Brevet d’histoire-géographie 2023 : Antilles-Guyane, septembre 2023

Sujet du brevet d’histoire-géographie – 3ème

Voici le sujet du brevet d’histoire-géographie et d’enseignement moral et civique, session 2023 « Antilles-Guyane », septembre. Il est retapé en entier, avec tous ses documents. Entraîne-toi d’abord dans les conditions de l’examen ; ensuite, compare ta copie avec le corrigé placé en bas de page. Tu peux aussi retrouver tous les sujets du brevet d’histoire-géographie et réviser avec les cours d’histoire de 3ème.

Exercice 1 – Analyser et comprendre des documents en géographie (20 points)

Géographie – Dynamiques territoriales de la France contemporaine : les espaces de faible densité et leurs atouts

Document 1 – Les dessous du rêve champêtre : regards d'un géographe et d'un sociologue

> (…) L'offre de loisir est donc moins diversifiée en milieu rural. Olivier David, géographe, remarque que les jeunes ruraux pratiquent un peu moins d'activités culturelles que les jeunes des villes (accès à une bibliothèque, théâtre, opéra, concerts…). Si la pratique d'un sport est presque aussi fréquente à la campagne qu'à la ville, elle se résume souvent au foot, à la piscine ou au tennis en milieu rural alors qu'en ville, les jeunes ont accès à des sports plus diversifiés, notamment collectifs (basket, rugby, handball…). Pour s'occuper, les jeunes ruraux regardent davantage la télévision que les urbains. La pratique de l'informatique est un peu moins répandue qu'en ville, mais les jeunes ruraux y consacrent davantage de temps en moyenne que les urbains.
>
> Les enfants des milieux ruraux connaissent aussi des problèmes de mobilité, en particulier dans les milieux très éloignés des villes. Six jeunes ruraux sur dix renoncent à une activité sociale, de loisir ou à une formation faute de moyen de locomotion. A la campagne, les enfants sont particulièrement dépendants de leurs parents et des transports scolaires. Pour les plus grands, les alternatives comme le covoiturage ou le deux-roues motorisé restent peu accessibles, en particulier pour les filles, dont les déplacements sont davantage surveillés par les parents. C'est pourquoi, à l'adolescence, beaucoup de jeunes voudraient bien regagner la ville.
>
> Enfin, les jeunes ruraux ont tendanciellement des parcours scolaires plus courts et s'orientent davantage vers des formations professionnelles. La qualité de l'offre scolaire rurale n'est pas en cause, insiste B. Coquard,

> sociologue. A milieux sociaux équivalents, les enfants des campagnes réussissent tout aussi bien que ceux des villes. La distinction s'opère lorsqu'il faut accéder à l'enseignement secondaire et supérieur. Il faut alors souvent aller en pension au lycée d'une ville proche, puis, pour les études supérieures, prendre un appartement et quitter la maison familiale. En raison de ces contraintes, certains préfèrent se rabattre sur des formations professionnelles qui leur paraissent correspondre à des besoins locaux.

Source : Extrait de l'article de Maud Navarre, « Les dessous du rêve champêtre », revue Sciences Humaines, N°329, Octobre 2020.



Document 2 – Campagne publicitaire « Souriez, vous respirez » (affiche : « + de m² + de convivialité + d'opportunités », venez-vivre-en-haute-vienne.fr). Texte : « La crise sanitaire a accentué les désirs d'espace et de nature. Depuis la fin du confinement, l'heure est à la réflexion pour les Français qui, si l'on se réfère aux derniers sondages, sont de plus en plus nombreux à vouloir franchir le pas et quitter les grandes villes. Les agences départementales ne s'y sont pas trompées et multiplient des campagnes d'attractivité touristique et résidentielle pour attirer de nouveaux habitants et les accompagner dans leur installation. » Source : Extrait de l'article « Et si vous changiez de cadre de vie avec les départements ? » 1er Juillet 2020, site de l'assemblée des départements de France.

Questions

Document 1

1. Relevez dans le texte trois conséquences différentes liées à l'éloignement des villes sur la vie des jeunes ruraux, d'après le géographe et le sociologue.

Document 2

2. À la suite de quel événement ce document a-t-il été réalisé ?
3. Quel est l'objectif de cette campagne publicitaire ?

Documents 1 et 2

4. En quoi les points de vue de ces documents s'opposent-ils ?
5. À partir des documents et en vous appuyant sur un exemple d'espace de faible densité vu en classe, présentez quelques actions mises en place pour surmonter les difficultés.

Exercice 2 – Maîtriser différents langages pour raisonner et utiliser des repères historiques (20 points)

Histoire – L'Europe, un théâtre majeur des guerres totales (1914-1945) : la Deuxième Guerre mondiale, une guerre d'anéantissement

1 – Développement construit

Sous la forme d'un développement construit d'environ vingt lignes, décrivez les différentes formes de violence envers les civils et les militaires durant la Seconde Guerre mondiale. **(13 points)**

2 – Comprendre et utiliser un autre langage : utiliser des repères

Sur l'annexe proposée en page 9, à rendre avec la copie, réalisez l'exercice demandé. **(7 points)**

1. Complétez les cadres ci-dessous : Arrivée d'Hitler au pouvoir (année) ; Invasion de la Pologne et début de la Seconde Guerre mondiale (année) ; Fin de la Seconde Guerre mondiale (jour/mois/année). Frise chronologique graduée de 1930 à 1950.
2. Sur la carte de l'Europe : colorier un pays de l'Axe ; colorier un pays allié.
3. Complétez la légende : un pays de l'Axe (nom) ; un pays allié (nom).



Annexe à rendre avec la copie – frise chronologique à compléter et carte « L'Europe en 1939 » avec légende (d'après le fonds de cartes : atelier de cartographie de Sciences Po)

Exercice 3 – Mobiliser des compétences relevant de l'enseignement moral et civique (10 points)

Situation pratique – Être un consommateur éco-responsable, soucieux de la préservation de l'environnement

Document 1 – Polluante mais populaire, comment l'ultra fast fashion a séduit les jeunes

> […] T-shirts à 5 euros, robes à 8 euros, maillots de bain pour moins de 10 euros : les marques d'ultra fast fashion repoussent les limites des petits prix en produisant toujours plus, avec en cœur de cible les 25 ans et moins.
>
> L'anglaise Boohoo, la marque hongkongaise Emmiol ou encore la très en vogue enseigne chinoise Shein se présentent sur le même modèle : des sociétés de vente de vêtements 100% en ligne pratiquant des prix défiant toute concurrence, souvent encore assortis de promotions. C'est « l'ultra fast fashion » : un nombre d'articles gigantesque et de nouvelles références tous les jours, de nouvelles collections en un temps record, plus rapidement encore que les géants de la fast fashion comme H&M ou Zara. […]
>
> Lola, 18 ans, commande deux à trois fois par mois sur Shein, pour un panier moyen d'environ 70 euros et une dizaine d'articles. Pour la jeune nancéienne[1], cette enseigne très populaire dans son entourage permet de suivre la tendance « sans dépenser une somme astronomique ». […]
>
> Pour rester incontournable chez les jeunes, la marque est omniprésente sur les réseaux sociaux. Le format des hauls (vidéos où des consommateurs déballent des colis et essayent les vêtements face caméra) a particulièrement participé à sa popularité sur TikTok, réseau plébiscité par les adolescents et jeunes adultes. […]
>
> Mais le revers des prix bas, ce sont ces scandales sociaux ou environnementaux dont les marques se seraient bien passé, et qui douchent l'enthousiasme de certains clients. L'ONG suisse Public Eye a ainsi constaté,

> dans une enquête publiée en novembre, que des employés d'usines en Chine sous-traitées par Shein travaillaient jusqu'à 75 heures par semaine, rythme illégal dans le pays. La mode éphémère, troisième secteur le plus consommateur d'eau, serait aussi responsable chaque année de 2% des émissions globales de gaz à effet de serre, autant que le transport aérien international et le trafic maritime réunis, selon l'Agence de la transition écologique (Ademe). L'égérie du mouvement des jeunes pour le climat, Greta Thunberg, s'en est alarmée, dénonçant l'an dernier sur Instagram un secteur qui « contribue énormément à l'urgence climatique et écologique ». [...]
>
> 1. Habitante de Nancy

Source : d'après l'AFP paru sur le site www.fashionunited.fr, le 29 juillet 2022, consulté le 7/12/2022.



Document 2 – Des Français prêts au changement. Infographie : 80 % des Français ont changé leurs habitudes de consommation et pratiquent des gestes écoresponsables en matière de textiles et chaussures : 78 % trient leurs placards 2 fois/an ou plus ; 77 % donnent une 2ème vie aux produits (entretien, réparation, vente, don...) ; 72 % achètent des produits quand le besoin est réel ; 46 % achètent des produits de bonne qualité, très résistants ; 45 % font des achats responsables (produits locaux ou matière recyclée). Source : Infographie de l'ADEME, d'après CODHA Eco TLC 2018, paru en 2021 sur le site www.mtaterre.fr, consultée le 15 octobre 2022.

Questions

Document 1

1. Expliquez ce qu'est « l'ultra fast fashion ».
2. En vous appuyant sur deux exemples tirés du document, montrez les raisons du succès de ce mode de consommation auprès des jeunes.
3. Relevez une conséquence sociale et une conséquence environnementale de cette « ultra fast-fashion ».

Document 2

4. Donnez les deux principaux gestes éco-responsables que les Français sont prêts à adopter en matière de textiles et de chaussures.

Documents 1 et 2

5. Certain(e)s de vos ami(e)s sont des acheteurs réguliers de « l'ultra fast fashion », vous décidez de les alerter sur les conséquences négatives de ce mode de consommation. Pour cela, vous leur expliquez les moyens qui existent pour changer leurs habitudes et devenir plus éco-responsables. (Votre réponse ne devra comporter aucune information d'identité ou de signature)