



Ce document a été mis en ligne par l'organisme [FormaV®](#)

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :

www.formav.co/explorer

Corrigé du sujet d'examen - E1 - Cultures de la communication - BTS COMMUNICATION (Communication) - Session 2014

1. Contexte du sujet

Ce sujet d'examen de BTS Communication de la session 2014 porte sur la thématique de la jeunesse à travers un poème d'Arthur Rimbaud et une campagne de communication sur les "emplois d'avenir". Les étudiants doivent analyser la conception de la jeunesse par Rimbaud et évaluer la pertinence de la communication actuelle à ce sujet.

2. Correction question par question

Question 1

Idée de la question : Mettre en évidence la conception que se fait Rimbaud de la jeunesse.

Raisonnement attendu : L'étudiant doit analyser le poème pour dégager les thèmes liés à la jeunesse, tels que l'insouciance, l'amour, et la légèreté de vivre à cet âge. Il doit également évoquer le style et les images poétiques qui illustrent ces idées.

Réponse rédigée modèle :

Dans le poème "Roman", Rimbaud présente la jeunesse comme une période d'insouciance et de légèreté. Par exemple, les vers « On n'est pas sérieux, quand on a dix-sept ans » soulignent la frivolité et la joie de vivre de cet âge. Les images des « tilleuls » et des « cafés éclatants » évoquent une atmosphère festive et agréable, propice à l'évasion. La jeunesse est également liée à l'amour, comme en témoigne la mention des baisers et des sonnets, qui montrent un idéal romantique et une naïveté touchante. Rimbaud utilise des métaphores et des comparaisons pour renforcer cette vision, faisant de la jeunesse un moment éphémère et précieux, rempli de promesses et de rêves.

Question 2

Idée de la question : Évaluer si les campagnes de communication actuelles mettent en avant qu'« on n'est pas sérieux, quand on a dix-sept ans ».

Raisonnement attendu : L'étudiant doit apporter des exemples concrets de campagnes actuelles qui reflètent ou non cette idée, en analysant leur contenu et leur ton.

Réponse rédigée modèle :

Les campagnes de communication actuelles, notamment celles ciblant les jeunes, semblent parfois confirmer l'idée que « on n'est pas sérieux, quand on a dix-sept ans ». Par exemple, les publicités pour des festivals de musique ou des événements festifs mettent en avant un mode de vie insouciant et ludique. De même, certaines marques de vêtements utilisent des visuels colorés et des slogans accrocheurs qui évoquent la légèreté et la joie de vivre. Cependant, d'autres campagnes, comme celles axées sur l'emploi ou la formation, adoptent un ton plus sérieux, soulignant l'importance de l'engagement et de la responsabilité. Ainsi, bien que certaines communications reflètent cette insouciance, d'autres cherchent à responsabiliser les jeunes, montrant une dualité dans la représentation de la jeunesse dans la communication contemporaine.

3. Deuxième partie

Question A1

Idée de la question : Analyser les procédés utilisés dans la campagne de communication sur les « emplois d'avenir » pour atteindre la cible « jeune ».

Raisonnement attendu : L'étudiant doit examiner les éléments visuels et textuels des documents fournis pour identifier les techniques de communication adaptées à un public jeune.

Réponse rédigée modèle :

La campagne de communication sur les « emplois d'avenir » utilise plusieurs procédés pour séduire la cible jeune. Tout d'abord, les couleurs vives et les designs modernes des supports attirent l'œil et évoquent une atmosphère dynamique. De plus, le langage employé est accessible et engageant, utilisant des termes familiers aux jeunes. Les images représentent des jeunes actifs et heureux, ce qui permet de créer une identification immédiate avec la cible. Enfin, la mise en avant des avantages concrets, tels que la formation et l'accompagnement, répond aux attentes des jeunes en matière de soutien dans leur insertion professionnelle.

Question A2

Idée de la question : Évaluer si la campagne sur les emplois d'avenir tient compte de la représentation que Rimbaud propose de la jeunesse.

Raisonnement attendu : L'étudiant doit comparer la vision romantique et insouciante de Rimbaud avec les messages de la campagne actuelle.

Réponse rédigée modèle :

La campagne sur les emplois d'avenir semble en partie en décalage avec la représentation de la jeunesse proposée par Rimbaud. Alors que Rimbaud évoque une jeunesse insouciante et rêveuse, la campagne met l'accent sur la responsabilité et l'engagement professionnel. Cependant, elle reconnaît également les aspirations des jeunes à trouver leur place dans la société, ce qui peut être vu comme une forme de maturité. Ainsi, bien que la campagne n'incarne pas l'insouciance rimbaudienne, elle répond à un besoin d'accompagnement et de soutien, ce qui peut être perçu comme une évolution de la perception de la jeunesse dans le contexte actuel.

Question B

Idée de la question : Proposer une déclinaison de la carte postale en bannière web animée.

Raisonnement attendu : L'étudiant doit concevoir une bannière en tenant compte des éléments de la carte postale tout en respectant les spécificités du support web.

Réponse rédigée modèle :

Pour la bannière web animée, je propose de conserver les éléments graphiques principaux de la carte postale, tels que les couleurs vives et les images de jeunes en action. La bannière pourrait comporter un texte dynamique qui invite à découvrir les « emplois d'avenir », avec des animations de transition entre les différentes images. Il serait important de garder un message clair et concis, adapté au format réduit, tout en intégrant un appel à l'action, comme « Découvrez votre avenir ! ». Cette approche maintiendrait une cohérence avec les supports de communication analysés, tout en tenant compte de l'interactivité et de l'attrait visuel propres au web.

4. Synthèse finale

Dans ce corrigé, les étudiants doivent être attentifs à plusieurs points :

- Lire attentivement les textes et les documents fournis pour en extraire les idées principales.
- Structurer leurs réponses de manière claire, en répondant précisément à chaque question.
- Utiliser des exemples concrets pour illustrer leurs propos, notamment en ce qui concerne les campagnes de communication.
- Éviter de mélanger les idées de manière désordonnée et veiller à respecter le temps imparti pour chaque question.

Conseils méthodologiques

Pour réussir cette épreuve, il est conseillé de :

- Faire un plan détaillé avant de rédiger pour structurer ses idées.
- Utiliser un vocabulaire approprié et des tournures de phrases claires.
- Relire ses réponses pour corriger les fautes d'orthographe et de syntaxe.
- Gérer son temps efficacement pour ne pas se retrouver à court pour les dernières questions.

© FormaV EI. Tous droits réservés.

Propriété exclusive de FormaV. Toute reproduction ou diffusion interdite sans autorisation.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.