

# file C1 écrit tout genre grammaire d1-d4

[Editer la page](#)

C1 écrit  
tout genre  
grammaire et lexique  
descripteurs 1-4

descripteur 1

<p>des structures syntaxiques variées sont employées</p>	<p><b>Timidité et inhibition sociale</b></p> <p>Parmi toutes nos craintes, la peur de nos semblables est sans doute la plus répandue, elle survient lorsque l'on est soumis au regard des autres et à leurs jugements supposés. [...] La timidité peut apparaître dans des situations banales telles que passer devant une terrasse bondée, demander une augmentation ou encore prendre la parole en public. [...] Dans le milieu professionnel, qu'il s'agisse des relations avec les clients, avec les hiérarchiques ou bien avec les collègues, les contacts sociaux sont abondants et peuvent donc constituer un sérieux handicap pour ceux qui souffrent d'anxiété sociale.</p> <p><b>L'évolution de la perception sociale</b></p> <p>Dans notre société basée sur l'obligation de performances et de résultats, où chacun entre en concurrence avec l'autre pour s'affirmer et grimper les marches de l'escalier social, la timidité et ses manifestations sont perçues de façon négative et sont souvent associées, d'ailleurs, à une certaine forme de faiblesse. Cette représentation est particulièrement vraie dans le monde du travail.</p> <p>Ces manifestations sont en revanche mieux acceptées lorsqu'elles touchent les femmes [...] Bien entendu, les facteurs individuels ne sont pas les seuls éléments à prendre en compte. [...] Le management par la peur, par exemple, [...] sera extrêmement difficile à vivre pour un salarié victime de ce type d'anxiété.</p> <p><a href="http://www.psychologie.fr/article/timidite-et-inhibition-sociale-A-343.html">http://www.psychologie.fr/article/timidite-et-inhibition-sociale-A-343.html</a></p>	<p>☒ ☒ ☒</p>
--	--	--------------

Commentaire:

**Proposition principale**

Le syntagme prépositionnel est antéposé.

**Proposition subordonnée**

**Voix passive**

**ellipse**

descripteur 2

<p>la morphosyntaxe (conjugaisons, accords, etc.) est maîtrisée, même si quelques erreurs peuvent se produire occasionnellement</p>	<p>Ses manifestations sont en revanche mieux acceptées lorsqu'elles touchent les femmes [...] Bien entendu, les facteurs individuels ne sont pas les seuls éléments à prendre en compte. [...] Le management par la peur, par exemple, [...] sera extrêmement difficile à vivre pour un salarié victime de ce type d'anxiété.</p> <p><a href="http://www.psychologie.fr/article/timidite-et-inhibition-sociale-A-343.htm">http://www.psychologie.fr/article/timidite-et-inhibition-sociale-A-343.htm</a></p>	<p>☒ ☒ ☒</p>
---	--	--------------

descripteur 3

<p>un lexique précis (au besoin spécialisé) et varié est employé</p>	<p><b>L'argument environnemental dans le discours publicitaire suisse romand</b></p> <p>[...] Il s'agit globalement de comprendre comment un argument environnemental <b>persuade</b> un public de <b>consommer un bien</b> ou <b>un service</b>. Nous formulons l'hypothèse qu'une entreprise cherche toujours à promouvoir une image respectueuse de l'environnement, consciente que négliger cet aspect <b>porte sévèrement atteinte à son identité</b>. Comme le montre la campagne de BP "I am sorry" (2010), réalisée après la catastrophe de la plate-forme Deepwater Horizon dans le golfe du Mexique, des entreprises responsables de torts environnementaux sont parfois forcées de recourir à une communication de crise, humiliante pour leur image. Nous tenons pour principe que toute firme souhaite <b>préserver sa face</b>, soit «l'image favorable qu'il faut lui renvoyer» (Maingueneau 1999: 31). Or, lorsqu'elle n'est pas reconnue pour ses vertus écologiques, elle peut avoir recours au <i>greenwashing</i>, <b>stratégie</b> qui consiste à promouvoir une <b>identité éco-responsable</b> contredisant l'image qu'elle renvoie auprès de <b>l'opinion publique</b>.</p> <p>GLERUM, E. (2014): «L'argument environnemental dans le discours publicitaire suisse romand», <i>Cahiers de l'ILSL</i> 34, 277-303.</p>	<p>☒ ☒ ☒</p>
--	---	--------------

descripteur 4

<p>le registre langagier est adéquat</p>	<p>Selon la <b>situation de communication</b>, on ne s'exprime pas de la même façon : on n'utilise pas le même <b>niveau</b> ou le même <b>registre</b> de langue.</p> <p>On distingue ainsi :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Le <b>niveau de langue soutenu</b> est celui employé surtout à l'écrit. Il est élaboré et se caractérise par l'emploi d'un vocabulaire nuancé, précis, propre au domaine considéré, et par une syntaxe complexe ainsi qu'une plus grande recherche stylistique.</li> <li>Le <b>niveau de langue courant</b> est celui employé dans la vie de tous les jours, à l'oral comme à l'écrit. Il se caractérise par l'emploi d'un vocabulaire non marqué, employé aujourd'hui et dans n'importe quel milieu, et d'une syntaxe simple (juxtaposition et coordination) mais correcte, sans effet de style particulier.</li> <li>Le <b>niveau de langue familier</b>, à l'écrit, est une sorte de transcription de la langue familière orale. Il se distingue par l'emploi de mots qui peuvent être argotiques, vulgaires ou inappropriés et, syntaxiquement, par des réductions grammaticales (chute du «ne» de la négation), des structures de mise en relief (présentatifs, dislocations, etc.).</li> </ul> <p><b>Exemple</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Registre soutenu:</b> <i>Faute de place, Charles n'a pas pu garer sa voiture.</i></li> <li><b>Registre courant:</b> <i>Charles n'a pas réussi à garer sa voiture. Il n'y avait pas de place.</i></li> <li><b>Registre familier:</b> <i>Son auto, Charles, il a pas réussi à la parquer, y avait pas de place.</i></li> </ul>	<p>☒ ☒ ☒</p>
--	---	--------------