possibilités pour dialoguer avec les institutions et les élus, que ce soit en s'abonnant au fil Twitter d'un homme politique, en signant une pétition en ligne ou en recrutant des partisans pour un meeting.

Mais Internet peut aussi renforcer les divisions politiques et accroître certaines dérives sectaires, abriter des campagnes de haine virales, véhiculer de la désinformation – voire parfois de la propagande. Comme plate-forme d'échange d'informations à bas coût, le Net ne comporte rien d'intrinsèquement vertueux : cet « outil de démocratie » est, pour une large part, ce que nous en faisons.

**Internet représente-t-il un bon remède au désengagement citoyen dans le débat politique et au manque de participation à la vie démocratique ?**

De nombreuses études prouvent qu'Internet n'a pas été une panacée pour contrer le déclin de la participation démocratique traditionnelle : même si les discours laissent penser le contraire, l'apparition d'Internet n'a pas résolu la crise politique que connaissent les démocraties. L'accès au Net n'est pas une solution miracle aux problèmes complexes, interdépendants et profondément enracinés qui poussent les individus à ne plus exercer leurs droits citoyens. Mais cela ne veut pas dire qu'Internet n'est pas en mesure d'étendre le champ d'engagement de certaines personnes, tant il offre aux citoyens de nouvelles possibilités de contribuer aux institutions gouvernementales.

<sup>17</sup> Journaliste française.

<sup>18</sup> Forum mondial de la démocratie organisé par le Conseil de l'Europe, 27-29 novembre 2013.

## **Avez-vous des exemples sur la façon dont Internet promeut d'autres formes de participation ?**

Internet démultiplie les effets de réseau, ainsi que la production, la collecte et l'analyse d'ensembles de données à grande échelle sur nos activités en ligne (« big data »). Il réduit les coûts liés à l'identification d'un grand nombre d'acteurs ayant des intérêts communs. Ainsi, il renforce le pouvoir de la société civile : des personnes ayant les mêmes préoccupations peuvent aisément créer des communautés et des lieux qui suscitent un engagement politique dans des espaces non politiques.

L'ouverture à l'accès aux données (*open data*<sup>19</sup>) met aussi à disposition de tous une information qui, auparavant, ne franchissait pas l'enceinte des services publics. Il n'a jamais été aussi facile d'évaluer les activités gouvernementales et de produire une recherche informée, utile à la réflexion des décideurs. Certains l'utilisent même pour développer des applications mobiles qui servent un objectif social – comme par exemple les applications liées aux transports en commun –, qui donnent la possibilité aux citoyens de contribuer directement à l'amélioration de leur cadre de vie.

## **Comment la démocratie peut-elle tirer parti des nouvelles formes d'engagement nées avec Internet ?**

Les gouvernements, les corps législatifs et les partis politiques doivent être plus créatifs dans leur manière d'associer Web et engagement civique. Bien souvent, ces institutions ne font que répliquer sur le Web ce qu'elles pratiquent depuis toujours (comme les consultations publiques). Il faut repenser les anciennes traditions et en créer de nouvelles. Ainsi, l'externalisation ouverte (ou *crowdsourcing*<sup>20</sup>) peut muscler la participation démocratique et améliorer l'efficacité des institutions politiques. Investir plus sérieusement dans le suivi des médias sociaux est aussi une option pour comprendre les attentes et mieux répondre aux besoins.

Certes, étant donné les révélations récentes sur les programmes de surveillance de certains États<sup>21</sup>, les citoyens peuvent raisonnablement se montrer méfiants à l'égard d'une telle approche... Il n'empêche que, si l'institution politique souhaite répondre aux attentes de la population, elle ne peut sûrement pas ignorer les canaux numériques : de plus en plus, c'est vers eux que nous nous tournons quand nous avons une opinion politique à partager.

---

Anne-Sophie NOVEL, « Internet renforce le pouvoir de la société civile », *Le Monde*, 25 novembre 2013, <[https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2013/11/25/internet-renforce-le-pouvoir-de-la-societe-civile\\_3519919\\_3236.html](https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2013/11/25/internet-renforce-le-pouvoir-de-la-societe-civile_3519919_3236.html)>, consulté le 5 décembre 2019.

---

<sup>19</sup> Mise à disposition de données numériques, d'origine publique ou privée, libres d'accès et réutilisables par tous.

<sup>20</sup> Pratique qui consiste à faire participer le grand public, les consommateurs à la création d'un produit ou à la réalisation d'un service.

<sup>21</sup> En référence aux systèmes de surveillance (par exemple, celui de la NSA, organisme gouvernemental du Département de la Défense des États-Unis) qui enregistraient, à leur insu, les données personnelles des citoyens.



# PARTIE 1 : COMPRÉHENSION À LA LECTURE

## DOCUMENTS 1, 2 ET 3

□ /12

Selon les documents 1, 2 et 3, Internet et les médias sociaux constituent des outils et des menaces pour la citoyenneté.

Complétez le tableau ci-dessous **en reformulant** les éléments de réponse (une idée par case blanche).

### Remarque

Les documents peuvent présenter plus d'éléments de réponse que le nombre attendu dans le tableau.

DOCUMENT 1	
Éléments qui pourraient renforcer la citoyenneté	Éléments qui pourraient déforcer la citoyenneté

**DOCUMENT 2**

<b>Éléments qui pourraient renforcer la citoyenneté</b>	<b>Éléments qui pourraient déforcer la citoyenneté</b>
	

**DOCUMENT 3**

<b>Éléments qui pourraient renforcer la citoyenneté</b>	<b>Éléments qui pourraient déforcer la citoyenneté</b>



# PARTIE 2 : RÉDACTION D'UNE LETTRE OUVERTE

## RÉACTION À UNE OPINION

/88

Rédigez une lettre ouverte adressée à Marc Dugain et Christophe Labbé en réaction à leur opinion selon laquelle, **à l'ère des réseaux sociaux et du numérique, « la citoyenneté n'est plus qu'un mot fossile »** (document 2, page 8).

Défendez votre position à l'aide de trois arguments personnels. Ceux-ci pourront être nourris de vos connaissances, de vos expériences ainsi que des documents. Cependant, aucun « copier-coller » ne sera toléré.

À titre indicatif, votre texte devrait comporter au minimum 400 mots.

Vous en indiquerez le nombre à la page 18.

### Remarques

- **Prenez connaissance de la grille d'évaluation (pages 22 et 23) avant d'entreprendre la rédaction de votre texte.**
- Une lettre ouverte s'adresse à l'auteur (ici : aux auteurs) des propos auxquels on réagit. Elle est destinée à être publiée dans un média. Ses lecteurs n'ont pas nécessairement connaissance du document contenant l'opinion qui suscite la réaction.
- Une lettre ouverte est un texte argumenté. Elle défend une thèse et comporte une introduction, un développement et une conclusion.
- Vous pouvez consulter dictionnaires et grammaires et utiliser des feuilles de brouillon.









# GRILLE D'ÉVALUATION

Partie 1 - Compréhension à la lecture	
Question	/ 12
<b>Total partie 1</b>	<b>/ 12</b>

Partie 2 - Rédaction d'une lettre ouverte	
<b>Attention</b>	
<p>En conformité avec les objectifs généraux de l'enseignement secondaire*, un texte qui ne respecte pas les <b>valeurs démocratiques</b> se voit attribuer la note de 0 pour le critère « Respect de l'intention et du genre » (-55 points).</p>	
<p>Un texte essentiellement composé de « <b>copier-coller</b> » se voit attribuer 0 pour l'indicateur <b>1.4</b> (-30 points) et pour le critère « Respect des normes linguistiques » (-20 points).</p>	
<p>Un texte qui ne respecte pas les <b>règles de courtoisie</b> se voit attribuer 0 pour les indicateurs <b>1.6</b> (-6 points) et <b>3.3</b> (-4 points).</p>	

\* Décret du 24 juillet 1997 définissant les missions prioritaires de l'enseignement fondamental et de l'enseignement secondaire et organisant les structures propres à les atteindre, article 6, 3°.

Critères	Indicateurs**	Niveaux de maîtrise	Pondération
<b>Respect de l'intention et du genre</b> / 55	1.1. Présentation de la thématique du portefeuille de documents	Pertinente et suffisante	3
		Pertinente mais insuffisante	1
		Non pertinente ou absente	0
	1.2. Mention de l'opinion à laquelle on réagit et de ses références	Fidèle et complète	3
		Non fidèle ou incomplète	0
	1.3. Présence d'une thèse pertinente à l'opinion à laquelle on réagit	Présente	4
		Absente	0
	1.4. Développement personnel de chaque argument pertinent	Argument 1 : - très bien développé - suffisamment développé - faiblement développé - non développé ou copié/collé	10 7 3 0
Argument 2 : - très bien développé - suffisamment développé - faiblement développé - non développé ou copié/collé		10 7 3 0	
Argument 3 : - très bien développé - suffisamment développé - faiblement développé - non développé ou copié/collé		10 7 3 0	
1.5. Conclusion	Pertinente et suffisante	5	
	Pertinente et insuffisante Non pertinente ou absente	2 0	
1.6. Énonciation adaptée à la situation de communication	Adaptée	6	
	Partiellement adaptée	4	
	Peu adaptée	2	
	Non adaptée	0	
1.7. Cohérence de l'argumentation	Aucune incohérence	4	
	Une ou plusieurs incohérence(s)	0	
<b>Cohésion textuelle</b> / 13	2.1. Progression argumentative	Logique	4
		Non logique	0
	2.2. Organismes textuels (segmentation en paragraphes, système anaphorique, connexions)	Aucune ou une seule erreur	9
		Deux ou trois erreurs	6
Quatre ou cinq erreurs Plus de cinq erreurs		3 0	
<b>Respect des normes linguistiques</b> / 20	3.1. Orthographe	99% de formes correctes	8 - 7
		98% de formes correctes	6 - 5
		97% de formes correctes	4 - 3
		96% de formes correctes	2 - 1
		Moins de 96% de formes correctes	0
	3.2. Syntaxe et ponctuation		8 - 7 - 6 - 5 4 - 3 - 2 - 1 - 0
3.3. Lexique	Aucune erreur	4	
	Une erreur	3	
	Deux erreurs	2	
	Trois erreurs	1	
	Plus de trois erreurs	0	
<b>Total partie 2</b>			<b>/ 88</b>
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>			<b>/ 100</b>

\*\* Les indicateurs en gris permettent également d'évaluer la compréhension à la lecture.

**Fédération Wallonie-Bruxelles / Ministère  
Administration générale de l'Enseignement**

Avenue du Port, 16 – 1080 BRUXELLES

[www.fw-b.be](http://www.fw-b.be) – 0800 20 000

Impression : Snel Grafics - [info@snel.be](mailto:info@snel.be)

Graphisme : Olivier VANDEVILLE - [olivier.vandeville@cfwb.be](mailto:olivier.vandeville@cfwb.be)

Juin 2020

Le Médiateur de la Wallonie et de la Fédération Wallonie-Bruxelles

Rue Lucien Namèche, 54 – 5000 NAMUR

0800 19 199

[courrier@mediateurcf.be](mailto:courrier@mediateurcf.be)

Éditeur responsable : Quentin DAVID, Directeur général

La « Fédération Wallonie-Bruxelles » est l'appellation désignant usuellement la « Communauté française » visée à l'article 2 de la Constitution