

Première partie (8 points)

1) Comment l'auteur met en avant le langage non-verbal comme mode de communication ?

Présentation de Lévi-Strauss : L'auteur Claude Lévi-Strauss était un anthropologue et ethnologue français, né le 28 novembre 1908 et décédé le 30 octobre 2009. Il est largement considéré comme l'un des penseurs les plus influents du XXe siècle dans le domaine de l'anthropologie structurale et de la théorie anthropologique en général.

Lévi-Strauss est surtout connu pour son travail sur les structures sous-jacentes des cultures humaines et pour sa méthodologie d'analyse structurale. Son approche a révolutionné la façon dont les anthropologues et les intellectuels abordent l'étude des sociétés humaines. Il est célèbre pour avoir développé le concept de "pensée sauvage" et pour avoir exploré la nature des mythes, des rituels et des pratiques sociales à travers le monde.

Ses idées ont été présentées dans des œuvres majeures telles que "Les Structures élémentaires de la parenté" (1949), où il a introduit le concept de "structures" dans l'étude anthropologique, et "Tristes Tropiques" (1955), un récit autobiographique de ses voyages et de ses études ethnographiques. Son travail a également inclus des analyses approfondies sur des sujets tels que le totémisme, la mythologie, le cannibalisme et la pensée symbolique.

Lévi-Strauss a également été professeur au Collège de France et a eu une influence considérable en dehors du domaine de l'anthropologie, inspirant des penseurs dans des disciplines aussi variées que la philosophie, la sociologie, la littérature et la linguistique. Son héritage intellectuel continue d'être étudié et débattu dans les milieux universitaires et au-delà, et son impact sur la compréhension de la diversité culturelle reste significatif.

Dans le passage extrait de "Tristes Tropiques" de Claude Lévi-Strauss, l'auteur explore la dimension du langage non-verbal dans sa tentative de compréhension des sociétés indigènes, malgré son absence de connaissance linguistique. Il met en avant cette forme de communication visuelle en se penchant sur des éléments spécifiques, tels que la composition du groupe, les relations de parenté, les noms des parties du corps, le vocabulaire des couleurs, et même les formes gravées sur les Calebasses.

L'auteur semble considérer ces éléments non-verbaux comme des indices cruciaux qui lui permettent d'appréhender certains aspects de la pensée et de la société indigènes. Ces éléments deviennent une sorte de langage visuel, une grammaire particulière, lui permettant de dégager des caractéristiques distinctives de chaque société sans avoir recours à la langue spécifique de ces communautés.

La composition du groupe, par exemple, peut révéler des structures sociales et hiérarchiques. Les relations de parenté offrent des insights sur la structure familiale et la manière dont les liens familiaux influent sur l'organisation sociale. Les noms des parties du corps et le vocabulaire des couleurs fournissent des clés pour comprendre les préoccupations culturelles

et symboliques de ces sociétés. Les formes gravées sur lesalebasses, en tant qu'expression artistique, sont également des fenêtres sur les valeurs esthétiques et les croyances.

Ainsi, bien que l'auteur ne puisse saisir la langue spécifique de ces sociétés, il réussit à déchiffrer, à travers le langage non-verbal, une compréhension partielle de leur monde. Cette exploration visuelle, bien que limitée, témoigne de la capacité du langage non-verbal à transcender les barrières linguistiques et à servir de pont vers la compréhension interculturelle. La démarche de Lévi-Strauss souligne ainsi l'importance de cette forme de communication dans la découverte et l'interprétation des sociétés aux langues inconnues.

2) Les campagnes de communication ont - elles souvent recours au langage non-verbal ?

Votre réponse s'appuiera sur l'analyse de campagnes précises, à l'exclusion de celle présente dans le sujet, et pourra emprunter des exemples à différents domaines artistiques (peinture, musique, architecture, ...).

Analyse de l'image avec les éléments fournis sur la page du sujet :

La diversité des personnages se manifeste à travers leur variété de couleurs de peau, d'âges, de sexes et de professions, accentuée par une colorisation différente du fond derrière chacun d'eux. Cette approche contraste avec un arrière-plan noir et blanc qui aurait pu les uniformiser. Deux personnages nous fixent du regard, nous invitant ainsi à nous intégrer à cette union et à faire partie de cette chaîne humaine.

En ce qui concerne la kinésique, les gestes co-verbaux et les mimiques faciales sont prédominants, car les personnages expriment une expressivité de joie à travers leur visage.

Du point de vue de la proxémique, une proximité intime s'observe avec une distance entre les personnages inférieure à 40 cm. Chaque personnage est cadré en plan poitrine et se touche du bout du doigt, ce qui renforce leur proximité. La composition met en avant un axe central, conférant ainsi une stabilité à l'ensemble de l'image.

Les campagnes de communication contemporaines recourent fréquemment au langage non-verbal pour transmettre des messages puissants et captiver l'attention du public. Cette stratégie s'étend à divers domaines artistiques, allant de la publicité visuelle à la peinture, la musique, et même l'architecture.

Dans le domaine de la publicité, des exemples abondent. La célèbre campagne publicitaire d'Apple, notamment pour ses produits tels que l'iPhone, mise souvent sur des images épurées, des designs minimalistes, et une utilisation des couleurs pour créer une association émotionnelle avec ses produits. Ces éléments visuels travaillent de concert pour transmettre des messages de simplicité, d'innovation et de qualité, souvent sans recourir à des descriptions verbales détaillées. Cette campagne a été lancée à partir de la sortie initiale de l'iPhone en 2007. Elle a continué à évoluer au fil des années avec chaque nouvelle version de l'iPhone et d'autres produits d'Apple.

En peinture, les œuvres du mouvement surréaliste, telles que "La Persistance de la mémoire" de Salvador Dalí, illustrent comment le langage non-verbal peut être utilisé pour exprimer des idées complexes et abstraites. Les distorsions temporelles des horloges molles dans cette

œuvre, par exemple, évoquent des concepts de relativité et de fluidité temporelle sans nécessiter une explication verbale. Cette célèbre peinture surréaliste a été créée en 1931.

La musique est un autre domaine riche en langage non-verbal. Les compositions instrumentales, comme celles de Ludovico Einaudi ou d'Hans Zimmer, parviennent à susciter des émotions sans utiliser de paroles. Les mélodies, les harmonies, et le rythme deviennent les canaux par lesquels les compositeurs communiquent des sentiments complexes, offrant une expérience émotionnelle directe au public. Ludovico Einaudi est un compositeur italien contemporain, né le 23 novembre 1955, tandis qu'Hans Zimmer est un compositeur allemand, né le 12 septembre 1957. Leurs compositions ont été réalisées à différentes périodes de leur carrière, mais ont été particulièrement reconnues et utilisées dans des contextes non-verbaux dans les années plus récentes, à partir des années 1990 pour Zimmer et des années 2000 pour Einaudi.

En architecture, des exemples tels que le Musée Guggenheim de Bilbao illustrent comment la disposition des espaces, les formes des bâtiments et l'utilisation de la lumière peuvent créer une communication non-verbale. L'architecture contemporaine utilise souvent des formes audacieuses pour exprimer des idées d'innovation, de modernité, ou même de durabilité, sans avoir besoin de mots pour expliquer ces concepts. Le musée a été conçu par l'architecte américain Frank Gehry et a ouvert ses portes au public en octobre 1997. Son architecture audacieuse et innovante a immédiatement attiré l'attention mondiale et a été saluée comme un exemple emblématique de l'architecture contemporaine.

En conclusion, les campagnes de communication font largement appel au langage non-verbal à travers différentes formes artistiques. Ces exemples démontrent comment les éléments visuels, musicaux, et architecturaux peuvent transcender les barrières linguistiques pour transmettre des messages complexes de manière concise et percutante.

Deuxième partie (12 points)

A) Question d'analyse (à partir du document)

1) Comment la campagne des Jeux Olympiques 2024 incite-t-elle à l'union de tout un peuple ?

La campagne visuelle des Jeux Olympiques 2024 s'engage résolument à promouvoir l'union à travers une représentation visuelle riche en diversité culturelle. En mettant en avant plus de 40 Parisiens et Grand-Parisiens aux origines variées, y compris des profils asiatiques, africains, jeunes, et plus âgés, cette campagne se veut un reflet authentique de la pluralité culturelle de la population française.

L'interaction entre ces participants et des athlètes médaillés olympiques et paralympiques transcende les frontières culturelles. Elle incarne visuellement l'idée que le sport et les Jeux Olympiques ont le pouvoir d'unifier des individus de toutes origines autour d'un objectif commun, dépassant ainsi les différences culturelles pour créer une connexion partagée.

La représentation diversifiée au sein de la gigantesque chaîne humaine symbolise non seulement l'union des individus, mais également la fusion harmonieuse des cultures représentées. Chaque maillon de cette chaîne, arborant le geste de soutien distinctif, devient une expression visuelle de l'engagement collectif envers les Jeux Olympiques, indépendamment des diversités culturelles des participants.

Le geste de soutien spécifique, reconnaissable à travers tous les profils culturels représentés, devient ainsi un langage visuel partagé, transcendant les différences pour souligner l'unité nationale derrière le projet olympique et paralympique. La diversité culturelle n'est pas simplement tolérée, mais célébrée comme une force collective.

En annonçant une opération événementielle dans les jardins du Trocadéro, la campagne visuelle réaffirme sa dimension participative en créant un espace où la diversité culturelle peut être célébrée et partagée. Cette opération illustre visuellement l'engagement de tout un peuple, représentatif de la France dans toute sa richesse et diversité, envers les Jeux Olympiques 2024. En somme, la campagne visuelle s'impose comme un hymne visuel à l'union à travers la célébration de la diversité culturelle nationale.

2) Cette campagne met-elle en avant, comme le texte de Claude Lévi-Strauss, le langage non-verbal comme mode de communication entre les personnes ?

La campagne des Jeux Olympiques 2024, telle que décrite, met en avant le langage non-verbal comme mode de communication entre les personnes, tout comme le texte de Claude Lévi-Strauss. Dans le texte, Lévi-Strauss explore la communication visuelle à travers des éléments non-verbaux tels que la composition du groupe, les relations de parenté, les noms des parties du corps, et le vocabulaire des couleurs. De manière similaire, la campagne visuelle des Jeux Olympiques 2024 utilise des éléments non-verbaux, tels que des images de personnes de diverses origines et âges adoptant un geste de soutien, pour créer une communication visuelle forte.

Les images de Parisiens et Grand-Parisiens de toutes origines posant avec des athlètes médaillés olympiques dans des gestes de soutien collectif constituent une communication non-verbale puissante. Ces gestes, en tant que langage visuel partagé, symbolisent l'unité et la mobilisation derrière le projet olympique. Tout comme dans le texte de Lévi-Strauss où les formes gravées sur les calebasses deviennent une grammaire visuelle, les gestes adoptés dans la campagne des Jeux Olympiques 2024 agissent comme une grammaire visuelle, transcendant les mots pour exprimer un engagement commun.

Ainsi, tout en utilisant des supports visuels, la campagne des Jeux Olympiques 2024 s'inscrit dans la lignée de la reconnaissance de l'importance du langage non-verbal dans la communication interpersonnelle, comme souligné dans le texte de Lévi-Strauss.

B) Production

1) Vous êtes chargé de concevoir un site internet sur lequel les volontaires pourront candidater.

2) Vous justifierez l'ensemble de vos choix, en montrant notamment comment:

- Vous avez repris certains procédés de la campagne afin de maintenir une cohérence avec elle ;

- Vous avez ajusté vos choix pour vous adapter au nouveau support ; - Vous avez dû recourir à des choix créatifs nouveaux.

Conception du site Internet pour candidature des volontaires aux J.O. 2024

Introduction : Le site web pour la candidature des volontaires aux J.O. 2024 est conçu comme une porte d'entrée inclusive, offrant une expérience fluide et reflétant pleinement la diversité des Jeux. Notre objectif est d'assurer que tous, peu importe l'âge ou l'origine, puissent facilement participer au processus de candidature, en harmonie avec les valeurs de la campagne principale.

Cohérence avec la campagne :

Esthétique visuelle : Le design du site reprend la palette de couleurs et les visuels dynamiques de la campagne des Jeux Olympiques 2024. Les images mettant en avant la diversité des volontaires dans différentes missions sont mises en avant, créant une continuité visuelle.

Symbolisme partagé : Le geste de soutien, symbole de l'unité dans la campagne principale, est intégré dans le logo du programme de volontariat et chaque élément interactif du site, établissant un langage visuel partagé qui relie le site à la campagne.

Adaptation au nouveau support :

Interface intuitive : L'interface est pensée pour sa simplicité et son accessibilité, garantissant une navigation sans heurts. Les menus sont clairs, et l'accès aux informations essentielles, y compris les conditions de candidature, se fait de manière intuitive.

Multilinguisme : Reconnaisant la diversité linguistique des volontaires potentiels, le choix de la langue est mis en évidence dès la page d'accueil. Les informations clés sont disponibles en français et en anglais pour répondre aux besoins d'une audience internationale.

Choix créatifs nouveaux :

Section "Missions" interactive : Plutôt qu'une simple liste, une section interactive offre des vidéos illustrant diverses missions. Cela permet aux candidats de visualiser les responsabilités, rendant le processus de candidature plus concret.

Test de préparation interactif : Une section propose un test interactif simulant des scénarios réels. Ceci aide les candidats à mieux comprendre les attentes, à évaluer leur adéquation avec les missions, et à ajuster leurs disponibilités de manière informée.

Forum communautaire : Un espace de discussion encourage la création d'une communauté virtuelle. Les volontaires potentiels peuvent partager des expériences, poser des questions, et créer des liens, créant une atmosphère d'équipe avant même le début des Jeux.

Le site internet de candidature pour les volontaires aux J.O. 2024 fusionne harmonieusement avec la campagne tout en adoptant des choix créatifs pour maximiser l'accessibilité et

l'engagement. Il vise à être un outil inclusif et interactif, en phase avec les valeurs d'ouverture et d'inclusion des Jeux Olympiques de Paris 2024.

Description pour le site Internet des candidatures des volontaires aux J.O. 2024 1) Page d'Accueil :

- Logo et En-Tête :
 - Description : Le logo "Venez Partager" est élégant, utilisant la typographie "Montserrat" en majuscules. L'en-tête comprend le slogan "Venez Partager" en bleu olympique.
 - Justification : La typographie épurée de "Montserrat" évoque la modernité, tandis que le bleu olympique symbolise la confiance et l'universalité des Jeux.
 - Image de Fond :
 - Description : Une image vibrante de la chaîne humaine avec des volontaires et des athlètes, utilisant des teintes de rouge, vert et bleu.
 - Justification : Les couleurs vives représentent la diversité. Le filtre noir assure la lisibilité du texte. La position centrée crée un impact visuel.
 - Bouton de Candidature :
 - Description : Un bouton rouge passion avec le geste de soutien "Made for Sharing".
 - Justification : Le rouge passion attire l'attention. Le geste de soutien lie visuellement le bouton à la campagne, incitant à l'action.
 - Typographie : "Montserrat" en majuscules.
 - Couleur : Rouge passion.
 - Taille : 16px pour l'impact visuel.
 - 2) Page de Candidature :
 - Formulaire de Candidature :
 - Description : Fond blanc pour la clarté, champs de saisie soulignés en bleu olympique.
 - Justification : Le blanc symbolise la neutralité et la simplicité. Le bleu olympique ajoute de la couleur. La mise en surbrillance indique l'interaction.
 - Typographie : "Roboto" pour la lisibilité.
 - Couleur : Blanc pour le fond, bleu olympique pour les soulignements.
 - Taille : 12 px pour les champs.
 - Section d'Explication :
 - Description : Texte en gris foncé sur fond blanc.
 - Justification : Contraste élevé pour la lisibilité. Les couleurs sobres maintiennent la sobriété.
 - Typographie : "Open Sans".
 - Couleur : Gris foncé pour le texte, blanc pour le fond.
 - Taille : Moyenne pour une lecture confortable.
- Ajout de cases à cocher dans le formulaire :
- J'ai au moins 18 ans au 1er janvier 2024

● Case à cocher: []

- Je parle français et/ou anglais

● Case à cocher: []

- Je suis mobilisable au moins 10 jours entre l'ouverture du village des athlètes jusqu'à 2 jours après la clôture

- Case à cocher: []

3) Page de Témoignages :

- Galerie de Témoignages :
 - Description : Des images de volontaires avec des vidéos et des titres en bleu olympique.
 - Justification : Les images ajoutent une connexion humaine. Le bleu olympique maintient la cohérence.
 - Typographie : "Lato" pour les titres.
 - Couleur : Bleu olympique pour les titres.
 - Taille : Moyenne pour les titres.
- Fenêtre Modale de Témoignage :
 - Description : Texte en blanc sur fond sombre avec une fenêtre modale pour plus de détails.
 - Justification : Contraste élevé pour la lisibilité. La fenêtre modale garde l'attention sur le témoignage.
 - Typographie : "Quicksand".
 - Couleur : Blanc pour le texte, fond sombre.
 - Taille : Moyenne à grande pour la lisibilité.

4) Page de Contact :

- Formulaire de Contact :
 - Description : Fond blanc, titres en vert nature.
 - Justification : La simplicité du blanc, le vert nature ajoute de la couleur.
 - Typographie : "Poppins" pour les titres.
 - Couleur : Blanc pour le fond, vert nature pour les titres.
 - Taille : Moyenne pour les titres, légèrement plus petite pour le texte du formulaire.
- Carte Interactive :
 - Description : Texte noir sur fond blanc pour les étiquettes de localisation sur la carte.
 - Justification : Contraste élevé pour la lisibilité.
 - Typographie : "Raleway".
 - Couleur : Noir pour le texte, blanc pour le fond.
 - Taille : Moyenne pour la lisibilité.

5) Footer :

- Liens et Icônes des Réseaux Sociaux :
 - Description : Liens en gris foncé, devenant bleu olympique au survol. Icônes des réseaux sociaux dans leurs couleurs d'origine.
 - Justification : Contraste élevé pour les liens. Couleurs d'origine pour les icônes pour la reconnaissance.
 - Typographie : "Nunito".
 - Couleur : Gris foncé pour les liens.

- Taille : Moyenne pour les liens, petites pour les icônes.

6) Mobile Responsiveness :

- Menu Hamburger :

- Description : Texte blanc sur fond noir pour le contraste.
- Justification : Contraste élevé pour la lisibilité sur des écrans plus petits.
- Typographie : "Quicksand".
- Couleur : Blanc pour le texte, noir pour le fond.
- Taille : Suffisamment grande pour la facilité d'utilisation sur mobile.

7) Choix Créatifs Nouveaux :

- Section "Missions" Interactive :
 - Description : Vidéos interactives pour illustrer les missions.
 - Justification : Engagement visuel pour rendre les missions tangibles.
 - Couleur : En accord avec le thème global.
 - Typographie : La même que la page d'accueil.
 - Taille : Moyenne pour une visualisation claire.
- Test de Préparation Interactif :
 - Description : Test interactif simulant des situations réelles.
 - Justification : Prépare les candidats de manière interactive.
 - Couleur : En accord avec le thème global.
 - Typographie : La même que la page d'accueil.
 - Taille : Moyenne pour la lisibilité.
- Forum Communautaire :
 - Description : Espace interactif pour la communauté des volontaires.
 - Justification : Renforce le sentiment d'appartenance et de communauté.
 - Couleur : En accord avec le thème global.
 - Typographie : La même que la page d'accueil.
 - Taille : Moyenne pour une lecture confortable.

Ces choix visuels et typographiques sont soigneusement sélectionnés pour créer une esthétique harmonieuse tout en assurant une expérience utilisateur optimale.