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 consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du BP Génie Climatique, veuillez visiter :
bp-genie-climatique.fr/annales-sujets-et-corriges

BP Génie Climatique

E5 - EXPRESSION FRANCAISE ET OUVERTURE SUR LE MONDE

Session 2005 • Code sujet : **E5** • Durée : **3h** • Coefficient : **3**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Définition de la télé-réalité et engouement pour Loft Story** (3 questions) — **Page 3**
2. **La mise en scène de Loft Story et la diffusion internationale du format** (2 questions) — **Page 5**
3. **Interprétation d'un dessin humoristique** (1 question) — **Page 6**
4. **Votes télévisuels et enjeux économiques de la télé-réalité** (2 questions) — **Page 7**
5. **L'opinion des Français sur les programmes télévisés** (2 questions) — **Page 8**
6. **Représentation graphique et interprétation d'un sondage** (2 questions) — **Page 9**
7. **Réflexion argumentée sur le phénomène de la télé-réalité** (1 question) — **Page 11**
8. **Signification et rôle de l'ANPE** (1 question) — **Page 12**
9. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 13**

Sujet officiel (PDF) : https://bp-genie-climatique.fr/assets/annales/bp-genie-climatique/U50 - Expression française et ouverture sur le monde/2005/BP Génie Climatique - U50 - Expression française et ouverture sur le monde - Session 2005 - 1-Sujet.pdf

1. Définition de la télé-réalité et engouement pour Loft Story

Un entretien croisé avec les sociologues Monique Dagnaud et Dominique Mehl présente les évolutions des reality shows et de la télé-réalité. Il aborde les motivations des participants ainsi que les raisons de l'engouement du public pour Loft Story.

Question 1. Quelles différences Monique Dagnaud fait-elle entre les « reality shows » et la télé-réalité ?

Monique Dagnaud distingue les *reality shows* des années 1980-1990, fondés surtout sur des témoignages et des confessions où des personnes exposent leurs problèmes ou leurs souffrances privées, de la télé-réalité actuelle. Celle-ci prend davantage la forme d'un divertissement compétitif : les participants affrontent des épreuves, leurs réactions sont observées et certains sont éliminés. Le jeu teste ainsi leur vulnérabilité. Le gain peut être un prix ou, comme dans *Loft Story*, l'accès à la notoriété médiatique.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Les *reality shows* exposent surtout des confessions intimes ; la télé-réalité actuelle organise des compétitions, des épreuves et des éliminations.

Question 2. Comment expliquez-vous la motivation des participants à ces émissions de télé-réalité ?

Les participants espèrent que leur passage à la télévision transformera leur vie. Monique Dagnaud décrit notamment des jeunes en situation d'incertitude affective, scolaire ou professionnelle, qui voient l'exposition médiatique comme une voie rapide vers la réussite. Ils recherchent aussi la reconnaissance et la notoriété, même si le succès est souvent éphémère.

- La télévision peut leur offrir une promotion sociale accélérée.
- Dans *Loft Story*, le prix à gagner est précisément la visibilité médiatique.
- Les producteurs sélectionnent des candidats à l'aise avec l'exposition de leur apparence et de leur intimité.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Les candidats espèrent changer de vie et obtenir reconnaissance, notoriété et promotion sociale grâce à leur exposition télévisée.

Question 3. Relevez les deux arguments soulevés par Dominique Mehl pour justifier l'engouement des Français pour Loft Story.

Dominique Mehl explique l'engouement pour *Loft Story* par deux éléments principaux :

1. Le téléspectateur est actif : en votant pour éliminer des candidats, il intervient dans le déroulement de l'émission et se réapproprie son histoire.
2. Les candidats sont des personnes ordinaires, qui ne sont ni des héros ni des individus exceptionnellement diplômés ou compétents. Le public peut donc facilement s'identifier à eux et se reconnaître à l'écran.

Ces deux facteurs renforcent l'implication du public dans le programme.

✓ RÉPONSE À RETENIR

L’engouement repose sur l’interactivité des votes et sur l’identification des téléspectateurs à des candidats ordinaires.

2. La mise en scène de Loft Story et la diffusion internationale du format

L'article retrace l'origine du concept Big Brother et son exportation dans de nombreux pays. Il décrit la surveillance et la scénarisation de Loft Story ainsi que la sélection des candidats.

Question 4. Relevez trois exemples qui prouvent que le concept même de l'émission « authenticité et direct » est bafoué.

Le document oppose la promesse d'authenticité et de direct à trois procédés concrets : les trucages fabriquent certaines situations, l'histoire et les dialogues sont scénarisés, et la diffusion en différé permet de contrôler les propos des participants. L'émission ne restitue donc pas spontanément leur vie : elle la met en scène et la filtre pour la télévision.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Trucages, scénarisation de l'histoire et des dialogues, diffusion en différé pour contrôler les propos.

Question 5. En quoi peut-on parler de phénomène planétaire pour ce nouveau type d'émission ?

Le concept naît aux Pays-Bas, où « Big Brother » est lancé en septembre 1999 et attire 55 % des téléspectateurs. Il est ensuite exporté dans près de vingt-sept pays. Son inventeur le diffuse à l'échelle internationale par l'intermédiaire de sa société Endemol, qui produit trois cents programmes dans le monde. Cette origine étrangère, ces reprises dans de nombreux pays et cette production internationale justifient l'idée d'un phénomène planétaire.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Né aux Pays-Bas, le concept est exporté dans près de vingt-sept pays et diffusé internationalement par Endemol.

3. Interprétation d’un dessin humoristique

Le dessin montre deux téléspectateurs devant une émission de divertissement où un concours consiste à manger des boudins. Leur échange évoque aussi un attentat à Bagdad, juxtaposant le spectacle télévisuel et une actualité tragique.

Question 6. En un paragraphe, expliquez ce qu’a voulu dénoncer l’auteur de ce dessin.

Le dessin met en parallèle un concours télévisé grotesque, où l’on mange des boudins, et un attentat à Bagdad. L’homme refuse le concours parce qu’il préfère suivre l’annonce de l’attentat. Ce renversement ironique dénonce l’attrait du public pour le spectacle, qu’il soit futile ou tragique : même la violence réelle devient un contenu télévisuel consommé avec curiosité. Le dessin critique ainsi une télévision qui transforme des événements de nature très différente en spectacles concurrents.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le dessin dénonce la transformation du divertissement futile comme de l’actualité tragique en spectacles télévisuels.

4. Votes télévisuels et enjeux économiques de la télé-réalité

L'article souligne le paradoxe entre l'abstention aux consultations électorales et les votes payants des téléspectateurs pour des émissions. Il détaille les recettes tirées des appels, des SMS, de la publicité et des partenariats autour de Star Academy.

Question 7. Que pensez-vous de l'attitude paradoxale des Français mise en relief dans le chapeau de l'article ?

Le chapeau oppose l'abstention lors d'élections gratuites à des votes télévisuels payants. Ce contraste peut sembler paradoxal : les téléspectateurs se mobilisent pour choisir un chanteur ou un sportif, mais pas toujours pour participer à la vie démocratique. Le vote télévisuel, immédiat et associé au divertissement, ne comporte toutefois pas les mêmes enjeux que le vote électoral, qui contribue aux décisions collectives. L'article invite ainsi à s'interroger sur la place accordée au spectacle et sur la valeur accordée à la participation citoyenne.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le paradoxe tient à une mobilisation payante pour le divertissement, alors que la participation électorale, gratuite et collective, recule.

Question 8. Relevez dans l'article la phrase qui montre l'enjeu de la télé-réalité pour les chaînes de télévision.

La phrase demandée figure au début de l'article, dans le passage consacré aux recettes de la télé-réalité. Elle énonce directement l'intérêt économique que les chaînes tirent des votes par SMS et par téléphone. Les chiffres qui suivent détaillent aussi les recettes publicitaires et le partage des revenus avec les partenaires. Il faut donc retenir la phrase générale qui annonce cet enjeu, plutôt qu'un chiffre isolé concernant une émission ou un partenaire.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> « Pour toutes les chaînes, la télé-réalité a été un moyen de générer des revenus supplémentaires grâce aux votes par SMS et par téléphone. »

5. L’opinion des Français sur les programmes télévisés

L’article rapporte les résultats d’un sondage sur le mécontentement des Français et leur perception des émissions de télé-réalité. Jean-Pierre Cottet, ancien directeur général de France 5, commente le décalage entre la consommation télévisuelle et l’insatisfaction déclarée.

Question 9. D’après ce sondage, comment les Français qualifient-ils les émissions de télé-réalité ?

Le sondage décrit surtout les émissions comme **voyeuristes** : 62,3 % des personnes interrogées estiment que ce qualificatif s’applique plutôt bien. Elles sont également jugées **vulgaires** par 56,4 %. Enfin, pour 59,3 % des répondants, le qualificatif « divertissantes » s’applique plutôt mal. Les réponses montrent donc une perception majoritairement négative, sans que tous les sondés partagent ces avis.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Les émissions sont surtout qualifiées de voyeuristes et de vulgaires, et jugées peu divertissantes.

Question 10. Comment l’ancien directeur de France 5 explique-t-il ce comportement ?

Jean-Pierre Cottet explique le décalage entre la consommation télévisuelle et l’insatisfaction déclarée par la mauvaise image que les Français associent au plaisir de regarder la télévision. Ils le vivent souvent comme un « péché » ou comme une marque de médiocrité intellectuelle. Ils peuvent ainsi regarder de plus en plus la télévision tout en affirmant ne pas être satisfaits des programmes.

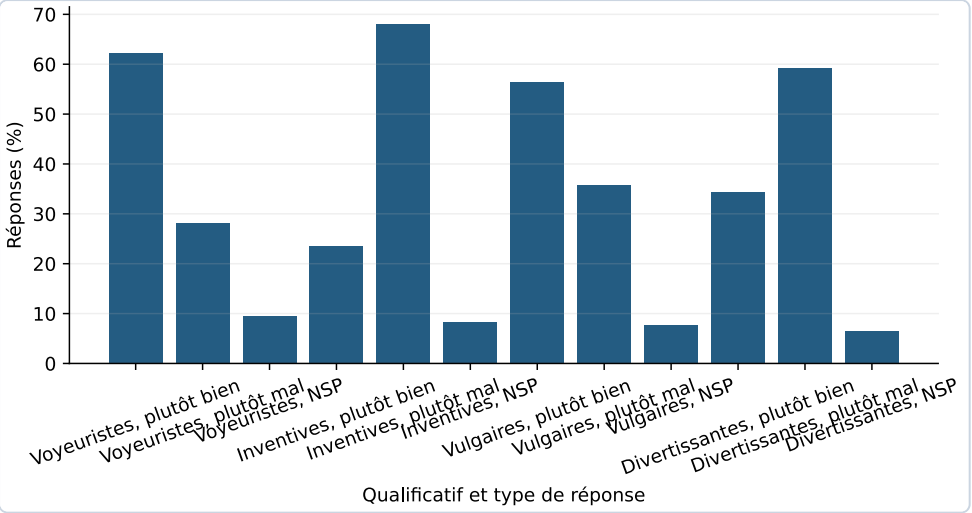
> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Les Français associent le plaisir de regarder la télévision à la culpabilité et à une forme de médiocrité intellectuelle.

6. Représentation graphique et interprétation d’un sondage

Un tableau présente, en pourcentage, les avis sur quatre qualificatifs appliqués aux émissions de télé-réalité, selon les réponses « plutôt bien », « plutôt mal » ou NSP. Le candidat doit convertir ces résultats en graphique en barres puis commenter le titre du document à partir du graphique.

Question 11. Sur la feuille millimétrée ci-jointe, transformez ce tableau en graphique en barres en respectant l’échelle indiquée : 1 cm = 10 %.

Tracer un diagramme en barres groupées : pour chaque qualificatif, représenter les réponses « plutôt bien », « plutôt mal » et « NSP ». Graduer l’axe vertical de 0 à 70 %, par pas de 10 %. Avec l’échelle demandée, la hauteur de chaque barre en centimètres est égale au pourcentage divisé par 10. Les douze barres doivent être distinguées par une légende indiquant les trois types de réponse.

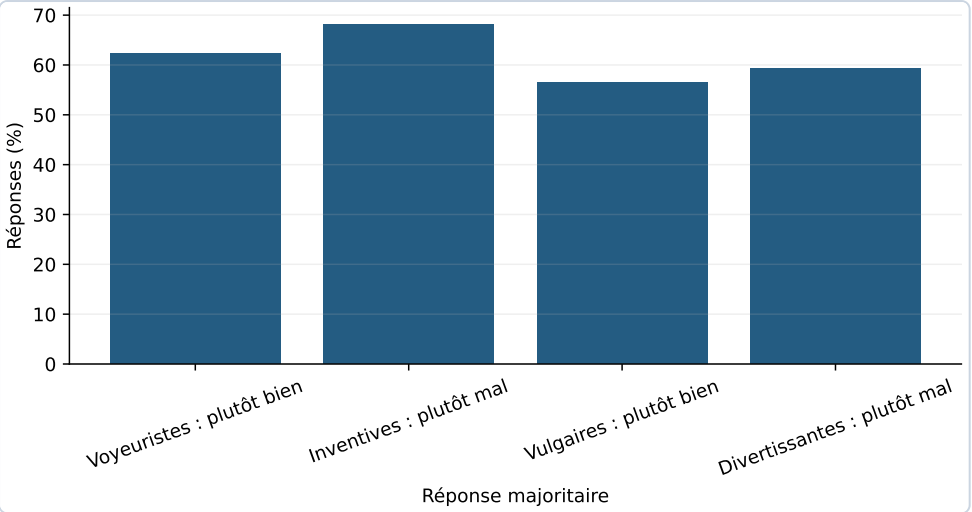


✓ RÉPONSE À RETENIR

Voyeuristes : 62,3 %, 28,1 %, 9,6 % ; inventives : 23,5 %, 68,1 %, 8,4 % ; vulgaires : 56,4 %, 35,8 %, 7,8 % ; divertissantes : 34,3 %, 59,3 %, 6,4 %.

Question 12. Expliquez et commentez le titre « La télé-réalité rend-elle schizo ? » à l’aide de votre graphique.

Le titre reprend familièrement le mot « schizo », qui évoque la schizophrénie, mais le sondage ne mesure ni une maladie ni un effet des émissions sur la santé mentale. Il met en évidence des jugements défavorables : 62,3 % trouvent les émissions voyeuristes et 56,4 % vulgaires ; 68,1 % les jugent peu inventives et 59,3 % peu divertissantes. Le titre est donc provocateur et joue sur des perceptions contrastées.



✓ RÉPONSE À RETENIR

Le titre est une formule provocatrice : le sondage révèle des avis majoritairement défavorables, mais ne démontre aucun effet sur la santé mentale.

7. Réflexion argumentée sur le phénomène de la télé-réalité

La synthèse demande de réfléchir au phénomène de la télé-réalité en s'appuyant sur les six documents du dossier et sur les connaissances du candidat. Le texte doit être organisé, argumenté et compter une trentaine de lignes, selon plusieurs critères de capacité indiqués au barème.

Question 13. Dans un texte organisé et argumenté d'une trentaine de lignes, en vous appuyant sur les documents et vos connaissances, proposez une réflexion sur le phénomène de la télé-réalité.

Axe	Documents 1 et 2	Documents 3 et 4	Documents 5 et 6
Attrait et diffusion	D1 : identification aux candidats et vote interactif. D2 : succès initial aux Pays-Bas, puis diffusion dans vingt-sept pays.	D3 : le dessin caricature l'emprise de la télévision sur le téléspectateur. D4 : le public paie pour voter par téléphone ou SMS.	D5 : le mécontentement coexiste avec la consommation télévisuelle.
Réalité et spectacle	D1 : des personnes ordinaires exposent leur intimité. D2 : sélection, surveillance et scénarisation contredisent l'authenticité annoncée.	D4 : les votes et les recettes commerciales révèlent les enjeux économiques.	D6 : 62,3 % jugent les émissions voyeuristes, 56,4 % vulgaires et 59,3 % peu divertissantes.
Enjeux sociaux	D1 : candidats en quête de reconnaissance et de notoriété, souvent éphémère.	D3 : le spectateur est montré absorbé par l'écran.	D5 et D6 : les jugements critiques n'empêchent pas l'audience.

Problématique : pourquoi la télé-réalité fascine-t-elle malgré les critiques qu'elle suscite ? **Plan :** son attrait et sa diffusion, ses procédés et intérêts, puis ses limites.

Introduction : La télé-réalité transforme des vies ordinaires en spectacle. **Développement :** L'identification aux candidats et la possibilité de voter impliquent le public. Exporté à l'international, le format promet aussi notoriété aux participants. Pourtant, l'intimité est sélectionnée, surveillée et scénarisée. Les appels, les SMS et la publicité en font également un produit commercial. Le dessin souligne l'emprise de l'écran, tandis que les sondages révèlent une forte critique : les émissions sont souvent jugées voyeuristes, vulgaires et peu divertissantes. **Conclusion :** La télé-réalité séduit donc autant qu'elle dérange. Elle révèle le pouvoir de la télévision, le désir de visibilité et la contradiction entre consommation et insatisfaction.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> La télé-réalité séduit par l'identification et l'interactivité, mais son intimité mise en scène, son exploitation commerciale et les critiques qu'elle suscite révèlent ses limites.

8. Signification et rôle de l’ANPE

Une question de législation du travail porte sur l’ANPE, organisme lié à la recherche d’emploi. Le candidat doit développer le sigle et préciser le rôle de cet organisme.

Question 14. Que signifie le sigle A.N.P.E. ? Quel est son rôle ?

A.N.P.E. signifie « Agence nationale pour l’emploi ». Cet organisme public avait pour mission de faciliter le retour à l’emploi : il accompagnait les demandeurs d’emploi dans leurs démarches, recueillait les offres proposées par les employeurs et favorisait la rencontre entre candidats et recruteurs. Il informait également les personnes sur les emplois disponibles et les aidait à organiser leur recherche.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> A.N.P.E. : Agence nationale pour l’emploi. Elle accompagne les demandeurs d’emploi et rapproche les candidats des employeurs.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2005)

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve E5 du BP Équipements sanitaires, session 2005, dure trois heures et a un coefficient 3. Le dossier intitulé « La télé-réalité » examine ses formats, sa mise en scène, ses enjeux économiques et sa réception. Les compétences évaluées comprennent compréhension et interprétation de documents, lecture statistique, réalisation graphique, argumentation, synthèse et législation du travail.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Les reality shows des années 1980-1990 reposent surtout sur des témoignages et confessions, tandis que la télé-réalité met davantage en scène compétition et élimination.
- Pour construire le graphique en barres, respecter l'échelle donnée : 1 cm représente 10 %.
- L'interprétation du sondage distingue les réponses « plutôt bien », « plutôt mal » et NSP pour chacun des qualificatifs.
- Une synthèse argumentée organise une réflexion étayée à la fois par les documents du dossier et les connaissances personnelles.

Points de vigilance & attentes du jury

- Pour les questions de relevé, donner le nombre précis d'exemples ou d'arguments demandé et les rattacher au document.
- Sur le graphique, respecter l'échelle, identifier les catégories et modalités, et rendre les valeurs lisibles.
- Pour commenter le titre, comparer les données du graphique et appuyer l'explication sur des pourcentages précis.
- Pour la synthèse, construire un texte cohérent d'une trentaine de lignes en mobilisant les documents et ses connaissances.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment construire le graphique en barres demandé ?

Pour chaque qualificatif, représentez les modalités « plutôt bien », « plutôt mal » et NSP avec des barres distinctes, selon une échelle où 1 cm vaut 10 %. Ajoutez axes, graduations, titre et légende pour rendre les données lisibles.

Q : Comment interpréter les réponses du tableau sans confondre les pourcentages ?

Pour chaque qualificatif, distinguez les réponses « plutôt bien », « plutôt mal » et NSP. Comparez les proportions, puis appuyez votre commentaire sur les valeurs utiles, par exemple les avis majoritaires sur le caractère voyeuriste ou divertissant.

Q : Combien de points et de temps faut-il consacrer à chaque question ?

L'épreuve dure 3 heures et le barème attribue 8 points au graphique, 20 à la synthèse et 3 à la question sur l'ANPE. Répartissez le temps selon les points, tout en gardant un moment pour relire vos réponses.

Q : Quels critères le jury attend-il dans la synthèse ?

Le sujet demande un texte organisé et argumenté d'une trentaine de lignes, fondé sur les documents et vos connaissances. Le barème répartit les points entre plusieurs capacités : développez une réflexion cohérente et justifiez vos idées.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bp-genie-climatique.fr/assets/annales/bp-genie-climatique/U50 - Expression française et ouverture sur le monde/2005/BP Génie Climatique - U50 - Expression française et ouverture sur le monde - Session 2005 - 1-Sujet.pdf
Ressources BP Génie Climatique : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

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.