

L'exploitation d'un spot publicitaire en classe de FLE

Fiche pédagogique

Nivel liceal, clasa a IX-a

**Profesor Raiciu Mihaela-Florentina, Colegiul Dobrogean „Spiru Haret”
Tulcea**

Une proposition de séquence didactique pour le FLE où nous pouvons travailler la compréhension et l'expression orale est la publicité d'un voyageur français FRAM (acronyme de Fer Route Air Mer), *Vous êtes bien en vacances!* by FRAM, (2016). C'est un spot de 0.31 secondes que nous pouvons utiliser pour parler des loisirs, un thème du programme scolaire pour la 9^{ème}.

Le lien vers la pub est https://www.youtube.com/watch?v=VNw9-kXh_zQ

Description

On voit un monsieur élégant et nerveux descendre d'un taxi devant un hôtel. Il traverse en vitesse la réception d'un hôtel, en ignorant la réceptionniste et s'avance vers la plage. Il semble chercher quelqu'un. Il regarde de tous les côtés, descend au bord de la mer et s'avance en vitesse vers un couple assis sur des chaise-longues. Le monsieur s'approche du jeune homme et lui demande s'il va bien et s'il n'a pas oublié quelque chose. Le jeune est très surpris de la visite de son patron mais ne comprend pas son attitude. Alors le patron lui crie : *Rentrez, rentrez de vacances !* C'est à ce moment-là que l'employé comprend et porte la main devant la bouche comme s'il avait complètement oublié de rentrer au travail.

Le slogan : *FRAM, vous êtes bien en vacances*

Transcription

Monsieur, s'il vous plaît.....

Alors, Hilmar, ça va?

Patron ???

Vous n'avez pas oublié quelque chose?

Rentrez!!!!!! Rentrez de vacances !!!!!!!!

Voix off : FRAM, vous êtes bien en vacances !

Thème: loisirs

Niveau : A2-B1, intermédiaire

Public: adolescents

Support utilisé: un spot (*FRAM, vous êtes bien en vacances, 2016*)

Compétences visées: compréhension /expression orale

Objectifs communicatifs/pragmatiques :

Repérer des informations|;

Exprimer ses émotions.

Objectifs linguistiques :

Raconter

Objectifs socioculturels :

Maîtriser un comportement avisé face aux publicités;

Education aux médias : comprendre l'implicite.

Parcours pédagogique

Activité 1(compréhension globale) écoutez le son et complétez le tableau :

J'ai vu	J'ai entendu

Travail individuel

Activité 2 (compréhension globale):

Regardez le spot sans le son et complétez le tableau. Mise en commun

Activité 2.1 (compréhension détaillée) :

Groupe 1 : décrivez les personnages du spot (traits physiques, vêtements)

Groupe 2 : décrivez le cadre du spot (l'hôtel, la plage)

Groupe 3 : dressez la liste de tous les verbes du spot à l'infinitif

Groupe 4 : dressez la liste des sentiments identifiés dans le spot (bonheur, joie, honte, peur, bien-être, satisfaction, béatitude, nervosité, désespoir).

Activité 3 frontale, de mise en commun :

Qui sont les personnages du spot ?

Pourquoi le monsieur en costume est-il venu à la plage ?

Quelle est la relation entre Hilmar et le monsieur élégant ?

Qu'est-ce qu'il lui dit ?

Qu'est-ce que le jeune homme a oublié de faire ?

Une autre exploitation possible est le visionnage avec des arrêts sur l'image (sans le son) pour formuler des hypothèses sur ce qui va se passer (l'emploi du futur):

1. visionner jusqu'à 0.02 : qu'est-ce que le monsieur en costume va faire ?
Vérification des hypothèses.
2. visionner jusqu'à 0.13 : devant quel personnage s'arrêtera le monsieur en costume ? Pourquoi ?
Vérification des hypothèses
3. visionner jusqu'à 0.16 : qu'est-ce qu'il va dire au jeune homme ?
Vérification des hypothèses
Racontez l'épisode.

Education aux médias (comprendre le fonctionnement de la publicité)

Quel est le produit/le service promu par ce spot ?

C'est quel type de publicité ? Informatif ou suggestif ? Pourquoi ?

Quel est l'argument de ce type de publicité ? Celui de la valeur ou celui de l'autorité ?

Quel est le public visé ?

C'est une histoire réelle, une création, une fiction ?

Imaginez un autre slogan.

Les spots publicitaires offrent de multiples exploitations pédagogiques et nous pouvons l'adapter à tout niveau. Ils relèvent des situations de vie authentiques et de l'environnement immédiat de l'apprenant. Nous y trouvons de différents types de discours dans un seul spot. On relève plusieurs genres de discours (narratif, descriptif, injonctif, argumentatif) dans un seul dispositif publicitaire.

Les spots publicitaires permettent d'établir plusieurs objectifs communicatifs et médiatiques.

SITOGRAPHIE

PIWOWAR, A – « Comment exploiter la vidéo en classe de FLE », 2008-2009,
source : http://www.language teachers.org/professeurs_fle/down/video.pdf
QIAN, Y. - « Spots publicitaires en didactique du FLE en Chine : Pour une compétence de
communication interculturelle », in *Synergies Chine n° 4-2009*. Source :
<http://gerflint.fr/Base/Chine4/qian.pdf>
www.youtube.com