

CERTIFICAT D'APTITUDE PROFESSIONNELLE AGRICOLE
C1 EXPRESSION FRANÇAISE ET COMMUNICATION

Toutes options

Durée : 2 heures

Matériel(s) et document(s) autorisé(s) : **Dictionnaire de langue française**

Le sujet comporte 3 pages

SUJET

PREMIERE QUESTION (2 points)

Document 1 :

- a) Indiquez les trois fonctions du vêtement présentées dans ce document. (0,5 point x 3)
- b) Expliquez l'expression « code vestimentaire ». (0,5 point)

DEUXIEME QUESTION (4 points)

Documents 1, 2 et 3 :

- a) Quel est le thème commun aux trois documents ? (1 point)

Document 2 :

- b) Citez trois vêtements de cérémonie. (0,5 point x 3)
- c) Donnez trois raisons pour lesquelles les personnes âgées peuvent être déroutées par la façon de s'habiller des jeunes. (0,5 point x 3)

TROISIEME QUESTION (4 points)

Document 3 :

- a) Décrivez l'illustration avec précision en quatre à cinq lignes. (2 points)
- b) Quel message veut faire passer Virgin à travers cette affiche publicitaire ? (2 points)

QUATRIEME QUESTION (8 points)

Pensez-vous qu'il faut obligatoirement s'habiller avec des vêtements de marque pour se faire reconnaître dans un groupe ? Considérez-vous au contraire qu'il y a d'autres moyens de reconnaissance ?

Vous répondrez en développant plusieurs arguments que vous illustrerez d'exemples précis. Votre devoir sera structuré (introduction, développement, conclusion) et comportera une quinzaine de lignes.

PRESENTATION – ORTHOGRAPHE (2 points)

DOCUMENT 1

Le vêtement : outil de communication non verbale ?

La fonction primitive du vêtement est de défendre le corps des intempéries et des agressions extérieures. Pourtant, au lieu de nous protéger du froid, les vêtements affaiblissent notre résistance. Cette fonction de protection ne permet pas à elle seule d'expliquer le pourquoi de l'habillement.

Selon Marc-Alain Descamps dans « Psychosociologie de la mode », le vêtement remplit trois autres fonctions : la pudeur, la parure et le langage.

Par pudeur, les hommes sont enclins à cacher leurs organes de reproduction pour ne pas exciter les convoitises. La proximité des organes d'élimination accentue le sentiment de honte. Notre corps est-il coupé en deux : les parties nobles ou montrables et les parties honteuses que l'on se doit de cacher ?

La fonction de parure du vêtement : son origine se trouve dans le trophée de chasse que le chasseur garde sur son dos pour perpétuer le souvenir de sa victoire. A ce premier rôle d'intimidation se superpose celui de magnification du corps : mettre des talons pour se grandir, des corsets pour affiner la taille, etc.

La fonction importante du langage : le vêtement a une fonction de communication qui se doit d'être perçu comme un véritable outil de communication non verbale. Le vêtement permet d'informer les autres sur ce que nous aimons et sur ce que nous sommes. On parle de code vestimentaire. [...]

Maud Philipart, psychologue clinicienne pour le magazine
Doc'Domicile, n°26, Mars-Juin 2012

DOCUMENT 2

S'habiller : comment et pourquoi ?

Aujourd'hui, rien de plus facile que d'aller sur les marchés, en grande surface ou dans les commerces pour trouver à s'habiller, pour varier ses tenues suivant la saison, les couleurs à la mode, pour avoir « *son style* ». Pourtant, qui sait encore faire des ourlets à ses bas de pantalons, arrondir une jupe, retourner un col ? Ces femmes (si âgées qu'on les appelle « *mamie* ») ont toutes été jeunes, elles ont toutes aimé plaire... [...]

[C'est pourquoi] les personnes âgées peuvent être déroutées aujourd'hui face à la jeunesse qui montre presque son intimité, ses dessous, qui change de « fringues » pour un oui ou un non, qui ne se protège pas avec un tablier... et pour qui le vêtement est parfois une provocation.

Parlez des broderies, de la dentelle, de la passementerie qu'on appliquait sur les vêtements de fête, des smocks, des ruchés, du plissé qu'on devait donner à faire faire... La robe de mariée, parfois la robe de bal, le costume ou le smoking, la robe de baptême ou de première communion...

Marie-France Benois, journaliste pour le magazine
Doc'Domicile, n°26, Mars-Juin 2012

DOCUMENT 3



Publicité pour la radio Virgin