

PREPA Toutes options

Langue vivante 2 ALLEMAND

500542

JOUFFRAY

MANON

10/05/2002

Note de délibération : 20 / 20

Numéro d'inscription 5 0 0 5 4 2

Né(e) le 10 / 05 / 2002

Signature



Nom JOUFFRAY

Prénom(s) MANON EMILIE

20 / 20



Épreuve : Allemand LV2

Sujet 1 ou 2
(Veuillez cocher le N° de sujet choisi)

Les feuilles dont l'entête d'identification n'est pas entièrement renseigné ne seront pas prises en compte pour la correction.

Feuille 01 / 02

Numéro de table

3 8

Commencez à composer dès la première page.

Version

Le temps du "vous" touche-t-il à sa fin ?

Les responsables marketing du fabricant de meubles Ikea étaient en 2003 les premiers en Allemagne, puis des entreprises telles qu'Adidas, Apple ou Aldi suivirent leur exemple : ils commencèrent à tutoyer leurs clients. Ikea veut ainsi "diffuser une part de suède dans le monde", comme l'explique une représentante - là-bas on tutoie officiellement depuis déjà une cinquantaine d'années.

En Allemagne toutefois, cela fut une évolution inhabituelle. "La tradition est au règne de la culture du vouvoiement dans la langue allemande," explique la conseillère en communication Kerstin Hoffmann. "Entre adultes, cela peut durer un certain temps avant qu'on s'autorise à se tutoyer - en particulier dans le monde professionnel."

Néanmoins, pour les entreprises ayant une clientèle assez jeune, le "tu" est "une part conséquente de l'identité de l'entreprise, ce dont elles sont bien conscientes", précise Hoffmann.

Le "vous" se fait de moins en moins sentir nécessaire, alors que le "tu" gagne du terrain. Cette évolution est très récente, à quelques exceptions près : en Bavière, par exemple, les étrangers sont tutoyés, selon la tradition. À Hambourg, on utilise certes le vouvoiement, mais on utilise ensuite le prénom de la personne. La spécialiste des langues Stefanie Stricker émet la théorie que nous vivons aujourd'hui un tournant majeur, en ce qui concerne les langues, dont les conséquences se feront voir en l'espace d'une génération.

Le "vous" va-t-il par conséquent disparaître ? Absolument pas, dit Stefanie Stricker : "Dans le contexte officiel, la nouvelle génération s'exprime aussi." Parfois, même les personnes baignant dans le progrès exigent une façon de parler plus ancienne - par exemple quand l'agence immobilière leur envoie leur future augmentation de loyer par la poste.

Et même chez Ikea, cela est encore exigé — dans le service clients.

Thème

1. Wann möchtest du dieses bekannte Museum besichtigen: morgen oder nur am Sonntag?
2. Heute stellt man fest, dass viele Leute die Politiker weniger und weniger vertrauen.
3. Unsere Freunde, die vier Tage in Österreich verbracht haben, interessieren sich für die Geschichte dieses Lands.
4. Nach ihrem Praktikum haben sie Lust gehabt, in einem großen Unternehmen von Stuttgart zu arbeiten.
5. Wenn sie mehr Zeit gehabt hätte, wäre sie am Meer die ganze Wochenende geblieben.
6. Mein Ehemann und ich haben eine deutsche Familie im Flugzeug nach München kennen gelernt.
im Juli
7. Erinnerst du dich an diesen Kindern, die letztes Jahr für viele Wochen in die Schule nicht

gegangen sind?

8. Trotz des Lockdowns und der Schwierigkeiten haben die weisen Studenten die Prüfung bestanden.

9. Dieses sehr schöne Haus ist von amerikanischen Touristen geliebt worden,
die er gut kennt,

10. Da ich jetzt im Mittelstadt wohne,
brauche ich kein Auto mehr.

Numéro d'inscription

S O O S U Z



Né(e) le

10 / 05 / 2002

Signature

Nom

J O U F F R A Y

Prénom (s)

M A N O N E M I L I E

20 / 20

Épreuve : Allemand LV2

Sujet 1 ou 2

(Veuillez cocher le N° de sujet choisi)

Les feuilles dont l'entête d'identification n'est pas entièrement renseigné ne seront pas prises en compte pour la correction.

Feuille

02 / 02

Numéro de table

38

Commencer à composer dès la première page.

Essai - Sollten Medien Ihrer Meinung nach mehr Optimismus verbreiten?

Heutzutage wird die Gesellschaft von Medien mehr und mehr beeinflusst. Medien haben die Macht zu beschließen, ob eine Information optimistisch oder pessimistisch sein wird. Deswegen gehen sie den Risiko ein, falsche Informationen zu verbreiten. Aber wäre es wirklich besser, wenn sie mehr Optimismus verbreiten würden?

Einerseits ist es notwendig, mehr Optimismus in die Medien einzuführen. Tatsächlich sind die Medien immer dramatisch und negativ, als wäre jeden Tag immer mehr katastrophal. Überdies habe ich den Eindruck, dass sie nur die schlechtesten Veränderungen unterstreichen, selbst wenn es immer positive Informationen gibt. Zum Beispiel haben die Medien seit 2020 die

NE RIEN ÉCRIRE

DANS CE CADRE

20 / 20

Corona-Krise als die schlimmste Pandemie vorgestellt. Zwar war sie eine wahre Pandemie, aber sie war unbedingt nicht die schlimmste, was den Zahl^{der} gestorbenen Leute angeht. Deshalb sollen Medien nicht unbedingt positiv, sondern weniger negativ sein.

Andererseits ist es auch wichtig, sich der Wirklichkeit bewusst zu sein, und die richtigen Informationen zu lernen, selbst wenn sie kein Optimismus enthalten. Medien sollen die Wahrheit sagen, auch wenn sie schwer anzunehmen ist. Zum Beispiel wäre es sinnlos, den Krieg in Ukraine mit Optimismus vorzustellen. Bezüglich des Klimawandel sollen die Medien viel mehr pessimistisch sein, weil es eine dringende Problematik ist. Da sie einflussreich sind, können die Medien die Welt dazu zwingen, mehr Maßnahmen zu ergreifen.

Wie dem auch sei, ich bin überzeugt, dass die Medien neutral sein sollen, um die richtigen Informationen zu verbreiten. Es ist nämlich wichtig, nicht zu optimistisch und nicht zu pessimistisch

zu sein, um Leute am besten zu informieren.

248 Wörter

(Veuillez m'excuser pour l'écriture du thème
et de la version, mais j'ai dû changer de
main pour soulager ma tendinite)

