

LA PUBLICITÉ COMME MATÉRIEL AUTHENTIQUE

Objectifs

- Aborder la culture française
- Apprendre à déchiffrer la publicité, le gout des Français pour les jeux de mots
- Développer la compétence créative et communicative

Public

Adolescents et adultes, niveau B2

Matériel

- Publicités de journaux, revues, magazines
- Liste des slogans proposés

Quand on évoque l'utilisation de matériel authentique en cours de langue, on pense d'habitude à des extraits littéraires, des chansons, des films, etc., mais rarement à la publicité. Elle est pourtant entrée solidement dans notre vie quotidienne et reflète le mode de vie de la société contemporaine. Un outil à ne pas négliger...

APPROCHE PHONÉTIQUE

1. Lisez les slogans et faites bien attention à la prononciation :

- *Du pain, du vin, du boursin.* (Boursin, fromage de Normandie)
- *Toutes nos vies sont chez Monoprix.*
- *Prenez votre corps à cœur.* (Gayelord Hauser, produits diététiques)
- *Au volant, la vue c'est la vie.* (Sécurité routière)
- *Vas-y Wasa !*
- *T'as le ticket chic, t'as le ticket choc.* (RATP)

Quelles sont les particularités phonétiques des slogans (rimes, échange de phonèmes...)?

2. Relisez à haute voix les slogans, en vous imaginant que vous faites la publicité à la radio. Faites attention à l'intonation des phrases (exclamatives, interrogatives...)!

TRAVAIL SUR LE LEXIQUE

Néologismes

Souvent, on invente de nouveaux mots pour attirer l'attention et pour rendre la publicité plus percutante. Trouvez les néologismes et essayez d'expliquer leur sens :

- *Rowentez-vous la vie !* (Rowenta, outils électroménagers)
- *Céréal' ment bon !* (Tapiak, blé céréales gourmand)

- *Venez vitaminer votre français !* (Le français dans le monde)

Mots-valises

Regardez attentivement le mot *carambar* ! À partir de chacune des parties de ce mot, reconstituez les deux mots qui ont permis de le former :

caram... / bar...¹ (*CARAMel en BARre*)

Un tel amalgame de deux mots est appelé un « mot-valise ». Ce nom est dû au fait que les deux mots originaux ont généralement une partie en commun qui permet de les coller plus facilement et de les mettre, pour ainsi dire, dans la même valise. Les mots-valises se prêtent particulièrement à la création de slogans publicitaires qui visent toujours à exprimer beaucoup de choses en peu de mots. Plusieurs mots-valises publicitaires sont proposés dans le Doc.1, retrouvez leurs « racines » et créez-en d'autres.

Vous pouvez également évoquer le mot *courriel* qui est formé selon le même principe à

DOC. 1

Mots-valises

1. Trouvez les mots qui forment les termes publicitaires suivants :

- voyagence = voyage + agence
- spormidable = ?
- restauroute = ?
- cliniptère = ?
- francofolie = ?
- sidaction = ?

2. Inventez un mot publicitaire à partir de deux mots donnés :

- confiture + compote = Confipote
- ordinateur + Nathan = ...
- jex + extraordinaire = ...
- crédit + disponible = ...
- vélo + location = ...
- distributeur + banque = ...
- cinéma + magique = ...



Antonymes

Complétez les slogans avec l'antonyme du mot souligné :

Ex. : Plus proche pour aller plus loin. (CIC Banque)

- a) Pour le meilleur, nous sommes prêt au (Hif Hifa, meubles)
 b) Oui à l'été, au vieillissement de ma peau ! (L'Oréal)
 c) Ça fait bien là où ça fait (Synthol, médicament)
 d) Même mouillés ils sont (Pampers)

base des mots COURRIER et Électronique et aussi le fameux *franglais*, composé comme les mots-valises, qui mélange le FRANÇAIS avec l'Anglais.

Homonymes

On appelle homonymes deux mots dont la prononciation est identique mais qui ont une signification distincte. Les homonymes permettent de créer un jeu de mots qui ajoute de l'humour au slogan.

1. Trouvez les homonymes dans les slogans proposés et expliquez le jeu de mots de chaque item :
 – Faites de la musique à la fête de la musique !
 – C'est fort, c'est Ford.
 – Il n'y a que Maille qui m'aïlle !
 – Il y a foie et foie gras. (Comtesse du Barry)
 – Quand c'est bon, c'est Bonduelle.

2. Les slogans suivants sont également construits sur des homonymes, mais qui ne sont pas donnés dans le slogan même. Trouvez l'homonyme qui permet d'expliquer le jeu de mots !

- La couleur, c'est l'Avi. (Peintures Avi)
 – CD à la tentation.

Antonymes

Un antonyme est un mot de sens contraire par rapport à un autre. La contradiction apparente rend les slogans plus intéressants. Pour travailler sur les antonymes utilisez Doc. 2.

REPRODUCTION

Rappelez les types de slogan des exercices précédents et faites un tableau avec une colonne pour chaque modèle.

Modèles :

1. créé par jeu phonétique. 2. créé par néologisme 3. créé par mot-valise 4. créé par homonymie 5. créé par antonymie

Procédez ensuite aux exercices suivants :

1. Donnez une liste avec les slogans suivants aux élèves. À quel modèle (1 à 5) correspondent-ils ?
 a) Même fermé, il est ouvert. (Renault Mégane coupé-cabriolet)
 b) On n'a jamais été aussi bien sur terre que dans l'espace. (Renault Espace)
 c) C'est par qui ? C'est Parker.
 d) RTL, y'a rien de tel

e) Pour la rentrée, pas la peine de sortir. (La Redoute, linge de maison, etc.)

f) Alicaments (aliments qui permettent de se soigner),

g) Ça méga-croustille au p'tit déj ! (Crousty Nesquik)

h) Un verre ça va, deux verres, bonjour les dégâts ! (sécurité routière)

i) Sa Force c'est sa Douceur. (Café Velours Noir)

j) Le goûter qui donne envie de goûter. (Milka Choco-Swing)

k) Le photocollage tue le livre.

2. Relisez les slogans et choisissez-en quatre qui vous plaisent. Dites de quel produit on parle et décrivez les avantages qu'on nous offre. Pourquoi ces slogans vous plaisent-ils ?

À DISCUTER

- « La publicité est le miroir de la vie dans notre société. » Êtes-vous d'accord ?
- Expliquez votre attitude envers la publicité télévisée. Discutez sur ses avantages et ses inconvénients.

À VOUS !

1. Créez des slogans, inspirez-vous des exemples des exercices précédents !

- Pour un métier intéressant
- Pour les langues étrangères
- Pour faire vos études à l'université pédagogique de Tchéliabinsk en Russie !

2. Faites des images publicitaires pour illustrer un de vos slogans.

Les apprenants montrent leurs travaux à tour de rôle à tous les membres du groupe. Le groupe les apprécie et donne son opinion. Pour achever ce travail on peut organiser une exposition des meilleurs travaux. Les apprenants les choisissent eux-mêmes.

POUR ALLER PLUS LOIN...

On pourrait également penser à proposer des exercices grammaticaux basés sur la publicité

Réponses

Néologismes : Rowentex (verbe formé à base du nom de la marque ; Rowenta révolutionne/ facilite la vie) ; *céréaliment* (vraiment bon, avec des céréales) ; *vitaminer* (mettre des vitamines, donner une nouvelle énergie). **Mots valises :** 1. sport + formidable, restaurant + route, clinique + hélicoptère, francophonie + folie, sida + action (nom de la journée d'action contre le sida).

2. *ordinathan*, *jextraordinaire*, *crédisonible*, *vélocation*, *distribanque*, *cinémagique*.

Homonymes : 1. fort – Ford, maille – m'aïlle, foie – foie (gras), bon – Bon(duelle) ; 2. l'Avi – la vie ; CD – céder. **Antonymes :** a-pire, b-non, c-mal, d-secs.

Reproduction : a-5 / b-5 et 4 (opposition terre-espace + double sens de espace) / c-1 / d-4 / e-5 / f-3 (aliments + médicaments) / g-2 / h-1 / i-4 / j-4 / k-3 (photocopie + pillage).

COMPRÉHENSION ÉCRITE / PUBLICITÉ

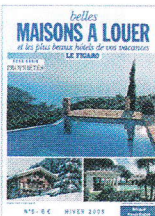
TATIANA JARKOVA (Russie)



Belles maisons à louer.

Nous n'avons pas choisi ce titre par hasard.

vient de paraître



chez votre marchand de journaux. 6 €

pour travailler des phénomènes souvent utilisés dans des slogans, comme par exemple l'impératif (*Vas-y Wasa*) ou la comparaison (*Plus proche pour aller plus loin*). ●

1. Le carambar est une marque de bonbon au caramel long et dur que tous les enfants français connaissent.