

BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR  
COMMUNICATION

CULTURES DE LA COMMUNICATION

SESSION 2011

**CORRIGÉ**

Éléments de correction

Ce qui suit ne constitue en aucune manière un corrigé normatif mais des pistes de réflexion pour faciliter la correction de l'épreuve.

Première partie (8 points)

1. Quelles sont les deux conceptions de l'information journalistique que Pérec oppose ?  
(3 points)

- D'un côté le journalisme qui crée du sensationnel pour capter l'attention et de l'autre la chronique de la réalité quotidienne qui, aux yeux de Pérec, constitue le seul vrai journalisme.
- Une des difficultés du texte réside dans l'ambiguïté de ce qu'il faut entendre par banalité. Pérec dénonce-t-il la banalisation de la souffrance ou appelle-t-il de ses vœux le récit de la vie ordinaire ?

*On pénalisera le simple montage de citations.*

*On valorisera la reformulation sans exiger la présence de citations.*

La question peut être traitée au minimum en une demi-page.

2. En représentant « le banal, le quotidien, l'évident, le commun, l'ordinaire », une campagne de communication peut-elle être efficace ? (5 points)

- La mise en scène de vies ordinaires facilite l'identification, incarne le message, le rend plus humain (ex : Michel reprend des pâtes / Sécurité routière) et donc plus crédible. Elle donne force de preuve par l'exemple (ex : micro-trottoir Plantafin). Tous les exemples de Storytelling type Acadomia.
- A l'inverse, l'irruption d'un « People » comme Karl Lagerfeld dans une campagne pour la Sécurité Routière répudie la banalité au profit de l'efficacité de la starification. La pratique de l'hyperbole, transformant le produit en objet magique ou divin (utilisation de la mythologie par Ferrero, la bouteille Perrier résistant à la fonte du réel), manifeste la puissance renouvelée de l'extraordinaire.

*On attend une réflexion argumentée qui fournisse une réponse claire à la question.*

*On valorisera les copies qui auront une approche plurielle ou nuancée de la question.*

*On attend au minimum 3 exemples mis au service de l'argumentation.*

*On pénalisera en revanche les catalogues ou la simple mention d'exemples.*

La question peut être traitée au minimum en une page.

## **Deuxième partie (12 points)**

### A) Questions d'analyse

#### **1) Par quels moyens ces deux affiches impliquent-elles la cible ? (3 points)**

- La frontalité des regards implique le spectateur dans une confrontation des mondes propres à chacun.
- L'invasion des objets dans le fouillis rétrécit l'espace aux dimensions d'une intimité dévoilée.
- L'empilement des objets utilitaires, ludiques ou autres manifeste l'impossibilité d'une organisation de l'espace comme d'une hiérarchisation des activités, créant par là-même un univers étouffant à l'opposé de l'univers dépouillé du Design.
- Les personnages sont contraints à l'immobilité et à la résignation, instituant le spectateur dans le rôle du divin voyeur surplombant le monde.
- La question rhétorique et l'impératif interpellent et poussent à l'action (fonction conative)
- Le jeu sur le support (affiche  $4 \times 3 = 12\text{m}^2$ , abribus  $= 6\text{m}^2$ ) provoque un effet de réalité et facilite la prise de conscience du spectateur (encore accentuée par l'importance graphique accordée au chiffre et à l'unité spatiale).

*On valorisera une analyse précise et structurée des différents procédés.*

*On valorisera les candidats qui tenteront d'éviter une simple énumération de procédés.*

*On pénalisera ceux qui négligeraient une des dimensions attendues de l'analyse.*

La question peut être traitée au minimum en une page.

2) Quel est l'aspect « de ce qui est, de ce que nous sommes » (cf. texte de Perec) dont traite la campagne de communication de la Fondation Abbé Pierre ? (1 point)

- La campagne montre la réalité de la misère ordinaire dans une approche quasi documentaire (« ce qui est »). Usage minimaliste du *pathos*.
- L'effet d'identification (regards frontaux, première personne, jeu sur l'abribus provoquant une proximité de fait) crée une communauté de l'humain qui invite à la solidarité (« ce que nous sommes »).

*La présence d'un élément de réponse bien étayé assure le point attribué à la question.*

La question peut être traitée au minimum en une demi-page.

### B) Production et justification

A la suite de l'opération « coup de gueule » du mercredi 9 décembre, le site Internet de la Fondation consacre une page à l'évènement. Il s'agit de rendre compte des actions menées et d'inciter les lecteurs à participer aux futures opérations. Vous êtes chargé de concevoir cette page.

Vous rédigez tous les éléments textuels figurant sur la page.

Vous formulez ensuite des recommandations à destination du webmestre, en précisant notamment l'architecture générale de la page et les éléments à y insérer.

Vous justifierez l'ensemble de vos choix, en montrant notamment comment vous avez maintenu une cohérence avec la campagne de communication analysée et comment vous avez tenu compte des spécificités du nouveau support.

### **Production (4 points)**

- Eléments textuels : on attend a minima un titre, un ou des pavés textuels brefs et d'une lisibilité compatible avec le média (typographie, couleurs). Le candidat devra utiliser de manière pertinente les informations contenues dans le communiqué de presse sans pour autant reproduire certaines de ses phrases.
- La prise en compte de l'interactivité propre au média est indispensable même si elle est minimale : liens hypertexte à partir du textuel et/ou du visuel, flux RSS, forum, lien vers un réseau social, fil Twitter, formulaires d'adhésion, inscription à une Newsletter, téléchargement de documents.... Tous ces

éléments doivent entretenir un rapport explicite avec les opérations « coup de gueule ».

- Eléments visuels possibles : images, photos, vidéos (cadres Youtube), logos, bannières, menus déroulants, menus contextuels, animations fixes ou mobiles (JavaScript, Flash)...
- L'architecture globale doit donner un aperçu général de la page et relever d'une cohérence qui sera mise en valeur dans la justification. On ne pénalisera pas une architecture globale présentée sous forme de schéma, sous réserve qu'elle soit suffisamment explicite (présence d'une légende, d'indications diverses...)

*On valorisera la cohérence globale de la proposition : il ne s'agit pas de vérifier la présence de tel ou tel item mais d'évaluer la compréhension des ressources offertes par Internet.*

*Une copie qui ne prendrait pas en compte l'interactivité ne pourra pas dépasser 2 points sur les 4 attribués à la production.*

#### **Justification (4 points)**

*La totalité des propositions doit être justifiée, ce qui ne saurait consister en une simple restitution de cours sur le média.*

*On valorisera une justification qui n'est pas pointilliste ou énumérative mais qui s'organise autour d'une perspective globale.*

*La justification peut précéder ou suivre la proposition ; si elle la précède, elle ne peut consister en un simple rappel de la demande.*