

**BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR**

*Session 2003*

**Epreuve de langue vivante étrangère**

**RUSSE**

**Groupe 1**

<b>SPECIALITES</b>	<b>Coefficient</b>
Action commerciale	1.5
Assurance	1
Banque	1
Communication des entreprises	1
Professions immobilières	1

Durée : 2 heures

**L'usage du dictionnaire bilingue est autorisé**

BTS du groupement I		Epreuve : Russe	
Session 2003	Durée : 2 heures	Page : 1/3	

## ТЕХТЕ

### О шоковой рекламе

В 1994 году в России был создан Общественный совет по рекламе. Совет рассматривает случаи некорректной рекламы и рекомендует клиентам и рекламопроизводителям различные изменения. Вот несколько примеров успешной деятельности Общественного совета:

1. Компания Sterling Health сняла с проката телерекламу «Колдкрема» после того, как клип, в котором звучало обещание «снять все симптомы гриппа», был признан некорректным. Медицинские эксперты также заявили, что они не могут подписаться под этой фразой.
2. В Москве проводится проверка наружной рекламы «на вредность». Дело в том, что рекламные щиты эротического содержания отрицательно действуют на водителей автомобилей. В непосредственной близости от эротических щитов зафиксирован рост ДТП (дорожно-транспортных происшествий). В случае признания «вредности» рекламы она будет удалена с дорожных магистралей, а на рекламодателей будет наложен штраф до 5 тысяч минимальных окладов.
3. В Москве были сняты рекламные щиты фирмы «Кукай», торгующей одеждой (на щите была изображена девушка в бикини, а по её животу шёл миниатюрный мужчина с газонокосилкой)\* и фирмы по производству кухонной мебели «Танго» (мужчина держал в объятиях девушку, а слоган гласил: «Я делаю ЭТО на кухне»). Обе рекламы были признаны оскорбительными.
4. В 1995 году был принят «закон о рекламе», который жёстко ограничил рекламу алкогольной и табачной продукции. В частности, в рекламных объявлениях не разрешается демонстрация процессов курения и употребления алкоголя, нельзя также ассоциировать эти вредные занятия с жизненным успехом, запрещено размещение наружной рекламы вблизи школ и детских учреждений. До 1996 года реклама алкоголя и табака на ТВ была разрешена после 22.00 часов, а с 1го января 1996 года полностью запрещена.
5. Московское управление Антимонопольного комитета вынесло в 1999 году более 90 решений о прекращении той или иной наружной рекламной кампании. При этом основной причиной этих решений явилось отсутствие на рекламных плакатах указания лицензий на рекламируемый вид деятельности. И лишь в 10 случаях — причиной послужило безнравственное, по мнению АМК, содержание рекламы.

\* Эта реклама получила первый приз на фестивале «Каннские львы».

Аргументы и факты. 2000.

BTS du groupement I		Epreuve : Russe	
Session 2003	Durée : 2 heures	Page : 2/3	

## Travail à faire par le candidat

### I. COMPRÉHENSION

Répondre en français aux questions suivantes :

1. Quelle est la fonction du Conseil supérieur (общественный) de la publicité?
2. Pourquoi le Conseil a-t-il demandé le retrait des publicités pour COLDREX?
3. Dans quels cas un publicitaire s'expose-t-il à une amende?
4. Quelles restrictions impose-t-on en Russie à la publicité pour l'alcool et le tabac?
5. Quelle réglementation spécifique s'applique aux panneaux d'affichage urbains? Pourquoi?

### II. EXPRESSION

Répondre en russe à la question suivante :

Какой интерес представляет использование на рекламных щитах фирм Кукай и Танго эротических образов? Для кого они «оскорбительны»? Какие вообще, по-вашему, плюсы и минусы «шоковой рекламы»?

BTS du groupement I		Epreuve : Russe	
Session 2003	Durée : 2 heures		Page : 3/3