

INTERROGATION ORALE DE CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION

**Le candidat traitera l'un des deux sujets proposés au choix.**

SUJET 1

**Thème - À toute vitesse !**

**Document 1 : Pascal Quignard, *La Haine de la musique* (1996).**

Depuis ce que les historiens appellent la « Seconde Guerre mondiale », depuis les camps d'extermination du III<sup>e</sup> Reich<sup>1</sup>, nous sommes entrés dans un temps où les séquences mélodiques<sup>2</sup> exaspèrent. Sur la totalité de l'espace de la terre, et pour la première fois depuis que furent inventés les premiers instruments, l'usage de la musique est devenu à la fois prégnant<sup>3</sup> et répugnant. Amplifiée d'une façon soudain infinie par l'invention de l'électricité et la multiplication de sa technologie, elle est devenue incessante, agressant de nuit comme de jour, dans les rues marchandes des centres villes, dans les galeries, dans les passages<sup>4</sup>, dans les grands magasins, dans les librairies, dans les édicules<sup>5</sup> des langues étrangères où l'on retire de l'argent, même dans les piscines, même sur le bord des plages, dans les appartements privés, dans les restaurants, dans les taxis, dans le métro, dans les aéroports.

\*

Même dans les avions au moment du décollage et de l'atterrissage.

\*

Même dans les camps de la mort.

[...]

\*

Quand la musique était rare, sa convocation était bouleversante comme sa séduction vertigineuse. Quand la convocation est incessante, la musique devient repoussante et c'est le silence qui vient héler et devient solennel.

\*

Le silence est devenu le vertige moderne. De la même façon qu'il constitue un luxe exceptionnel dans les mégapoles.

<sup>1</sup> État allemand nazi dirigé par Adolf Hitler de 1933 à 1945. <sup>2</sup> Moments déterminés où de la musique est diffusée.

<sup>3</sup> Omniprésent

<sup>4</sup> Galeries marchandes couvertes.

<sup>5</sup> Petits édifices.

Document 2 : Affiche diffusée dans la commune de Schaarbeek (Belgique)

# CHEZ MOI, JE FAIS CE QU'IL ME PLAÎT!

The cartoon depicts a woman in a yellow dress vacuuming the back of a blue car parked on a residential street. The vacuum hose is sucking up dirt and flowers from the ground. A man in a striped shirt stands in the doorway of a house with the number 14, looking on. In the windows, a woman covers her ears in distress, a man looks annoyed, and a cat sits on a ledge. Musical notes are scattered in the air, suggesting loud noise. A 'no parking' sign is visible on the left. A green speech bubble at the bottom right of the illustration contains the text 'GRATUIT CONFIDENTIEL'.

**ET SI ON EN PARLAIT?**

Médiation de Proximité  
Service communal  
[www.1030.be/mediationdeproximite](http://www.1030.be/mediationdeproximite)

**02/240 63 01**

SCHAARBEEK  
**1030**  
SCHAARBEEK

SUJET 2

Thème – Dans ma maison

**Vous présenterez et confronterez les documents suivants afin de répondre à cette question : en quoi ces documents éclairent-ils votre réflexion sur le thème « Dans ma maison » ?**

**Document 1 :** Fabrice Mazoir, « **Le bureau comme à la maison, le confort avant tout** », publié le 7 mars 2017 sur le site [www.helloworkplace.fr](http://www.helloworkplace.fr), <https://www.helloworkplace.fr/bureau-comme-a-la-maison/>

**Le bureau comme à la maison, le confort avant tout**

Moquette grise, murs gris, mobilier gris, ordinateurs... gris. Le décor des bureaux dans les entreprises s'est longtemps résumé à un camaïeu déprimant et à du mobilier de type soviétique dans des matériaux métalliques, bruyants et moches. Mais tout ça, c'est fini, désormais on bosse en jean et en baskets dans des canapés aux couleurs chatoyantes. C'est la grande tendance du bureau « comme à la maison ».

**Des locaux comme les catalogues de déco**

On oublie les bureaux exigus comme dans le film *Brazil*, l'entreprise se réinvente en proposant des espaces de travail qui ressemblent de plus en plus aux pages des meilleurs magazines de déco. D'abord parce que les salariés sont demandeurs, en particulier la « génération vautrée » qui est capable de travailler aussi bien sur un canapé que sur un siège de bureau. Ensuite parce que c'est moins cher et que c'est cool de travailler dans une ambiance « lounge ».

La tendance n'est pas seulement une mode du design du bureau. Pour des raisons de coûts les entreprises piochent de plus en plus souvent leur mobilier chez les grandes enseignes bien connues des particuliers, dont les tarifs sont nettement plus raisonnables que les spécialistes des meubles d'entreprises. Pour un confort quasi équivalent, voire supérieur. Après avoir abusé du style loft industriel, la tendance est maintenant au confort de style cocooning, il ne manque plus qu'une cheminée pour compléter l'ambiance. Au-delà du style ce sont aussi les matériaux qui évoluent : en entreprise, on n'a plus peur du cuir ou du bois, comme dans la décoration chez les particuliers les matières naturelles ont la cote. Le côté authentique rassure et inscrit l'entreprise dans une pérennité alors que l'économie s'accélère.

Pour les salariés, le style maison au bureau qui fait ressembler les open space à d'immenses lofts, c'est un peu le rêve des grands espaces sans la contrainte d'avoir à faire le ménage soi-même. Et au vu du niveau de confort proposé, c'est certainement une source de bien-être. On est forcément plus détendu quand on peut faire une pause dans un canapé ou organiser une réunion dans ce qui ressemble à votre cuisine, en mieux. L'ambiance maison au bureau fait également écho au bureau que vous installez chez vous. On travaille depuis le domicile et au travail on est comme chez soi, presque en pantoufles. Le bureau fait maison, la maison et son incontournable coin bureau, on nage en plein blurring (flou).

Document 2 : Photographie d'illustration pour l'article « Bien aménager un coin bureau à la maison » par Carine Keyvan le 8 novembre 2020 sur le site [www.madame.lefigaro.fr](http://www.madame.lefigaro.fr).

