

Exercez-vous !

Réussir

LE RÉSUMÉ

ET

LE COMPTE RENDU

**LA MÉTHODE ET LA TECHNIQUE DU RÉSUMÉ ET DU COMPTE RENDU
&
TEXTES
AVEC
CORRIGÉS**

T

TEGOS

Nouvelle Édition

SOMMAIRE

PREMIÈRE PARTIE : *Le Résumé* P. 7

Consignes pour réussir un résumé p. 8

Texte N° 1: "Méfaits du Tourisme" (paradigme simplifié)	p. 9
Texte N° 2: "Qu'est-ce que la culture ?"	p. 14
Texte N° 3: "La culture et le savoir"	p. 16
Texte N° 4: "L'ère de la communication mondiale"	p. 19
Texte N° 5: "Des livres et des bibliothèques"	p. 22
Texte N° 6: "Le mariage de la poésie et de la chanson"	p. 25
Texte N° 7: "Le symbole d'une égalisation fictive"	p. 28
Texte N° 8: "Le cinéma témoin d'un monde"	p. 31
Texte N° 9: "Les trois fonctions du loisir"	p. 34
Texte N° 10: "L'enseignement des langues"	p. 37
Texte N° 11: "Toute civilisation a une fin"	p. 40
Texte N° 12: "Dans le tourbillon de la ville"	p. 44
Texte N° 13: "Regarde"	p. 47
Texte N° 14: "Valeur morale et sociale du théâtre"	p. 50
Texte N° 15: "L'écrivain doit être engagé"	p. 53
Texte N° 16: "Le destin de l'Europe"	p. 56
Texte N° 17: "Une première réussite"	p. 59
Texte N° 18: "Un nouveau monde du travail"	p. 62

DEUXIÈME PARTIE : *Le Compte rendu* p. 67

Consignes pour réussir un compte rendu p. 68

Texte N° 1: "Vieillissez, nous ferons le reste !" (paradigme simplifié)	p. 69
Texte N° 2: "Au coeur du chômage"	p. 74
Texte N° 3: "La solitude sociale"	p. 77
Texte N° 4: "Un monde en déséquilibre"	p. 80
Texte N° 5: "Le Touriste et le voyageur"	p. 83
Texte N° 6: "Le confort tue-t-il la passion ?"	p. 86
Texte N° 7: "L'art d'être heureux"	p. 89
Texte N° 8: "L'évolution de la famille"	p. 92
Texte N° 9: "La condition de la femme"	p. 95
Texte N° 10: "Il est très agréable de vieillir"	p. 98
Texte N° 11: "Le jeune homme"	p. 101
Texte N° 12: "Droite et courbe"	p. 104
Texte N° 13: "Le sport est un art"	p. 107
Texte N° 14: "Les incertitudes de la communication"	p. 110
Texte N° 15: "Plaidoyer en faveur de la langue française"	p. 113
Texte N° 16: "L'homme a besoin d'évasion"	p. 116
Texte N° 17: "Médias: Influencés par l'audience, le direct et l'émotion"	p. 119
Texte N° 18: "Que faire des jeunes délinquants "sauvages ?"	p. 122
Texte N° 19: "Le boom des cours particuliers"	p. 125

TROISIÈME PARTIE : *Le Résumé ou Compte rendu ?* p. 128

Résumé ou compte rendu p. 129

Texte N° 1: "Une civilisation qui se désagrège" p. 130

Texte N° 2: "Une civilisation industrielle" p. 133

Texte N° 3: "L'entreprise dans le monde de demain" p. 135

Texte N° 4: "La cité de H.L.M." p. 139

Texte N° 5: "Un centre (commercial) vous manque et tout est dépeuplé" p. 142

ANNEXES : *LES CORRIGÉS* p. 145

Résumés p. 146

Compte rendus p. 150

Résumé ou Compte rendus p. 156

I/. Première Partie :

Consignes pour réussir un résumé

Consignes pour réussir un résumé

1. Le premier objectif est de "réduire" un texte, c'est-à-dire, de réexprimer avec le moins de mots possibles les idées principales du texte.

DONC, il faut bien lire le texte pour le comprendre et dégager les idées principales.

2. Le deuxième objectif est de respecter l'esprit de l'auteur (style, forme des phrases, ordre de présentation des idées, bien faire attention aux mots de liaison entre les paragraphes : mais, en outre, par ailleurs, or, cependant, toutefois, pourtant, etc...)

DONC, il faut se mettre à la place de l'auteur, récrire le texte avec le moins de mots possibles (1/4 du texte), en suivant l'ordre des idées, en prenant en compte les mots de liaison, comme si on était l'auteur.

3. Le troisième objectif est de récrire les idées principales avec des mots ou des expressions similaires, synonymes, mots de la même famille.

DONC, il faut éviter de recopier les mêmes expressions ou mots du texte, et vous entraîner avec un dictionnaire de synonymes.

Le résumé est un exercice qui exige de la pratique et de l'entraînement.

Bon courage !

"Méfaits du Tourisme"

AUTEUR :

Thierry MAULNIER

Épreuve écrite :

Vous ferez le résumé de ce texte en 70 mots ($\pm 10\%$). Vous pouvez réutiliser "les mots clés" mais non des phrases ou des passages entiers du texte.

"Méfaits* du Tourisme"

On sait qu'un des effets du tourisme, là où il atteint* sa plus grande densité, est la destruction de la beauté, de la poésie, et de la solitude dans les régions sur lesquelles il se répand*.

Jusqu'à présent, il n'y a pas eu, en France du moins, contre cette dégradation catastrophique des sites et des paysages, de résistance organisée. La nuée* des vacanciers est, pour les provinces où elle s'abat*, un élément de prospérité*... Elle fait marcher le commerce, et les bénéficiaires locaux auraient mauvaise grâce* à se plaindre*.

Quant aux touristes eux-mêmes, ils ne semblent pas déçus outre mesure* de retrouver, autour des plages en vogue*, les feux rouges, les passages cloutés*, les voitures enchevêtrées* dans un brouillard de vapeur d'essence, tout ce qu'ils ont quitté la veille* ou le matin à Paris avec tant de soulagement apparent.

S'ils étaient déçus, s'obstineraient-ils* à s'agglomérer* par dizaines de mille sur les rivages les plus encombrés*? Ils disent qu'ils ont soif d'air, d'eau et de verdure, mais ils se rassemblent dans les lieux les plus embouteillés* et les plus dénaturés*, là où des restaurants en chaîne, des routes bétonnées à double voie ont balayé* les vieilles maisons villageoises, les chemins de campagne, le chant des coqs dans le silence de l'aube.

Ils ne semblent même pas s'apercevoir que leur présence et l'immense industrie qui s'est créée et se développe d'année en année pour leur commodité et leurs divertissements ont défiguré*... les séjours estivaux dont affiches et prospectus continuent de leur vanter* l'enchantement*.

Thierry MAULNIER

Opérations à effectuer dans l'ordre :

- I. Lire le texte (vocabulaire et expressions)
- II. Relever les idées essentielles
- III. Numérotter les idées dégagées
- IV. Découper avec précision le texte en autant de parties
- V. Résumer chaque idée le plus brièvement possible
- VI. Changer les mots de l'auteur du texte (reformuler)
- VII. Lier les paragraphes obtenus par des mots de coordination

Remarque importante :

Certaines de ces opérations peuvent être regroupées et exécutées en même temps (par exemple II, III, IV, et VI, VII).

Observation N°1 :

Résumer un texte, c'est toujours **conserver l'ordre des idées de l'auteur**

Observation N°2 :

Résumer un texte, c'est toujours **s'abstenir de donner une opinion personnelle**

Observation N°3 :

Le résumé de texte **demande une fidélité absolue à la pensée de l'auteur du texte**; mais, en revanche, les mots, les expressions doivent être modifiés par le "Résuméur". En effet, on ne peut pas résumer véritablement un texte en choisissant seulement dans le texte un mot sur trois !

I. Vocabulaire et expressions

- * **méfais** : action mauvaise et nuisible, faute, résultat pernicieux
- * **il atteint** : (atteindre), parvenir à, arriver à, toucher
- * **il se répand** : (se répandre), se propager, s'étendre, s'étaler, se dégager, couler
- * **la nuée** : très grand nombre, quantité, multitude formant un groupe compact
- * **s'abat** : (s'abattre sur), tomber sur (tout un coup), être jeté sur, affliger
- * **prospérité** : essor, développement, bonheur, progrès, réussite, succès, richesse
- * **auraient mauvaise grâce** : (avoir mauvaise grâce), être mal venu de, n'être pas bien placé pour
- * **se plaindre** : exprimer sa peine ou sa souffrance ou son mécontentement, crier, gémir, se lamenter
- * **outre mesure** : excessivement, au delà de la normale
- * **la vogue** : la mode, la popularité
- * **en vogue** : florissant, à la mode, très estimé (apprécié)
- * **les passages cloutés** : passages pour piétons
- * **enchevêtrées** : (enchevêtrer), embrouiller, emmêler, s'empêtrer
- * **la veille** : le jour d'avant
- * **s'obstineraient-ils** : (s'obstiner), s'entêter, s'opiniâtrer, insister, persister, persévérer
- * **s'agglomérer** : s'assembler, s'entasser
- * **encombrés** : (encombrer), entasser, embarrasser, gêner, obstruer
- * **embouteillés** : (embouteiller), encombrer, bloquer, obstruer
- * **dénaturés** : (dénaturer), changer (altérer) la nature, déformer, travestir, fausser
- * **ont balayé** : (balayer), faire disparaître, nettoyer, supprimer, détruire
- * **défiguré** : (défigurer), gâter, dénaturer, altérer, abîmer, changer
- * **vanter** : flatter, exalter, parler très favorablement
- * **l'enchantement** : le ravissement, le charme, l'ensorcellement

II. Souligner et relever les idées essentielles

"Méfais du Tourisme"

On sait qu'un des effets du tourisme, là où il atteint sa plus grande densité, est la destruction de la beauté, de la poésie, et de la solitude dans les régions sur lesquelles il se répand.

Jusqu'à présent, il n'y a pas eu, en France du moins, contre cette dégradation catastrophique de sites et des paysages, de résistance organisée. La nuée des vacanciers est, pour les provinces où elle s'abat, un élément de prospérité... Elle fait marcher le commerce, et les bénéficiaires locaux auraient mauvaise grâce à se plaindre.

Quant aux touristes eux-mêmes, ils ne semblent pas déçus outre mesure de retrouver, autour des plages en vogue, les feux rouges, les passages cloutés, les voitures enchevêtrées dans un brouillard de vapeur d'essence, tout ce qu'ils ont quitté la veille ou le matin à Paris avec de soulagement apparent.

S'ils étaient déçus, s'obstineraient-ils à s'agglomérer par dizaines de mille sur les rivages les plus encombrés? Ils disent qu'ils ont soif d'air, d'eau et de verdure, mais ils se rassemblent dans les lieux les

1. les effets du Tourisme: destruction

2. Pas de résistance organisée contre cette dégradation.

3. Les vacanciers : source de prospérité pour le commerce.

4. Les touristes ne semblent pas mécontents.

5. Sinon, s'obstineraient-ils à s'agglomérer sur les rivages ?

plus embouteillés et les plus dénaturés, là où des restaurants en chaîne, des routes bétonnées à double voie ont balayé les vieilles maisons villageoises, les chemins de campagne, le chant des coqs dans le silence de l'aube.

Ils ne semblent même pas s'apercevoir que leur présence et l'immense industrie qui s'est créée et se développe d'année en année pour leur commodité et leurs divertissements ont défiguré... les séjours estivaux dont affiches et prospectus continuent de leur vanter l'enchantement.

Thierry MAULNIER

6. Ils ne semblent pas s'apercevoir que leurs divertissements ont défiguré les sites.

III. et IV. Découper et numéroté

"Méfais du Tourisme"

On sait qu'un des effets du tourisme, là où il atteint sa plus grande densité, est la destruction de I la beauté, de la poésie, et de la solitude dans les régions sur lesquelles il se répand.

Jusqu'à présent, il n'y a pas eu, en France du moins, contre cette dégradation catastrophique de II sites et des paysages, de résistance organisée.

La nuée des vacanciers est, pour les provinces où elle s'abat, un élément de prospérité... Elle fait III marcher le commerce, et les bénéficiaires locaux auraient mauvaise grâce à se plaindre.

Quant aux touristes eux-mêmes, ils ne semblent pas déçus outre mesure de retrouver, autour des plages en vogue, les feux rouges, les passages cloutés, les voitures enchevêtrées dans un brouillard de vapeur d'essence, tout ce qu'ils ont quitté la veille ou le matin à Paris avec de soulagement apparent. IV

S'ils étaient déçus, s'obstineraient-ils à s'agglomérer par dizaines de mille sur les rivages les plus encombrés ? Ils disent qu'ils ont soif d'air, d'eau et de verdure, mais ils se rassemblent dans les lieux les plus embouteillés et les plus dénaturés, là où des restaurants en chaîne, des routes bétonnées à double voie ont balayé les vieilles maisons villageoises, les chemins de campagne, le chant des coqs dans le silence de l'aube. V

Ils ne semblent même pas s'apercevoir que leur présence et l'immense industrie qui s'est créée VI et se développe d'année en année pour leur commodité et leurs divertissements ont défiguré... les séjours estivaux dont affiches et prospectus continuent de leur vanter l'enchantement.

Thierry MAULNIER

V. Résumer chaque idée importante

On sait qu'un des effets du tourisme, là où il atteint sa plus grande densité, est la destruction de la beauté, de la poésie, et de la solitude dans les régions sur lesquelles il se répand.

→ Le tourisme dense détruit beauté, poésie, solitude des régions.

Jusqu'à présent, il n'y a pas eu, en France du moins, contre cette dégradation catastrophique de sites et des paysages, de résistance organisée.

→ Il n'y a pas de résistance organisée contre cette dégradation.

La nuée des vacanciers est, pour les provinces où elle s'abat, un élément de prospérité... Elle fait marcher le commerce, et les bénéficiaires locaux auraient mauvaise grâce à se plaindre.

→ Les vacanciers font la prospérité du commerce.

Quant aux touristes eux-mêmes, ils ne semblent pas déçus outre mesure de retrouver, autour des plages en vogue, les feux rouges, les passages cloutés, les voitures enchevêtrées dans un brouillard de vapeur d'essence, tout ce qu'ils ont quitté la veille ou le matin à Paris avec de soulagement apparent.

→ Les touristes retrouvent sur les plages tout ce qu'ils ont quitté.

S'ils étaient déçus, s'obstineraient-ils à s'agglomérer par dizaines de mille sur les rivages les plus encombrés? Ils disent qu'ils ont soif d'air, d'eau et de verdure, mais ils se rassemblent dans les lieux les plus embouteillés et les plus dénaturés, là où des restaurants en chaîne, des routes bétonnées à double voie ont balayé les vieilles maisons villageoises, les chemins de campagne, le chant des coqs dans le silence de l'aube.

→ Ils disent qu'ils ont soif d'air et de verdure mais vont dans des lieux dénaturés.

Ils ne semblent même pas s'apercevoir que leur présence et l'immense industrie qui s'est créée et se développe d'année en année pour leur commodité et leurs divertissements ont défiguré... les séjours estivaux dont affiches et prospectus continuent de leur vanter l'enchantement.

→ Ils ne s'aperçoivent pas que leur présence et l'industrie ont défiguré les séjours vantés par les affiches.

Thierry MAULNIER

VI. VII. Reformuler : dans un vocabulaire plus général et lier par des mots de coordination

résumé - modèle

Le tourisme intense ruine le charme des régions où il sévit, sans qu'il y ait de lutte organisée contre ses ravages, d'autant que l'afflux des vacanciers favorise le commerce local. Les touristes, quant à eux, retrouvent sur le lieu de leur séjour l'ambiance urbaine qu'ils viennent de quitter, ils prétendent rechercher la nature mais fréquentent massivement des sites qu'ils contribuent inconsciemment à dénaturer.

(63 mots)

II/. Deuxième Partie :

Consignes pour réussir un compte rendu

Consignes pour réussir un Compte rendu

Le *compte rendu* présuppose un ensemble d'opérations à effectuer :

- compréhension du sujet,
- capacité à dégager les intentions de l'auteur,
- reformulation synthétique des idées essentielles du texte,
- présentation de la démarche suivie par l'auteur,
- cohérence et organisation du texte restitué (plan, articulation, enchaînement logique).

Les étapes pour réussir un *compte rendu* sont :

1/. Le *compte rendu* doit commencer par une phrase introductive.

Donc, il faut commencer par une phrase se référant au nom de l'auteur, et aux sources du texte (si ils sont cités), et surtout aux intentions de l'auteur : par exemple ; dans cet article du magazine... (ou du journal..., de l'hebdomadaire..., extrait de...) l'auteur (Monsieur ou Madame X) soulève le problème de..., traite de la question, montre que..., essaie de définir..., a pour objectif de... etc).

2/. Le *compte rendu* doit ensuite contenir toutes les idées du texte, d'une manière synthétique, à la troisième personne, afin d'expliquer la démarche suivie par l'auteur.

Donc, il faut utiliser des verbes d'opinion : par exemple ; l'auteur (Monsieur ou Madame x, ou l'écrivain, ou le rédacteur de cet article, ou le journaliste, ou l'éditorialiste,... etc) critique, constate, analyse, souligne, se réfère, se demande, s'interroge, conçoit, réalise, prend en considération, formule son opposition, explique, cite, note, remarque,... etc.

En outre, le *compte rendu* doit être écrit dans un style clair, riche, avec un vocabulaire précis, sous la forme de paragraphes distincts (bien détachés), et sa longueur ne doit pas dépasser 1/3 du texte initial (il est donc un peu plus long que le résumé).

Par ailleurs, il faut éviter de recopier des passages entiers ou de les commenter, mais il est autorisé d'utiliser certains mots-clés du texte.

Le *compte rendu* est écrit avec des mots ou des expressions similaires, des synonymes, des mots de la même famille (*voir le vocabulaire et expressions*).

3/. Le *compte rendu* finit par une brève conclusion qui présente le constat final de l'auteur.

Donc, il faut utiliser des mots de coordination tels que: finalement, enfin, somme toute, en définitive (rare), au total, toutefois, en effet, l'écrivain conclut., en fait, en guise de conclusion (rare), - aussi, l'auteur, conclut-il, -...

- **N'oubliez pas que le *compte rendu* demande beaucoup de pratique et d'entraînement ! -**

TEXTE N°1: *PARADIGME SIMPLIFIÉ*

"Vieillissez, nous ferons le reste !"

AUTEUR:

Martine GILSON

Nouvel Observateur
Juin 1994

Épreuve écrite :

Vous ferez le compte rendu de ce texte en 150 mots ($\pm 10\%$). Vous devez dégager les idées et les informations essentielles et les présenter sous forme d'un texte cohérent et articulé. Vous pouvez réutiliser "les mots clés" mais non des phrases ou des passages entiers du texte.

"Vieillissez*, nous ferons le reste !"

En vingt ans, le pouvoir d'achat des retraités a augmenté de plus d'un tiers. À tel point que les industriels et les publicitaires commencent à partir à leur conquête*. Dans les magazines qui leur sont destinés on ne vante* plus seulement les mérites* du dernier fauteuil de relaxation ou de la meilleure "convention obsèques". "C'est récent, raconte Remy Michel, rédacteur du mensuel *Notre temps*. On voit arriver des constructeurs automobiles, ou l'UAP pour sa campagne de privatisation; des gens qui nous snobaient à cause de l'image soi-disant dévalorisante que pouvaient donner nos lecteur".

Bref, voici venu le temps de la chasse aux vieux, aux papy-boomers*. Logique. Les retraités constituent un vrai marché. D'abord, ils sont nombreux : 11 millions aujourd'hui, 17 millions en l'an 2020.

Dans vingt-cinq ans, la France comptera d'ailleurs plus de grands-parents que de petits-enfants... Ensuite, ils sont pour la plupart en pleine forme : les Français ont une espérance de vie de 73,1 ans, et les Françaises de 81,3 ans. Enfin, ils ont de l'argent et ils ont du temps, et le temps, chacun le sait, c'est de l'argent. La preuve ? Il n'y a pas si longtemps, les golden-boys de Wall Street ne comprenaient pas pourquoi à 17 heures leurs systèmes étaient saturés. Après enquête, ils ont découvert que de nombreux retraités se déchaînaient* sur leurs ordinateurs pour acheter et vendre. Mais ce sont les tour-opérateurs qui les premiers ont repéré le filon*.

"Ce sont des clients idéaux pour les grands circuits* de quinze jours ou trois semaines. Ils vont au bout du monde, à n'importe quelle date, explique-t-on chez Kuoni. Ils prennent même le top de notre gamme, le tour du monde en Concorde en dix-sept jours. C'est le voyage de leur vie !". Face à ce formidable marché, pourtant, banquiers, industriels et publicitaires restent encore frileux*. On commence à peine à bouger. Comme les autres banques françaises, la Société générale, il y a dix ans, n'aurait pas prêté un sou à ces "pauvres petits vieux". Et voilà qu'elle leur fait des facilités s'ils veulent acheter un appartement et les conseille sur leurs placements.

Pourtant, on peut compter sur les doigts d'une main ceux qui, excepté les tour-opérateurs et autres voyagistes, osent aujourd'hui s'attaquer ouvertement à ces nouveaux consommateurs. TF1 ne vise plus que des "ménagères de moins de 50 ans" et se moque* de France 2 en quête d'audience, fût-ce auprès d'auditoires plus âgés. "C'est le plus fantastique aveuglement de ces dernières années, souligne Jean Paul Tréguer, patron d'une agence de publicité. Des experts en marketing et communication négligent unanimement des millions de consommateurs argentés et disponibles". Cet homme de 39 ans, lui, a compris. Il multiplie les colloques, les séminaires dans les entreprises, pour convaincre les industriels qu'en méprisant les vieux ils se sont trompés. "En un an et demi, explique-t-il, 350 entreprises ont participé à mes séminaires. Elles ont un appétit formidable d'informations. Mais elles sont encore très peu nombreuses à franchir* le pas". Ce jeune spécialiste du "vieux" avance plusieurs explications.

Primo: "Ça fait trente-cinq ans que les entreprises ont pour seule obsession* de séduire les jeunes. Une telle culture ne se modifie pas du jour au lendemain".

Deuzio: "Les gens qui font du marketing ont entre 25 et 31 ans. Ils ne peuvent pas se mettre dans la peau des seniors".

Tertio: "Tout le monde a une peur panique de la mort. Dialoguer avec les plus âgés, qu'on le veuille ou non, nous en rapproche". Ceci dit, à supposer que les entreprises se décident, l'âge d'or des papy-boomers va-t-il durer longtemps? "Dans les dix ans qui viennent, leur revenu moyen va encore augmenter, affirme Robert Rochefort. Et les femmes qui travaillent vont arriver sur le marché". Un jour, évidemment, l'économie va se venger*, puisque les actifs, de moins en moins nombreux, auront du mal à payer les retraites des seniors. Mais en attendant ce choc en retour, ceux-ci vont être adorés, gâtés* et peut-être exploités.

Martine GILSON, "le Nouvel Observateur"

Opérations à effectuer dans l'ordre :

1. Lire et comprendre le texte (vocabulaire et expressions).
2. Commencer le compte rendu par une phrase introductive sur les intentions de l'auteur avec une mention au nom de l'auteur et aux sources du texte (si ils sont cités).
3. Relever toutes les idées du texte (de manière synthétique), et expliquer la démarche suivie par l'auteur à la troisième personne.
4. Rédiger le compte rendu : lier les paragraphes obtenus par des mots de coordination ou des verbes d'opinion.

Remarque importante :

Certaines de ces opérations peuvent être exécutées en même temps (par exemple III et IV).

Observation i :

Le compte rendu doit être écrit dans un **style clair** avec un **vocabulaire précis** et une **fidélité à la pensée de l'auteur**

Observation ii :

Il faut **éviter de recopier** des passages entiers, ou de **les commenter**, mais il est **autorisé** d'utiliser **certains mots-clés**

Observation iii :

Faire le compte rendu d'un texte, c'est toujours **s'abstenir de donner une opinion personnelle**

1. Vocabulaire et expressions

- * **vieillissez** : (vieillir), prendre de l'âge, demeurer longtemps
- * **la conquête** : la prise, la domination, l'appropriation, la séduction
- * **vante** : (vanter), flatter, exalter, parler très favorablement
- * **les mérites** : la vertu, la valeur, l'estime
- * **papy-boomers** : nos grand-parents qui mettaient au monde plusieurs enfants
- * **se déchaîner** : (se déchaîner), commencer avec violence, s'emporter, se mettre en colère
- * **filon** : la place, l'aubaine, la planque, le moyen, l'occasion
- * **circuits** : le voyage, le tour, le périple
- * **frileux** : très sensible au froid, qui craint beaucoup le froid
- * **se moquer** : (se moquer), mépriser, dédaigner, braver, railler, tromper, ironiser
- * **franchir** : dépasser, parcourir, passer, passer un obstacle par dessus, surmonter, libérer
- * **obsession** : la hantise, l'idée fixe
- * **se venger** : rendre une offense, prendre sa revanche, trouver une compensation
- * **gâtés** : (gâter), endommager, salir, tacher, corrompre, gâcher,

2. Phrases introductives soulignant les intentions de l'auteur

Exemple n°1 - *Dans ce texte intitulé "Vieillissez, nous ferons le reste" Martine Gilson se penche sur l'intérêt économique que représente le troisième âge"...*

Exemple n°2 - *Dans ce texte issu du magazine "le Nouvel Observateur" de juin 1994, le Journaliste Martine Gilson étudie l'enjeu économique croissant des personnes âgées...*

Exemple n°3 - *Dans cet article de l'hebdomadaire "le Nouvel Observateur", il est question du rôle économique des personnes âgées. Le journaliste, Martine Gilson, note, tout d'abord, l'augmentation des revenus et le nombre de plus en plus croissant du troisième âge...*

3. Relever les idées du texte

"Vieillissez, nous ferons le reste !"

En vingt ans, le pouvoir d'achat des retraités a augmenté de plus d'un tiers. À tel point que les industriels et les publicitaires commencent à partir à leur conquête. Dans les magazines qui leur sont destinés on ne vante plus seulement les mérites du dernier fauteuil de relaxation ou de la meilleure " convention obsèques ". C'est récent, raconte Remy Michel, rédacteur du mensuel *Notre temps*. On voit arriver des constructeurs automobiles, ou l'UAP pour sa campagne de privatisation ; des gens qui nous snobaient à cause de l'image soi-disant dévalorisante que pouvaient donner nos lecteurs "Bref, voici venu le temps de la chasse aux vieux, aux papy-boomers.

Logique. Les retraités constituent un vrai marché. D'abord, ils sont nombreux : 11 millions aujourd'hui, 17 millions en l'an 2020. Dans vingt-cinq ans, la France comptera d'ailleurs plus de grands-parents que de petits-enfants...

Ensuite, ils sont pour la plupart en pleine forme : les Français ont une espérance de vie de 73,1 ans, et les Françaises de 81,3 ans. Enfin, ils ont de l'argent et ils ont du temps, et le temps, chacun le sait, c'est de l'argent. La preuve ? Il n'y a pas si longtemps, les golden-boys de Wall Street ne comprenaient pas pourquoi à 17 heures leurs systèmes étaient saturés.

Après enquête, ils ont découvert que de nombreux retraités se déchainaient sur leurs ordinateurs pour acheter et vendre. Mais ce sont les tour-opérateurs qui les premiers ont repéré le filon.

"Ce sont des clients idéaux pour les grands circuits de quinze jours ou trois semaines. Ils vont au bout du monde, à n'importe quelle date, explique-t-on chez Kuoni. Ils prennent même le top de notre gamme, le tour du monde en Concorde en dix-sept jours. C'est le voyage de leur vie !".

Face à ce formidable marché, pourtant, banquiers, industriels et publicitaires restent encore frileux. On commence à peine à bouger. Comme les autres banques françaises, la Société générale, il y a dix ans, n'aurait pas prêté un sou à ces "pauvres petits vieux". Et voilà qu'elle leur fait des facilités s'ils veulent acheter un appartement et les conseille sur leurs placements. Pourtant, on peut compter sur les doigts d'une main ceux qui, excepté les tour-opérateurs et autres voyagistes, osent aujourd'hui s'attaquer ouvertement à ces nouveaux consommateurs. TF1 ne vise plus que des "ménagères de moins de 50 ans" et se moque de France 2 en quête

Les idées essentielles du texte

→ L'intérêt économique du troisième âge :

- le nombre de plus en plus croissant,
- la bonne santé,
- l'augmentation du pouvoir d'achat, et du temps libre des personnes âgées.

→ Les agents économiques restent toujours méfiants :

Le renversement de la situation est lent.

d'audience, fût-ce auprès d'auditoires plus âgés. "C'est le plus fantastique aveuglement de ces dernières années, souligne Jean Paul Tréguer, patron d'une agence de publicité. Des experts en marketing et communication négligent unanimement des millions de consommateurs argentés et disponibles". Cet homme de 39 ans, lui, a compris. Il multiplie les colloques, les séminaires dans les entreprises, pour convaincre les industriels qu'en méprisant les vieux ils se sont trompés.

→ Devant cette frilosité des campagnes d'information ont été lancées.

"En un an et demi, explique-t-il, 350 entreprises ont participé à mes séminaires. Elles ont un appétit formidable d'informations. Mais elles sont encore très peu nombreuses à franchir le pas". Ce jeune spécialiste du "vieux" avance plusieurs explications.

→ Trois handicaps ont été relevés :

Primo: "Ça fait trente-cinq ans que les entreprises ont pour seule obsession de séduire les jeunes. Une telle culture ne se modifie pas du jour au lendemain".

1. handicap d'ordre culturel

Deuzio: "Les gens qui font du marketing ont entre 25 et 31 ans. Ils ne peuvent pas se mettre dans la peau des seniors".

2. handicap moral

Tertio: "Tout le monde a une peur panique de la mort. Dialoguer avec les plus âgés, qu'on le veuille ou non, nous en rapproche". Ceci dit, à supposer que les entreprises se décident, l'âge d'or des papy-boomers va-t-il durer longtemps ?

3. handicap d'appréhension

"Dans les dix ans qui viennent, leur revenu moyen va encore augmenter, affirme Robert Rochefort. Et les femmes qui travaillent vont arriver sur le marché".

→ Les tendances à venir

Un jour, évidemment, l'économie va se venger, puisque les actifs, de moins en moins nombreux, auront du mal à payer les retraites des seniors. Mais en attendant ce choc en retour, ceux-ci vont être adorés, gâtés et peut-être exploités.

Martine GILSON, "le Nouvel Observateur"

4. Rédiger le compte rendu : lier les paragraphes obtenus par des mots de coordination ou de verbes d'opinion

Le Compte rendu-modèle (d'autres compte rendus sont, bien sûr, possibles)

Dans ce texte intitulé "Vieillissez, nous ferons le reste !", Martine Gilson se penche sur l'intérêt économique que représente le troisième âge.

Pour ce faire, elle s'appuie sur le nombre de plus en plus croissant des personnes âgées, sur l'augmentation de leur pouvoir d'achat, sur leur santé et sur leur temps libre, pour montrer l'attrait de ce marché porteur.

Toutefois, l'auteur, constate que les agents économiques restent toujours méfiants en dehors des grandes agences de voyages, et que le renversement de la situation est lent. Pour remédier à cette frilosité, des campagnes d'information ont été lancées et ont révélées trois handicaps : le premier est d'ordre culturel, le second relève du fossé de génération et le troisième de l'appréhension à l'égard du troisième âge.

Enfin, l'auteur, en évaluant les tendances à venir, met à jour les avantages et les inconvénients futurs de ce marché.

(151 mots)

III/. Troisième Partie :

Résumé ou Compte rendu

Résumé ou Compte rendu ?

1. Le résumé, comme le compte rendu, doivent réexprimer, de façon contractée, les informations contenues dans le texte. Pour ce faire, il faut avoir bien compris le texte, donc l'avoir bien lu, pour dégager le mieux possible ces informations.

Cependant, il ne faut pas croire qu'un résumé soit conçu de la même façon qu'un compte rendu ou, qu'un compte rendu soit similaire à un résumé. Il est nécessaire de distinguer un certain nombre de différences fondamentales : différences dans la présentation, dans le contenu, dans la forme, dans la longueur.

2. Résumer, c'est réduire un texte, en se mettant à la place de l'auteur, et en suivant l'ordre de présentation des idées telles qu'elles sont exprimées dans le texte.

3. Rédiger un compte rendu, c'est annoncer, en premier lieu, les intentions de l'auteur, et, ensuite, présenter les informations du texte à la troisième personne afin de montrer la démarche de l'auteur.
C'est ce qui explique donc que le résumé soit moins long que le compte rendu.

Pour illustrer ces propos, nous vous proposons 5 textes assortis, chacun, d'un résumé et d'un compte rendu.

ATTENTION : Il ne faut pas confondre résumé et compte rendu

Le résumé et le compte rendu sont des exercices qui exigent de la pratique et de l'entraînement - entraînez-vous !

Bon courage !

"Une civilisation qui se désagrège"

AUTEUR :

Pierre-Jakez HELIAS

Professeur,
Chargé de cours à l'université de Bretagne occidentale

Épreuve écrite :

Vous ferez le résumé et le compte rendu de ce texte en 170 et en 250 mots réciproquement ($\pm 10\%$). Vous devez dégager les idées et les informations essentielles et les présenter sous forme d'un texte cohérent et articulé. Vous pouvez réutiliser "les mots clés" mais non des phrases ou des passages entiers du texte.

"Une civilisation qui se désagrège"

En même temps, les hommes de terre s'aperçoivent que l'essor* de l'industrie est un danger croissant pour eux, non seulement parce qu'il réduira fatalement et progressivement leur rôle, mais aussi parce qu'il les obligera à changer leurs méthodes et donc leur art de vivre, ce qui n'est pas facile dans le contexte* naturel qui est le leur. Même les moins pauvres d'entre eux pratiquaient jusqu'à la Seconde Guerre une agriculture de subsistance*. Il leur faudra maintenant penser au rendement*, priver une trésorerie*, comptabiliser leur travail, ce qui entraîne des conséquences auxquelles ils sont très sensibles et dont les planificateurs ne s'avisent guère* : la fierté du travail bien fait, des champs bien tenus, des cultures bien calculées selon les saisons, la nature des terrains et le climat, devra s'effacer devant le souci unique du rapport, celui-ci étant fonction d'abord de la quantité ; les bâtiments et les terres cesseront d'être le cadre de la vie (à la qualité duquel, écoutez-moi bien, le paysan traditionnel est plus sensible que quiconque, je sais ce que je dis) pour ne plus être qu'un chantier d'autant plus décevant que son efficacité devient plus aléatoire*. À cela s'ajoutent la désertion accélérée des campagnes, l'attrait de la ville, les exils de plus en plus nécessaires, les illusions de confort et de hautes payes*, l'industrie recrutant* ses ouvriers parmi les paysans et nulle part ailleurs en attendant les immigrants.

Là où, naguère* encore, à l'époque des labours et des moissons, on voyait les champs peuplés de familles au travail, de "compagnies" nombreuses s'entraïdant à la tâche, il n'y a plus à voir que quelques tracteurs avec un homme sur chacun d'eux, un solitaire entouré d'un vol d'oiseaux de mer quand il ouvre les sillons. Et c'est une erreur de croire que la machine remplace l'homme ou même les chevaux. Il n'y a plus beaucoup de chevaux parce qu'il n'y a plus de grands valets pour s'en occuper, il n'y a plus de grands valets parce qu'ils sont devenus plâtriers ou carreleurs ou hommes-de-chaînes en ville, ils le sont devenus parce que leur temps est tarifé à l'heure et non plus à l'année ou à la journée de soleil, il est tarifé à l'heure parce que la créature s'éloigne de la création.

Dans les fermes écartées, c'est une aubaine* quand il vient quelqu'un, encore ce quelqu'un n'est-il pas souvent assez intime pour que vous sortiez pour lui de votre mutisme*. Il n'y a plus de fréquentation, plus de communauté. J'en connaissais un qui est réduit à parler à son tracteur comme il faisait à son cheval. Mais le tracteur ne hennit* pas, le tracteur ne met jamais bas le moindre poulain. Et beaucoup de jeunes hommes tenanciers de terres riches, n'auront jamais d'enfants parce que, les femmes étant parties les premières, ils ne trouvent pas à se marier. Une civilisation se désagrège* insensiblement dans l'indifférence générale, il n'est plus possible de gagner sa vie avec le travail de la bêche ou de la houe. Mes parents ont vidé une dernière fois la crèche à cochons, ils ont vendu la vache, remis à leurs propriétaires les deux champs et le bout de prairie, ma mère est devenue ouvrière à l'usine de conserves d'Anatole Guichaoua.

Pierre-Jakez HELIAS, Le cheval d'orgueil, Coll. Terre humaine (Plon).

Vocabulaire et expressions

- * **essor** : développement
- * **contexte** : ensemble des circonstances, et des conditions qui règlent la vie des paysans
- * **subsistance** : destiné à nourrir, et entretenir le paysan et sa famille, autosuffisance
- * **rendement** : productivité.
- * **trésorerie** : disponibilités d'argent, économies
- * **ne s'avisent guère (s'aviser)** : se désintéressent ou s'intéressent peu
- * **aléatoire** : incertain(e), hasardeux(euse)
- * **payes** : salaires, rémunérations.

- * **recrutant (recruter)** : employer, embaucher
- * **naguère** : jadis, auparavant
- * **aubaine** : chance
- * **mutisme** : le fait d'être muet, hermétisme.
- * **ne hennit pas (hennir)** : faire le bruit du cheval
- * **se désagrège (se désagrèger)** : se détruire, disparaître

Objectifs du résumé et du compte rendu

Répondre aux questions suivantes :

- 1/ **Que ressentent les paysans face au développement de l'industrialisation ?**
- 2/ **Qu'est-ce que l'industrialisation change dans la vie du paysan et dans les campagnes ?**
- 3/ **Qu'annoncent finalement ces changements ?**

Faites le Résumé et le compte rendu

Résumé

Les paysans réalisent que l'industrialisation constituera prochainement une menace pour leur emploi, et leur mode d'existence, à cause des modifications qu'elle implique.

Désormais, ils devront réfléchir non plus en termes d'autosuffisance, mais de productivité, de prévision, de comptabilité, ce qui n'est pas dans leurs habitudes de travail ou de vie.

Or, parallèlement, nombreux sont ceux qui s'exilent à la ville, attirés par un meilleur confort et un salaire plus élevé. Ils sont alors employés dans l'industrie, en attendant d'être suppléés par les étrangers.

Les campagnes, vidées de leur main d'oeuvre, offrent ainsi l'image de fermiers, sur leur tracteur, isolés au milieu des champs. La machine a remplacé l'homme et l'animal puisqu'il n'existe plus personne pour travailler. Il n'y a plus de relations sociales, plus de vie collective, plus de descendance puisque les femmes sont à l'usine. C'est la décadence du monde paysan.

(142 mots)

Compte rendu

Dans l'extrait de son livre, "Le cheval d'orgueil" (1976, collection Terre humaine, Plon), Pierre-Jakez Helias constate la disparition du monde paysan, et dresse un tableau pessimiste des raisons de ce phénomène.

Certes, les paysans ont déjà pris conscience de leur vulnérabilité face au développement de l'industrie. Selon l'auteur, le seul moyen, pour eux, de résister à l'attaque de l'industrialisation, c'est de se battre avec les mêmes paramètres : rentabilité, comptabilité, prévisions, productivité. Mais, c'est compter sans certains facteurs impossibles à planifier comme l'amour du travail bien réalisé, la nature, le climat, etc... qui sont des notions chères aux paysans attachés à leur environnement.

L'écrivain se réfère aussi à l'exode rural : d'après lui, ce sont les rêves illusoire de meilleures conditions de vie qui les incitent à s'exiler là où ils pensent trouver un travail plus rémunérateur. En outre, c'est avec amertume que Pierre-Jakez Helias remarque les incidences de la désertification humaine, le changement de la notion de tarification du temps, le manque de relations sociales et de vie communautaire, la solitude, la carence des naissances, le départ des femmes et des familles pour mieux gagner leur vie.

Tous ces éléments concourent, à son avis, à la désagrégation et à la perte, dans l'indifférence la plus complète, de cette civilisation traditionnelle.

(211 mots)