

**EPREUVE D'ANALYSE SYNTHÈSE**

Durée : 3 h

**Mercredi 11 juillet 2007 de 9h15 à 12h15**

**Candidats bénéficiant de la mesure  
Tiers-temps » de 9h35 à 13h35**

**Aucun document n'est autorisé**

**L'énoncé comporte 7 pages**

Cet exercice comporte deux parties **OBLIGATOIRES**

- 1. SYNTHÈSE (60% de la note)**
  - 2. REFLEXION ARGUMENTÉE (40% de la note)**
-

**Cet exercice comporte deux parties obligatoires :**

**1) SYNTHESE (60% de la note)**

Le candidat rédigera une **note de synthèse**, titrée, présentant les idées essentielles des trois textes de ce dossier sans aucun jugement personnel ou en évitant toute citation ou toute paraphrase<sup>1</sup> du texte. Il confrontera les points de vue exposés par les auteurs sur l'objet commun de leurs réflexions. Confronter signifie mettre en valeur les convergences et les divergences entre les auteurs, ce qui implique bien évidemment que chaque idée soit attribuée à son auteur désigné par son nom.

Cette note comportera **550 mots**<sup>2</sup> (+ ou - 50 mots). Toute tranche entamée de 25 mots, au-delà ou en deçà de ces limites, entraînera une pénalisation d'un maximum de 2 points retranchés. Le titre ne compte pas dans le nombre de mots. Les références aux auteurs et aux textes cités sont comptabilisées.

Le candidat indiquera le nombre de mots à la fin de sa synthèse. Il insérera dans le texte de sa note de synthèse, tous les cinquante mots, une marque très visible, faite à l'encre et composée de deux traits : // , cette marque sera répercutée dans la marge. Il donnera aussi un titre au résumé du dossier. Ce titre ne compte pas dans le nombre de mots mais il sera pris en compte pour affiner la notation.

Les éléments de la notation seront les suivants :

- perception de l'essentiel (c'est-à-dire compréhension des idées et élimination de l'accessoire, aptitude à mettre en évidence les points communs et les divergences), pertinence du titre.

- composition d'un compte-rendu aussi fidèle et aussi complet que possible (c'est-à-dire restituant exhaustivement la confrontation). La synthèse doit être entièrement rédigée et ne pas comporter d'abréviations ou de noms d'auteurs entre parenthèses par exemple.

- clarté de la synthèse (c'est-à-dire aptitude à présenter clairement la question et à élaborer un plan rigoureux et pertinent envisageant successivement les différents aspects du thème, capacité à faire ressortir nettement le plan par la présentation des idées dans des paragraphes distincts, éventuellement en ouvrant chaque partie par une question, et par la présence de très courtes introduction et conclusion obligatoires).

- présentation matérielle et expression : lisibilité de l'écriture, orthographe, syntaxe, ponctuation, accentuation, qualité du style, vocabulaire (clarté et précision, absence d'impropriétés, maîtrise des polysémies).

---

<sup>1</sup> Paraphrase : énoncé synonyme d'un autre énoncé moins long ; commentaire verbeux et diffus d'un texte

<sup>2</sup> On appelle « mot » toute unité typographique limitée par deux blancs, par deux signes typographiques, par un signe typographique et un blanc ou l'inverse. Les lettres euphoniques ne sont pas considérées comme des mots. Un millésime (2005 par exemple) est un mot. À titre d'illustration : « c'est-à-dire » compte pour 4 mots, « aujourd'hui » pour deux mots et « va-t-on » pour deux mots, car « t » y étant la lettre euphonique, ne compte pas.

**2) REFLEXION ARGUMENTEE (40 % de la note)**

Ensuite le candidat répondra en **120 mots** maximum à la question suivante :

Les mondes virtuels : nouvel espace pour l'imaginaire ou nouvelle source de profits ?

Le candidat justifiera sa réponse, personnelle, avec un ou deux arguments essentiels qu'il peut éventuellement illustrer.

## TEXTE 1

« Je suis née le 16 octobre 2006. Parmi tous les noms disponibles ce jour-là, j'ai opté pour celui de Clara Bader. J'aurais pu choisir d'être un homme, un animal, un robot, un ovni, j'ai préféré être une femme. Mon physique, je l'ai défini à partir d'un profil-type dont j'ai précisé à coups de curseur toutes les composantes. J'ai réussi à faire de moi une jolie brune plutôt bien équilibrée. Puis je suis passée un moment au vestiaire avant de faire mon entrée, enfin, dans **Second Life**.

C'est quoi **Second Life** ? Un monde virtuel en ligne et en 3 D qui ressemble à un jeu vidéo...mais qui n'en est pas un. Un « **univers persistant social et collaboratif** » créé en 2003 par Linden Lab, une société californienne, dans lequel on vient s'offrir une deuxième vie. Une simulation de la réalité qui permet de se divertir, nouer des amitiés, expérimenter des formes de sexualité inédites, créer des biens et des services et pourquoi pas gagner sa vie.

Mais aussi une économie parallèle qui dispose de sa propre monnaie, le linden dollar (LS), convertible en billets verts (environ 275 L\$ pour 1 US\$ ), et où les échanges commerciaux s'élèvent jusqu'à 600 000 US\$ par jour. Une sorte de Terre promise qui accueille déjà plus d'un million de participants- chiffre qui croît au rythme de 36 % par mois- de toutes nationalités, et qui, en dehors des technophiles et des amateurs de jeux multijoueurs en ligne, attire désormais les médias, les artistes, les marques, les multinationales, les organisations gouvernementales et même des hommes politiques. **Second Life** : un phénomène qui bouleverse complètement les frontières entre réel et virtuel et qui préfigure un aspect de l'Internet de demain.

Première impression quand on débarque ? Celle d'évoluer dans un vaste dessin animé dont on serait l'un des nombreux personnages. Je suis à Welcomme Area, l'île des nouveaux arrivants, sorte de terre vierge avec ses rochers, ses collines, ses plages et ses cocotiers. Ici, l'on apprend via des panneaux interactifs ou les conseils avisés de résidents volontaires (les mentors) l'art et la manière de communiquer par tchat (tandis que l'on tape ce qu'on veut dire, l'avatar mime l'action sur l'écran), de se déplacer (on utilise les touches « flèche » du clavier) en marchant ou en volant -expérience irrésistible. Je m'en vais comme ça dans les airs, au gré du vent dont le bruissement me parvient en fond sonore, survole des immensités verdoyantes, des forêts, des lacs sur lesquels cabotent des bateaux de plaisance, des villes, des centres commerciaux, des châteaux, des cathédrales, des bords de mer ...

Tous ces décors, tout ce qui les constitue jusque dans les moindres détails ont été créés par les résidents de **Second Life** (les Slifers). C'est là l'une des particularités de ce monde en chantier continu : chacun peut participer à sa construction, le modeler selon son imagination, ce qui fait de lui le consommateur de son propre environnement.

(....)Dingue ? oui. Et ça ne s'arrête pas là. Après les particuliers, le phénomène **Second Life** intéresse désormais les grands noms du réel : depuis quelques mois on court de toute part pour avoir sa place parmi les avatars. Suzanne Vega est venue donner un concert. Regina Spektor s'est offert un loft où l'on peut venir écouter quelques-uns de ses titres et le groupe Duran-Duran s'est acheté une île. En août, c'est un homme politique, Mark Warner, candidat potentiel aux primaires démocrates pour la présidentielle américaine de 2008, qui s'est essayé à l'exercice du meeting virtuel.

Du côté des marques, on ouvre des magasins (Adidas, American Apparel, Reebok), des hôtels (Starwood) et l'on teste des produits réels par la vente de leurs répliques numériques (Toyota). L'intérêt ? Séduire pour induire dans la vie réelle des actes d'achat. La moyenne d'âge des Slifers est de 32 ans et la population compte 43 % de femmes, une cible de choix pour les acteurs de la grande conso. Bientôt, on en saura davantage : un cabinet d'études marketing français, Repères, étudie d'ores et déjà les usages et attitudes des Slifers. Et pour rendre compte de l'actualité bouillonnante du métaverse

(et inversement, y relayer les informations du monde réel), Reuters y a ouvert en octobre son desk où de vrais journalistes travaillent chaque jour.

Enfin l'ampleur du phénomène se lit à travers la présence des géants des technologies de l'information, Sun Microsystems, PA Consulting ou IBM. Pour explorer les développements possibles offerts par **Second Life**, ces compagnies font construire leurs bureaux par des studios spécialisés (...) et ont demandé à leurs employés de se créer des avatars. Rien que chez IBM, ils sont déjà 250... « **Après le e-business dont nous avons été les promoteurs, nous serons les champions du v-business** » déclare Algernon Spackler (de son vrai nom Roo Reynolds), un des missionnaires d'IBM de **Second Life**. Le v-business ou la possibilité de faire son marché en ligne dans des magasins en 3 D. Une idée qui s'illustre souvent par le même exemple, celui de l'avatar qui se baladera dans les rayons virtuels d'Amazon pour y acheter des livres mais aussi pour y discuter avec d'autres avatars, partager avec eux et en temps réel un intérêt commun. Sachant qu'Amazon est entré en mars dans le capital de Linden Lab, l'exemple ne doit rien au hasard...

22 novembre. Mon enquête est terminée. Après un mois de totale immersion, je peux revenir à la réalité. À la radio, les nouvelles sont accablantes : assassinat politique au Liban, économie française atone, surpêche dans les océans... Me reviennent alors quelques-uns des propos de Kéru le petit robot : « **Le virtuel, c'est une façon de se protéger du réel qui va mal, qui nous fait mal, face auquel on se sent impuissant.** » J'y vais ou j'y vais pas ? »

Diane Wulwek, Le Monde 2. N° 146 . 2 décembre 2006 - Pages 26. 30

## TEXTE 2

Moi, Adam REUTERS, journaliste dans Second Life

New York de notre correspondant

« Les consultants le répètent : les médias doivent suivre leur public sur l'Internet. L'agence de presse Reuters pousse cette logique un peu plus loin. Elle suit ses lecteurs même lorsqu'ils ont troqué leur forme humaine contre une apparence numérique. L'agence britannique a ouvert lundi un bureau dans le monde virtuel Second Life, où les participants sont représentés sous la forme d'avatars (lire ci-dessous).

C'est Adam Pasick, 30 ans, qui couvrait auparavant le secteur des médias, qui hérite du poste de correspondant permanent dans Second Life. À l'entendre, son avatar, appelé Adam Reuters, enquêtera en utilisant les mêmes techniques que n'importe quel journaliste. « *Je prévois de faire des récits à la première personne de ce que je vois et de mes rencontres* », explique le journaliste, basé à Londres. Aussi étrange que cela paraisse, il n'y a pas, selon lui, de grande différence avec le métier tel qu'il se pratique traditionnellement. Il s'agit de dénicher de bons sujets, d'enquêter en rencontrant des gens. « *Je compte m'intéresser beaucoup au monde des affaires et à la finance, raconte-t'il. C'est une économie en plein boom et je suis certain qu'il y a plein de sujets passionnants* ».

Une particularité de Second Life est en effet de donner naissance à une sorte d'économie parallèle disposant de sa propre monnaie le linden dollar. La page web présentant les premiers articles d'Adam Pasick affiche d'ailleurs un graphique montrant l'évolution de la parité de cette monnaie avec le dollar américain. Le journaliste a consacré un article à Ginko Financial, principale banque de Second Life dont l'activité est controversée. L'interview avec son patron a été effectuée par écran interposé grâce au système de messagerie du jeu.

**Confrères.** Comme tout journaliste, Adam Pasick se trouve confronté à la question de la confidentialité de ses sources. Comment gérer le « off » ? Que faire lorsque quelqu'un refuse de donner son identité ? Le journaliste a au moins un avantage sur ses confrères : une source ne peut tricher sur son identité d'avatar. Mais elle n'est pas obligée de révéler sa véritable identité. Ainsi, dans l'article sur Ginko Financial, le journaliste précise que le banquier n'a pas souhaité « *donner son nom et son lieu d'habitation dans la vie réelle* ». Adam Pasick a également consacré un article à la réflexion d'un comité du Congrès américain sur la manière dont les revenus créés dans les mondes virtuels pourraient être taxés. « *Je n'aurais jamais eu l'idée d'un tel sujet si je n'avais pas discuté avec des gens à l'intérieur de Second Life* », dit-il.

**Expérimentation.** Pour Reuters, il s'agit d'une expérimentation, sans limite de durée. Le but est de « *rentrer en contact avec un nouveau groupe de consommateurs qui ne connaissent pas forcément Reuters.* » et « *apprendre sur les mondes virtuels* », explique Adam Pasick. Les habitants de Second Life sont invités à se rendre au siège virtuel de l'agence. Ils peuvent découvrir les informations sur des écrans géants et s'équiper d'un petit appareil pour lire les dépêches. Ils peuvent aussi se retrouver pour débattre de l'actualité. Le correspondant n'a pas encore de bureau sur place. « *Je pense que je vais bientôt en avoir besoin*, dit-il. *Plusieurs centaines de gens sont venus me voir. Il est très difficile de parler avec quelqu'un en privé.* »

Laurent MAURIAC, Libération. Mercredi 18 octobre 2006

### TEXTE 3

#### **Second Life ou le nouveau business des mondes virtuels**

**Société.** Près d'un million d'avatars sont des résidents à part entière de la communauté virtuelle Second Life, dans laquelle se développe une véritable économie : 500 000 dollars y changent de mains chaque jour et un millier de personnes en vit.

Connaissez-vous Adam Reuters ? Comme son nom le suggère, c'est un chef de bureau de l'agence de presse Reuters. Sa seule particularité, c'est qu'il est chef d'un bureau 100% virtuel qui vient d'ouvrir ses portes dans Second Life. Cette communauté virtuelle en 3 D accueille près d'un million d'utilisateurs aujourd'hui et autant d'avatars, mais aussi de nombreuses marques, des e-commerçants, des artistes et des performers en tout genre.

Chacun peut y créer son propre territoire virtuel et y développer toutes sortes d'activités, lucratives ou non. Second Life dispose même de sa propre monnaie (le Linden Dollar) et il s'y dépense en moyenne 400 000 à 500 000 dollars par jour pour l'achat de biens et de services, matériels ou immatériels.

La prestigieuse université américaine Harvard y dispense des cours de droit ; CENT Network (maison mère de ZDNet.fr) y a construit une réplique à l'identique de son siège social, la chaîne d'hôtels de luxe Starwood y teste le nouveau design de ses établissements et le constructeur automobile Toyota a également choisi ce nouvel Eden virtuel pour introduire son nouveau modèle Scion xB.

#### **Banques, universités et e-commerce sont au rendez-vous**

Même la banque Wells Fargo dispose de son île dans Second Life et la compagnie Million of Us, qui conseille les marques sur le meilleur moyen d'utiliser ces nouveaux mondes virtuels pour assurer la promotion, y organise des réunions de travail virtuelles.

Au mois d'août dernier, la chanteuse Suzanne Vega y donnait son premier concert live et son homologue Regina Spektor a pris pour habitude d'organiser des « boeufs » entre amis dans son loft virtuel. Début octobre la compagnie Sun Microsystems était la première entreprise du classement Fortune 500 à organiser une conférence de presse virtuelle dans Second Life.

« Les gens font toutes sortes de choses dans Second Life, explique son fondateur Philip Rosedale, qu'il s'agisse de se retrouver entre amis, de construire la maison de ses rêves, de récolter de l'argent pour des œuvres de charité, de donner des conférences, d'enseigner, de faire de l'art, de créer des biens et des services qui seront vendus aux autres résidents, d'apporter de l'aide à ceux qui en ont besoin, d'éditer un journal ou de tomber amoureux...Tout ce que vous pouvez imaginer ».

### **Le Congrès américain se penche sur les revenus réalisés.**

Il y font aussi beaucoup de business. Son créateur estime qu'un bon millier de personnes vivent des activités qu'ils ont développées dans cette communauté virtuelle. Après y avoir passé des heures et des heures, Michael Buckbee, un résident de Virginia Beach a ainsi créé Fabjectory, une start-up qui fabrique sur commande des statuettes de leurs avatars pour les utilisateurs de Second Life.

Des avatars qu'American Apparel, dont les boutiques virtuelles ont pignon sur rue dans cet univers en 3 D, habille de façon originale. Et qui peuvent partir en vacances sur Stagecoach Island, une île virtuelle créée de toute pièce par la société Swivel Media basée à San Francisco.

Le Congrès américain commence d'ailleurs à se pencher sur le développement exponentiel de ces économies virtuelles et sur la manière de taxer les revenus qu'elles génèrent. Il n'y a pas de raison, estiment notamment certains de ses membres, qu'on puisse vendre une discothèque virtuelle dont on a développé la clientèle d'avatars et convertir le fruit de cette vente en dollars sonnants et trébuchants, sans déclarer la plus-value réalisée au fisc ».

Philippe ASTOR, ZDNet France, 19 octobre 2006