

Question 1 :

Dans le passage extrait de "Tristes Tropiques" de Claude Lévi-Strauss, l'auteur explore les limites de la communication interculturelle et met en évidence le rôle crucial du langage non-verbal dans cette dynamique. Lévi-Strauss, anthropologue et ethnologue français, est célèbre pour ses contributions à la compréhension des structures sociales et culturelles à travers le monde. Son œuvre est considérée comme fondamentale dans le domaine de l'anthropologie structurale et de l'étude des sociétés traditionnelles.

Dans ce passage, l'auteur exprime fait part de son expérience parmi une population indigène, où malgré son incapacité à comprendre leur langue, il tente de percer les aspects de leur pensée et de leur société à travers des moyens non verbaux.

Le langage non-verbal est défini comme toute forme de communication autre que les mots. Cela peut inclure des gestes, des expressions faciales, des postures corporelles, des signaux visuels, des symboles, etc.

Outre le langage verbal et non verbal, d'autres modes de communication incluent la communication écrite, la communication visuelle (comme les images, les graphiques), la communication tactile, etc.

Dans le passage, Lévi-Strauss souligne la difficulté de la communication interculturelle en l'absence de langue commune. Malgré cela, il tente de saisir des éléments de la culture indigène à travers des moyens non verbaux tels que l'observation des relations sociales et familiales, les gestes et les expressions corporelles. Il réalise que ces formes de communication non verbale sont essentielles pour comprendre les sociétés traditionnelles, et que l'absence de maîtrise de ces codes entraîne une distance et un malentendu entre lui-même et les autochtones.

Ainsi, l'auteur met en avant le langage non-verbal comme un mode crucial de communication dans les interactions interculturelles, soulignant sa complexité et son importance pour la compréhension mutuelle entre des groupes culturellement différents.

Question 2 :

Dans le cadre des campagnes de communication, le recours au langage non-verbal est une pratique récurrente et efficace pour transmettre des messages de manière impactante. Cette stratégie s'observe à travers diverses formes artistiques et médias, contribuant ainsi à la réussite des campagnes publicitaires et promotionnelles.

Dans le domaine de la publicité visuelle, une célèbre campagne : la campagne "Think Different" d'Apple, lancée en 1997, présentait des portraits en noir et blanc de personnalités célèbres telles que Albert Einstein, Mahatma Gandhi et Martin Luther King Jr. accompagnés du slogan "Think Different". Ces images iconiques, dépourvues de texte explicatif, ont communiqué l'idée que l'utilisation des produits Apple était associée à l'innovation, à la créativité et à la pensée visionnaire.

Dans le domaine des vidéoclips musicaux, dans le vidéoclip de la chanson "Wrecking Ball" de Miley Cyrus, Miley Cyrus est vue se balançant sur une boule de démolition géante,

détruisant des murs et des objets autour d'elle. Cette image symbolique, combinée aux paroles de la chanson, évoque des sentiments de force, de vulnérabilité et de libération, sans avoir besoin de mots supplémentaires pour transmettre l'émotion.

Dans le domaine de l'architecture, la structure emblématique qu'est la Tour Eiffel à Paris qui a été conçue par l'ingénieur Gustave Eiffel, communique un sentiment de grandeur, de modernité et de progrès technique. Sa forme élancée et sa structure métallique audacieuse évoquent une impression de légèreté et de solidité à la fois, ce qui a contribué à en faire un symbole emblématique de la ville de Paris et de la France. Les visiteurs du monde entier ressentent souvent une gamme d'émotions en contemplant la Tour Eiffel, sans avoir besoin de mots pour comprendre son impact et son importance dans l'histoire de l'architecture et du design.

En résumé, le langage non-verbal est un outil puissant et polyvalent dans les campagnes de communication. En exploitant des éléments visuels, sensoriels et artistiques, les communicants parviennent à transmettre des messages de manière efficace, impactante et souvent universelle, contribuant ainsi au succès des campagnes promotionnelles dans divers domaines et médias.

Question 3 :

Type de message dans le visuel :

Expressif : L'affiche est expressive car elle transmet des émotions positives telles que l'enthousiasme, la fierté ou l'excitation et comporte des couleurs vives.

Impressif : Elle est également impressive car elle suscite l'admiration et l'émerveillement devant la grandeur et l'importance des Jeux Olympiques, notamment en mettant en avant « PARIS 2024 »

Référentiel : L'affiche fait référence à des symboles culturels ou historiques associés à la ville hôte ou aux valeurs olympiques avec une tour qui ressemble à la Tour Eiffel.

Types de discours :

Narratif : L'affiche raconte une histoire visuelle à travers des éléments symboliques ou des scènes représentatives de l'esprit des Jeux Olympiques : le partage et la diversité.

Descriptif : Elle décrit visuellement les caractéristiques et les valeurs des Jeux, en mettant en avant des images de diversité, d'inclusion et de partage.

Argumentatif : Elle cherche à convaincre le spectateur de l'importance et de la signification des Jeux Olympiques en utilisant des arguments visuels puissants tels que « venez partager »

Sémiologie :

Mains, postures, regards, expressions : Les personnages représentés sur l'affiche adoptent des postures ou des gestes qui communiquent des émotions ou des intentions, et qui « relie » les différentes personnes alors qu'elles ne figurent pas sur une seule et même photographie.

Cadrage et plan : Le cadrage de l'affiche met en valeur les personnages, créant ainsi une hiérarchie visuelle et orientant l'attention du spectateur sur ces derniers. C'est un plan poitrine car en photographie, c'est un plan de proximité, on se sent alors plus proche d'eux.

Référence culturelle à la Tour de Babel :

L'utilisation de la Tour de Babel symbolise l'ambition de rassembler les peuples du monde entier à travers le langage universel du sport, tout en faisant référence à la diversité culturelle de la société moderne.

Référence aux images doubles pour le logo des JO (femme-flamme) :

L'utilisation d'images doubles dans le logo des JO symbolise la dualité et la complémentarité des valeurs olympiques, telles que la compétition et la coopération, la force et la grâce, représentées par des éléments contrastés tels que la femme et la flamme.

Inclusion du handicap avec le double logo des JO systématique :

La présence systématique du double logo des JO, qui inclut également des représentations du handicap, renforce l'engagement des Jeux Olympiques envers l'inclusion et l'accessibilité pour tous les athlètes, quelles que soient leurs capacités.

Parité homme-femme :

Dans le contexte du mouvement #MeToo et des préoccupations concernant le sexisme dans le monde sportif, l'affiche cherche à promouvoir la parité homme-femme en mettant en avant des personnes de types masculins et féminins de manière égale et en soulignant l'importance de l'égalité des genres dans le sport et dans la société en général.

En combinant ces différents éléments d'analyse, on peut mieux comprendre comment l'affiche des Jeux Olympiques 2024 créée par BETC utilise des techniques visuelles et des stratégies de communication pour transmettre un message puissant d'inclusion, de diversité, de parité et d'unité, tout en faisant référence à des symboles culturels et historiques significatifs.

Question 4 :

Dans l'analyse de l'affiche des Jeux Olympiques 2024, nous pouvons percevoir des éléments qui suggèrent l'importance du langage non-verbal comme mode de communication entre les personnes, en parallèle avec le texte de Claude Lévi-Strauss.

Tout d'abord, l'affiche elle-même, en tant que support visuel, communique principalement à travers des images et des symboles, sans recourir à des mots. Cette approche visuelle fait écho au langage non-verbal en utilisant des gestes, des expressions faciales et des

postures pour transmettre des émotions, des idées et des valeurs. Ici, les personnes adoptent des postures qui évoquent l'unité (en se touchant sans même être sur la même photographie).

De plus, l'inclusion du handicap dans le logo des Jeux Olympiques souligne l'importance de la communication non-verbale dans la promotion de l'inclusion et de l'accessibilité. Les Jeux Olympiques sont un événement mondial qui rassemble des personnes de différentes cultures, langues et capacités, et la communication non-verbale joue un rôle crucial dans la création d'un environnement inclusif où chacun peut se sentir compris et respecté.

Enfin, en mettant en avant des valeurs telles que l'inclusion, la diversité et l'unité, l'affiche des Jeux Olympiques 2024 invite implicitement les spectateurs à reconnaître et à apprécier les formes variées de langage non-verbal qui existent au sein de la société. Cela reflète en partie la démarche de Claude Lévi-Strauss dans son exploration des cultures indigènes, où il reconnaît l'importance du langage non-verbal pour la compréhension mutuelle entre des groupes culturellement différents.

Ainsi, bien que l'affiche des Jeux Olympiques 2024 puisse ne pas mettre explicitement en avant le langage non-verbal, elle utilise néanmoins des éléments visuels et symboliques (couleurs, Tour de Babel, « contact physique ») qui rappellent son importance dans la communication humaine, en accord avec les idées exprimées par Claude Lévi-Strauss dans son travail anthropologique.

Partie production :

Page d'accueil :

Le logo se situe en haut à droite du site web car le côté droit est considéré comme le « bon » depuis le Moyen-Âge, au contraire du côté gauche qui est considéré comme le « mauvais » côté.

Le menu est décomposé en 3 parties : « LES JO 2024 », « CANDIDATER » ET « NOS BÉNÉVOLES ». Ces items sont écrits en couleur, candidater est écrit en jaune car c'est la couleur qui attire le plus l'attention, c'est la couleur la plus impactante.

Affiche des JO 2024 par BETC : il est au centre afin d'attirer l'attention des utilisateurs du site sur l'équité et l'entraide avec les personnes qui forment une chaîne humaine.

Les deux photographies représentant des bénévoles en pleine action en bas à gauche servent à avoir une idée précise de ce que représente le bénévolat pour les JO 2024.

Texte explicatif de pourquoi être bénévole :

« Être bénévole aux Jeux Olympiques de 2024 est une opportunité unique. Voici pourquoi :

- Participer à un événement mondial : contribuez à l'organisation d'un événement sportif prestigieux qui rassemble le monde entier.

- Élargir votre réseau : rencontrez des personnes venant de tous horizons et créez des liens durables.
- Acquérir de nouvelles compétences : développez vos compétences dans des domaines variés, de la logistique à la communication.
- Faire une différence : contribuez positivement à votre communauté en offrant votre temps et votre énergie pour un événement majeur ».

La typographie utilisée serait comportaa. Cette typographie a un aspect à la fois classique et moderne, ce qui serait en parfaite harmonie avec les JO, qui existent depuis 1896, car ils se font tous les 4 ans (aspect classique, traditionnel) mais aussi car ils deviennent de plus en plus modernes (inclusivité, parité homme femme...).

Espace « candidater » :

Le slide permet aux utilisateurs de pouvoir voir plusieurs photographies de bénévoles en action, ils auront accès à tout un album afin de pouvoir avoir des exemples précis de ce que font les bénévoles.

Quant au texte, il s'agit des conditions pour devenir bénévole :

- Avoir au moins 18 ans au 1er janvier 2024
- Parler le français et/ou l'anglais
- Être mobilisable au moins 10 jours entre l'ouverture du Village des athlètes, jusqu'à deux jours après la clôture des Jeux Paralympiques.

Ce texte sert à informer des gens sous quelles conditions ils peuvent devenir bénévoles, c'est donc fondamental pour eux de prendre connaissance de ces conditions.

À la droite de ce texte, on trouve une photographie d'une partie de l'équipe des bénévoles. Cette photographie permettrait aux internautes ayant la volonté de candidater de se sentir plus proche de cette équipe, ce qui donnera envie aux internautes d'intégrer cette équipe.

Le texte à droite de la photographie :

« Bienvenue dans l'équipe des bénévoles pour les Jeux Olympiques de Paris 2024 ! En tant que volontaire, vous aurez un rôle crucial à jouer dans le succès de cet événement mondial. Vos missions seront variées, allant de l'accueil et l'orientation des visiteurs à l'assistance aux athlètes, en passant par la logistique, la sécurité et la promotion des Jeux. Que ce soit en guidant les spectateurs, en aidant les athlètes ou en contribuant à l'organisation des compétitions, chaque action que vous prendrez aura un impact significatif. Vous serez le visage souriant qui incarne l'esprit olympique et contribue à créer une expérience inoubliable pour tous les participants. Rejoignez-nous dès maintenant pour faire partie de cette aventure unique et laissez votre marque sur les Jeux Olympiques de Paris 2024 ! »

Ce texte met en avant le « rôle crucial », l'« impact significatif » que les bénévoles auraient. Cela les fait se sentir pleinement impliqués dans l'organisation des JO, les ferait se sentir indispensables et importants.

En dessous du texte se trouve un lien menant à une fiche d'inscription. Ce lien est un call to action incitant les futures bénévoles à s'inscrire juste après avoir fini de lire toutes les informations concernant ce bénévolat.