

DAEU-A : TEST DE FRANÇAIS

2022-2023

Lisez attentivement le texte imprimé au verso, puis répondez aux questions sur la copie en indiquant **CLAIREMENT** le numéro des questions.

NE RENDEZ PAS LE SUJET AVEC VOTRE COPIE.

I. Questions (10 points)

- 1) Expliquez le vocabulaire suivant tel qu'il est utilisé dans le texte : « un dissident » (ligne 4), un « gogo culturel » (ligne 5). **2 points**
- 2) Que signifient, dans le texte, les expressions : « marchandiser la musique » (ligne 3), et une idéologie « émancipatrice en apparence » (lignes 16-17). **2 points**
- 3) Quel paradoxe souligne l'auteur concernant les fonctions du rock ? **1,5 point**
- 4) Quelle conception un peu différente du rock est exprimée par Claude Chastagner ? **1,5 point**
- 5) Recopiez les phrases suivantes en les mettant au passé simple : **2 points**
Le rock a donc ses défenseurs, mais toutes les périodes ne se valent pas. Les critiques manquent rarement de célébrer l'authenticité rebelle des années 1960. Par contre, tout ce qui vient du punk tombe sous le coup d'un regard postmoderne désabusé : le rock n'est plus qu'une grande machine...
- 6) Qui est désigné par le pronom « on » repris trois fois ligne 19 ? **1 point**

II. Argumentation personnelle (10 points)

Pensez-vous que le rock, ou tout autre mouvement musical contestataire, n'est plus aujourd'hui qu'une marchandise exploitée commercialement ?
Développez votre réflexion de façon structurée et à l'aide d'arguments en une quinzaine de lignes.

Texte

À la recherche d'une identité rock, le sociologue Stuart Hall a décrit la scène rock comme un champ de bataille : d'un côté, une créativité populaire animée par l'esprit de révolte, de l'autre, une machine industrielle habile à récupérer et marchandiser la musique à mesure qu'elle starifie les heureux rockers. Selon le regard porté, on verra donc dans l'amateur de rock un dissident, ou bien
5 une sorte de « gogo culturel » consommateur de produits sans cesse renouvelés par le passage des modes et l'influence des médias de masse.

Le rock a donc ses défenseurs, mais toutes les périodes ne se valent pas. Les critiques manquent rarement de célébrer l'authenticité rebelle des années 1960 : « Ils attribuent au consommateur, dont ils célèbrent les capacités de résistance, le pouvoir de transformer chaque geste d'achat, chaque
10 pratique de loisir, chaque moment de plaisir, en un acte d'opposition. » Par contre, tout ce qui vient après le punk tombe sous le coup d'un regard postmoderne et désabusé : le rock n'est plus qu'une grande machine à récupérer même les provocations les plus radicales et à les transformer en marchandises.

Claude Chastagner, universitaire et musicologue, voit les choses un peu autrement. Selon lui, la messe était dite très tôt ; quand Jim Morrison et les Doors affirmaient « we want the world and we want it now » (1967), leur slogan posait les bases d'une idéologie ambiguë : émancipatrice en apparence, mais aussi individualiste et avide de jouir de tous les plaisirs du luxe moderne. Elle ne pouvait que déboucher sur une sorte de cynisme, partagé avec le pop'art, où l'on se moque de ce que l'on estime le plus, et où l'on capitule devant l'attrait de la renommée et de l'argent. Ce qui ne
20 veut pas dire que le rock n'est pas capable de création artistique et de résistance, mais cette dernière est toujours individuelle et son emblème est Frank Zappa (compositeur, musicien, producteur et satiriste américain (1940-1993)). Prise dans son ensemble, la « culture rock » ne proposerait qu'une révolution impossible.

Nicolas Journet, extrait de l'article « Qu'est-ce que le rock ? » tiré de la revue *Sciences Humaines* n°26, publiée en 2012