

Angélique MARTIN-MASSET, angelique.masset@univ-artois.fr
Université d'Artois (Arras)

Alfiia SALKHENOVA*, astralfrancais@gmail.com
Université militaire Prince Alexandre Nevsky, Moscou

La petite annonce immobilière dans l'enseignement/ apprentissage du FLE : vers la compétence interculturelle

Article reçu le : 25.03.2023 / Accepté le : 16.09.2023 / Publié le : 29.01.2024

Résumé

Notre article, qui se rattache à la didactique du Français Langue Etrangère (désormais FLE), se propose de montrer en quoi il peut être pertinent de travailler la petite annonce immobilière en classe de FLE, dans une perspective interculturelle, auprès d'un public russophone. Les caractéristiques de la petite annonce immobilière en font un bon support permettant d'approcher un français authentique, dès le niveau débutant et d'intégrer la compétence interculturelle dans la mesure où ce type de document est vraiment typique d'une culture donnée. Dans une première partie, nous détaillons les propriétés de la petite annonce immobilière et définissons la compétence interculturelle. Nous montrons les principales différences entre les petites annonces françaises et russes. L'article se termine avec un exemple de séance.

Mots-clés : FLE, petite annonce immobilière, approche interculturelle, didactique, texte authentique

The real estate ad in the teaching / learning of French as a foreign language: towards intercultural competence

Abstract

Our article, which relates to the didactics of French as a Foreign Language, aims to show how it can be relevant to work on the real estate classified ad in FLE class, from an intercultural perspective, with a Russian-speaking public. The characteristics of the real estate ad make it a good medium for approaching authentic French, from the beginner level and integrating intercultural competence insofar as this type of document is truly typical of a given culture. In the first part, we detail the properties of the real estate ad and then we define intercultural competence. Next, we show the main differences between French and Russian classifieds. The article ends with an example of a lesson.

Key words : French as a Foreign Language, real estate ad, cross-cultural approach, didactics, authentic text

Pour citer cet article :

MARTIN-MASSET Angélique et SALKHENOVA Alfiia (2023). La petite annonce dans l'enseignement/apprentissage du FLE : vers la compétence interculturelle. *Action Didactique*, [En ligne], 6 (Hors-série 1), 205-224. Url. Ajoutez l'adresse URL de l'article.

Pour citer le numéro :

Benhouhou, Nabila et Moussaoui, Nassima (dir). (2023). La didactique professionnelle au service de l'enseignement supérieur. *Action Didactique* [En ligne], vol. 6 (Hors-série 1). <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/843>

* Auteur correspondant



Cet article est sous licence Creative Commons : Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International **CC BY-NC-ND 4.0**
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.fr_CA

Introduction

Cet article porte sur l'enseignement/apprentissage du FLE à travers la petite annonce immobilière en français et en russe, auprès d'un public russophone apprenant le français. Nous voudrions montrer en quoi il peut être pertinent de travailler ce type de support en classe de FLE, dans une perspective interculturelle, auprès d'un public russophone. La petite annonce apparaît dans les méthodes de français dès les premiers cours et permet de travailler dans une perspective interculturelle. Elle est un bon reflet de la société puisqu'elle est le reflet d'une culture.

Le public concerné par cette étude est de niveau débutant au début de la formation, il est étudiant à l'université de Moscou dans le cadre du bakalavriat (équivalent BAC+4, licence en France). Il suit des cours sur 3 années portant à la fois sur la pratique du français, la traduction, la civilisation et l'objectif est de les amener au niveau B2. La dimension interculturelle tient une place importante dans la formation, parce que le public est très hétérogène culturellement. En effet, bien que la plupart des étudiants soient russophones (à l'exception de quelques-uns venant par exemple de Chypre, Serbie ou Madagascar), ils sont originaires non seulement de Russie mais également des pays voisins tels que le Kazakhstan, l'Ouzbékistan, l'Azerbaïdjan, la Moldavie, etc. Nous verrons donc en quoi ce document est une ressource précieuse en FLE si l'on veut travailler dans une perspective interculturelle avec comme objectif principal de développer la compétence interculturelle.

Dans la première partie, nous clarifierons la notion de petite annonce en tant que document authentique et genre discursif spécifique et nous ferons le lien entre ce type de document et la compétence interculturelle. Dans la seconde partie, nous comparerons les petites annonces françaises et russes du point de vue de la langue mais aussi de celui de la culture et des réalités culturelles. Nous insisterons sur les difficultés propres à notre public russophone tout en n'omettant pas les points communs. La troisième partie illustrera nos propos en montrant une séance pendant laquelle est utilisé ce support.

1. Petite annonce et compétence interculturelle : précisions terminologiques

La petite annonce est un support qui a toute sa place dans une classe de FLE, d'abord parce que c'est un document authentique dont la pertinence n'est plus à démontrer, ensuite parce que c'est un genre discursif spécifique.

1.1. La petite annonce : document authentique et genre discursif caractéristique

Pour Cuq et Gruca (2017, p. 404) : « (...) les documents authentiques sont des documents "bruts", élaborés par des Francophones pour des Francophones à des fins de communication. Ce sont donc des énoncés produits dans des situations réelles de communication et non en vue de l'apprentissage d'une seconde langue ». Ces documents sont "porteurs d'informations diverses, riches et originales, concernant toutes les cultures du monde" », (Velazquez Herrera, 2015).

Un document authentique est donc défini comme tout matériau destiné à une utilisation autre que pédagogique. Dans la perspective actionnelle de l'enseignement/apprentissage des langues, l'importance des documents authentiques est soulignée car ils ont été conçus dans un objectif communicatif et non pour seulement illustrer l'usage d'un aspect particulier de la langue cible : les apprenants les trouvent pour cela plus motivants que les documents conçus pour l'enseignement de la langue. L'utilisation des documents authentiques permet l'exploitation de différents thèmes en cours, permet une communication plus réelle, éveille la curiosité et l'intérêt des apprenants et est un fort levier de motivation. Ce document permet également une initiation à la découverte d'une nouvelle culture, favorise le travail en parallèle de la langue et de la culture, la rencontre avec le français standard, de tous les jours et est un très bon outil « médiateur des interactions en classe de FLE » (Couto Silva, 2015), interactions « décontractées » si on en croit Couto Silva.

Comme pour tout type de document utilisé en classe, le document authentique présente bien sûr des limites. Mais la pertinence quant à cet usage en classe de langue n'est plus à démontrer même si un travail doit être fait par l'enseignant pour l'exploiter de manière à ce que son usage réponde aux objectifs du cours, aux besoins des apprenants, etc.

La petite annonce est donc un document authentique écrit dont la gamme est très vaste :

Aux textes dits fonctionnels de la vie quotidienne comme un horaire de bus ou un prospectus, une fiche mode d'emploi ou une recette de cuisine, et ceux de la vie administrative comme un formulaire d'inscription ou un constat amiable d'accident, s'ajoutent tous les documents médiatiques qui offrent une mine de textes : bulletins météo, horoscopes, faits divers, tests de personnalité, jeux, articles informatifs, courrier du cœur, bref la panoplie est quasiment infinie et peut servir de déclencheurs à de multiples activités de compréhension, d'expression, d'enrichissement lexical, de perfectionnement discursif, tout en faisant entrer dans la classe la réalité extérieure et la culture de la langue cible (Cuq et Gruca, 2017, p. 407).

La petite annonce est aussi un genre de discours spécifique aux caractéristiques linguistiques et culturelles typiques et pouvant être employée à des degrés divers, dès les débuts de l'apprentissage. Qu'est-ce qu'un genre discursif ? Ammouden (2015, p. 106) nous rappelle la définition donnée par Chartrand (2009, p. 264) :

Par genre, nous entendons une forme langagière orale ou écrite conventionnelle relativement stabilisée présentant des faisceaux de caractéristiques pragmatiques et discursives (situation de communication, but ou intention, univers représenté), textuelles (structuration, mode de mise en discours - appelé mode d'énonciation chez Bronckart, 2004 dominant : narration, description...), linguistiques, graphiques et matérielles particulières.

Or, pédagogiquement, pour l'enseignant qui a à cœur de donner du sens aux apprentissages :

L'avantage de l'enseignement par les genres discursifs est d'abord de rapprocher les pratiques scolaires des pratiques sociales, puisque les genres appris à l'école sont directement investis dans les interactions de l'apprenant avec son milieu social (Ammouden, 2015, p. 107).

Parmi les petites annonces, les petites annonces immobilières sont une des premières introduites dans les manuels dès le niveau A1-A2 et sont plus fréquentes que les autres types de petites annonces.

1.2. La petite annonce immobilière (PAI)

La PAI est bien représentée dans les manuels de FLE qui cherchent un rapprochement maximal au français « réel ». C'est un genre de discours :

(...) assez facile à circonscrire. Il s'agit du descriptif de logements proposés à la vente, rédigé par les vendeurs eux-mêmes ou des intermédiaires, destiné à des lecteurs qui recherchent un bien immobilier à acheter. Le support peut être soit la presse (presse quotidienne, revues spécialisées), soit des documents fournis par les agences immobilières, soit, plus récemment, l'internet. (Condamines, 2009, p. 13).

Cela engendre une part de subjectivité de la part du vendeur pour vanter son bien et une prise de distance nécessaire de la part de l'acheteur concernant les qualités mises en avant. Le support peut être soit la presse (presse quotidienne, revues spécialisées), soit des documents fournis par les agences immobilières, soit, plus récemment, internet.

Et désormais, avec internet et le format électronique, il n'est plus nécessaire de rédiger de manière aussi brève que possible :

Plusieurs éléments sont à noter par rapport à la version papier :

- disparition presque totale des ellipses,
- présentation des éléments d'information souvent catégorisés et introduits par un terme générique (...)
- apparition de déterminants,
- apparition de phrases complètes (avec sujet et verbe),
- augmentation du nombre de marqueurs de méronymie,
- augmentation d'éléments valorisants : adjectifs, adverbes (surtout en anglais) (Condamines, 2009, p. 16)

Dans le cas des petites annonces immobilières, on est face bien souvent à un document accompagné de photos, de plans du bien. Elle représente des situations de vie et s'inscrit dans une époque, ce qui en fait un document intéressant à exploiter du point de vue culturel. En effet, elle fait partie des textes « (...) qui parsèment notre quotidien, qui font partie de nos vies de tous les jours, et qui y prennent, d'ailleurs, une place importante sur le plan social », (Banks, 2015, p. 5). Et surtout, elle appartient à ces textes qui sont « (...) un reflet fascinant de notre société », (idem : 6) et elle « a des caractéristiques formelles très récurrentes : des normes d'écritures syntaxiques, énonciatives, lexicales », (Yaiche et Rolland-Lozachmeur, 2015, p. 55).

Nous pensons donc, qu'outre ce travail sur la langue, la PAI permet de s'engager vers la compétence interculturelle, qui est également un but à atteindre lors de l'apprentissage d'une langue étrangère.

1.3. La compétence interculturelle

Une première définition de la compétence interculturelle nous est fournie par Puren (2013, p. 10) et c'est selon lui :

La capacité à gérer les phénomènes de contact entre cultures différentes lorsque l'on communique avec des étrangers dans le cadre de rencontres ponctuelles, d'échanges, de voyages ou de séjours touristiques, en particulier en repérant les incompréhensions causées par ses représentations préalables de la culture de l'autre, et les mécompréhensions causées par les interprétations faites sur la base de son propre référentiel culturel.

L'enseignement/apprentissage des langues ne peut plus se limiter à développer une compétence linguistique ou discursive mais doit aussi mettre l'accent sur les compétences culturelle et interculturelle et ce, dès les débuts de l'apprentissage de la langue étrangère.

S'engager dans une démarche interculturelle est difficilement évitable aujourd'hui, et pour ce qui nous concerne, cela se prête d'autant plus à notre situation que notre public est pluriculturel. Le but étant d'aller vers l'Autre, à la fois lointain, le Français dont j'apprends la langue, et proche, celui de mon groupe, proche mais aussi différent ; de travailler sur les représentations des uns et des autres ; de prendre du recul sur les cultures en présence et sa propre culture ce que M.-F. Narcy-Combes (2009, p. 95) appelle « recul interculturel », condition nécessaire selon elle de la construction de cette compétence. Cela implique aussi d'aller au-delà de la simple comparaison. La définition de Velazquez-Herrera nous propose même d'aller plus loin puisque, selon elle, la compétence interculturelle est « (...) constituée par les connaissances, les attitudes, les habiletés, les valeurs et les comportements acquis et développés par l'apprenant (acteur social) d'une langue étrangère face à d'autres cultures, en vue de l'intercompréhension, l'acceptation et le respect des diverses cultures ainsi que de sa propre culture », (2015, p. 278).

Comme nous l'avons signalé plus haut, le public dont il est question ici est culturellement hétérogène ce qui est une porte d'entrée intéressante vers

cette compétence. Ce public est donc à même de saisir les enjeux et d'être capable de comprendre l'altérité, de questionner ce qu'il considère comme allant de soi dans son milieu culturel, qu'il soit familial ou étudiant et d'être curieux vis-à-vis d'une troisième culture qu'est la culture française. Le rôle de l'enseignant comme médiateur (inter)culturel est donc crucial.

2. Les petites annonces immobilières françaises et russes dans une perspective interculturelle

Le genre des petites annonces est intéressant à travailler du point de vue culturel car :

Les petites annonces constituent une porte d'entrée originale pour observer les valeurs et les représentations à l'œuvre dans une société. Car derrière ces textes minimalistes et utilitaristes, c'est un jeu subtil, fait de relations entre les individus, qui se dévoile. Au-delà de cette forme de communication particulière (ce qu'il faut écrire et taire pour que la démarche initiée aboutisse), c'est in fine une histoire du rapport au travail et à la consommation qui se dessine... (Bardey, 2010).

Le corpus que nous avons utilisé pour faire cette comparaison est essentiellement constitué par les petites annonces immobilières provenant des sites : français « Leboncoin » et russe « Avito » (site le plus populaire en Russie), ainsi que par des petites annonces suspendues dans l'entrée des immeubles. En général, les méthodes de français, telles que *Alter ego*, *Vite et bien*, *Le français.ru*, adaptent le texte des petites annonces pour faciliter la compréhension, souvent elles sont accompagnées d'images, illustrations, ce qui n'en fait plus vraiment des documents authentiques mais donnent une première idée des caractéristiques typiques. La méthode de français *Alter ego* se base quant à elle sur les petites annonces Internet, donc c'est plus actuel et plus pratique. Mais à la découverte des annonces, pas mal de questions se posent aux apprenants vu les mots spécifiques et même la structure de la présentation de l'annonce.

La PAI comporte un certain nombre d'avantages à être utilisée en classe : son format est court, le texte est allégé et authentique, et elle est surtout riche d'un point de vue culturel et linguistique avec à la fois des termes relevant du quotidien et des termes plus spécialisés. D'un côté, son format court représente une facilité pour les débutants mais de l'autre, ce même point pose des difficultés de compréhension.

La simplicité des phrases, remplacées par des groupes nominaux, l'absence d'articles (phénomène linguistique qui représente beaucoup de difficultés pour les russophones) contribue à un meilleur apprentissage, à une facilité d'apprendre le nouveau lexique.

L'accompagnement d'une illustration, étant un élément culturel, favorise une meilleure perception, curiosité, mémorisation et compréhension d'un nouveau mode de vie (style des constructions par exemple). La PAI se prête bien à une approche interculturelle dans le sens où c'est un genre de discours présent dans de nombreuses cultures et qu'elle est très riche culturellement parlant. Dans un premier temps, il peut être pertinent de travailler à travers la comparaison, afin de déterminer ce qui est commun (dans tous les cas il s'agit de vendre ou louer un bien à quelqu'un, destinataire et destinataire du message sont bien visibles) et ce qui est différent (notamment du point de vue culturel). Et c'est un document intéressant pour les publics de FLE qui peuvent être amenés à en croiser, dans leur langue certes, mais aussi en français s'ils cherchent un logement.

Nous comparons donc ci-dessous les PAI françaises et russes d'abord de manière globale puis en nous focalisant sur les aspects culturels.

2.1. Comparaison globale des petites annonces immobilières françaises et russes

La première difficulté est liée à ce qu'avant, la petite annonce représentait un texte court, très limité en mots vu sa publication payante. Maintenant avec le développement du numérique, Internet offre des petites annonces plus détaillées, ce qui complique la compréhension de ce genre de document authentique par les apprenants de FLE.

Prenons des exemples d'annonce en français :

1) Proche du centre, dans résidence de standing bel appartement de 59m² très lumineux. 2ème étage. Cet appartement de 2008 se compose d'un salon séjour ouvert sur la cuisine équipée de 29,90m² qui dessert sur une terrasse de 10m² sans vis à vis, ainsi de deux chambres de 11,56 m² et 9,61m². Chauffage au sol, panneaux solaires (eau). La salle de bain entièrement carrelée est composée d'une double vasque et d'une douche + emplacement pour machine à laver et sèche linge. Les WC suspendu sont séparés. L'appartement dispose d'une cave de 6m² et d'un grand garage avec porte de garage motorisé de 20m². A l'extérieur vous disposez d'une place de parking. Chauffage collectif au gaz. Apparemment soucis au statut de la copropriété. Pas de procédure. Charges prévisionnelles à l'année de 2200€. A visiter rapidement.

La petite annonce immobilière dans l'enseignement/apprentissage du FLE: vers la ...

2) Nous vous proposons ce joli 3 pièces de 63.92 m² avec une terrasse d'environ 6 m², qui se trouve au 3ème étage d'un immeuble de 4 étages de 2008.

Il se compose de la façon suivante : 1 entrée, 1 beau salon/séjour avec accès à la terrasse. 1 cuisine équipée, 1 cellier, 2 chambres, 1 SDB, 1 WC séparé.

Une place de stationnement sécurisée et en sous-sol vient compléter ce bien.

Les points positifs : convecteurs électriques nouvelle génération (économique), placards intégrés, terrasse plein Sud avec très peu de vis à vis, proximité du centre-ville.

Prix 153 000 euros Honoraires d'Agence Inclus dont 8000€ d'honoraires à la charge de l'acquéreur.

Bien soumis au statut de la copropriété comprenant 93 lots dont 33 appartements.

Montant de la quote-part du budget prévisionnel à la charge du vendeur pour les dépenses courantes : 1264 €/an soit 105 €/mois comprenant: (eau froide, frais de gestion, entretien des communs, assurance copro, ascenseur...)

Taxe foncière 571 €

Agence Immobilière PIERRE

Globalement, du côté pédagogique ce texte est intéressant : 1) on découvre le lexique approprié (*pièce, terrasse, immeuble, entrée, salon, cuisine équipée, chambre, sous-sol, placards intégrés* ; 2) le manque de prépositions et d'articles qui « encombreraient » le texte, facilite ici la compréhension. Plus l'annonce est détaillée, rédigée, plus on voit apparaître une terminologie propre au domaine de l'immobilier et des termes par conséquent ne relevant plus uniquement de la langue générale (*convecteurs électriques, honoraires, quote-part*, etc.).

D'un autre côté, on voit des unités lexicales à éclaircir : *cellier, assurance, copro, entretien des communs, vis-à-vis, quote-part, frais de gestion, taxe foncière* car elles ne trouvent pas d'équivalents complets en russe, elles sont intraduisibles et doivent être expliquées d'une façon détaillée. De plus, des points grammaticaux de niveau plus élevé (à partir de A2) peuvent faire l'objet de précisions : pronom *dont*, usage du participe passé, etc.

Les principales spécificités des PAI françaises et qui posent potentiellement problème aux étudiants russes sont donc :

- Les abréviations, troncations (« quitte parfois à rendre la lecture quasi incompréhensible surtout pour un lecteur non averti », Condamines, 2009, p. 19), sigles, ellipses (dans les annonces les plus condensées). Ce phénomène représente une difficulté au niveau de la perception du texte pour les débutants (*tbe, abe, CC, T3, gde, btp* etc.). Cela demande des commentaires préalables vu qu'il s'agit d'un élément interculturel parce qu'en Russie on n'y recourt pas ce qui va naturellement soulever des difficultés pour les étudiants concernés.

- Les figements (*cuisine équipée, charges comprises, placards intégrés, terrasse plein sud, etc.*)
- Un lexique de spécialité
- Des UL intraduisibles
- Des néologismes (*piscinable*)
- La fréquence de la méronymie construite avec « avec » (Condamines, 2009 : *séjour avec cheminée*)

En russe, on trouve le même type de différence entre les annonces payantes du journal, donc courtes, et celles, plus longues d'internet avec des remarques et appréciations du vendeur (tableau 1):

Tableau 1

journal	<p>ПРОДАМ 2-комн. квартиру 41м²</p> <ul style="list-style-type: none"> • район Родины • 2-ой этаж из 5-и • кирпич • косметический ремонт  <p>1 800 000р 96-12</p>	<p>Traduction : A vendre : 2-pièces, 41 m² Quartier Rodina 2^{ème} étage d'un immeuble de 5 étages brique rafraîchi</p>
<p>Site d'internet https://www.avito.ru/</p>	<p>Продается двух комнатная квартира, в трех минутах ходьбы до метро. Окна выходят в благоустроенный зелёный двор! Приятное место, что бы отдохнуть после тяжелого рабочего дня и провести свое свободное время с семьей.</p> <p>Подъезд чистый, аккуратный и не шумный! Добрые и интеллигентные соседи!</p> <p>Инфраструктура: Вся инфраструктура расположена в радиусе 500 метров от дома: гипермаркеты, Пятёрочка, Магнит, множество магазинов и бытовых услуг. А так же, для детей есть школа, детский сад, спорткомплекс.</p>	<p>Traduction : Appartement à vendre, à trois minutes du métro. Les fenêtres donnent sur une cour verte bien aménagée ! Un lieu agréable pour se reposer après une journée de travail dure et pour passer son temps avec sa famille. Palier propre, pas bruyant ! Voisins gentils et intelligents ! Infrastructure à 500 m : supermarchés, services, école, terrains de sport.</p>

Les similitudes des PAI entre le français et le russe, du point de vue linguistique sont principalement :

- La prédominance du temps présent
- Des phrases exclamatives (ex en russe : *Dechevo!* (« Bon marché ! »), *Svejaya kraska!* (« Peinture fraîche ! ») et vocabulaire hyperbolique puisque le but est la vente, le bien est donc mis en valeur.
- De nombreux adjectifs de type mélioratifs (*exceptionnel, jolie, etc.*) et hyperbolique ; et des adjectifs en *able/ible* qui, « dans une vision toujours méliorative, manifestent la présence d'une possibilité » (Condamines, 2009) : *piscinable, viable*
- L'absence des déterminants et prépositions (« ville vue mer »)
- La prédominance de participes

En russe, on trouve d'autres formes qu'on ne retrouve pas dans les PAI françaises :

- Des phrases à constructions pronominales à valeur passive (« maison se vend », « Se loue un studio » (équivalent français : « maison à vendre », « studio à louer »), « se construit une station de métro à proximité »)
- Un suffixe à valeur diminutive pour exprimer de l'humain, c'est une valeur émotive positive de l'auteur par rapport au bien, qui sert à évoquer des émotions positives chez l'acheteur (*Chistenki dvor* (« cour pas grande mais, très propre »), *domik* (une petite maison). C'est difficile à traduire en français, on doit recourir à des mots en plus pour éclairer le sens, c'est ce qui se rapproche de « petit » beaucoup employé en français.

2.2. Les PAI françaises et russes : comparaison culturelle

Dans les annonces russes on mentionne souvent l'origine ethnique et la présence/absence des mauvaises habitudes pour les rubriques « Immobilier à louer » : « Je loue un appartement à une famille slave (russe), sans enfant, sans animaux, sans mauvaises habitudes » ; « Une famille russe, honnête, cherche un appartement... ». On trouve aussi des détails quant aux avantages concernant le mode de vie russe (« A vendre maison en bois. Autour il y a une forêt riche de baies et de champignons, un lieu pour pêcheurs et chasseurs »).

Toutes ces particularités se révèlent quand les apprenants commencent à rédiger une production écrite visant une prise de conscience des différences et similarités entre les deux types d'annonces. En comprenant mal ce qu'est

une vraie petite annonce française vu ses particularités décrites ci-dessus, mais en faisant un parallèle avec une petite annonce russe, les apprenants ont du mal à appréhender l'activité de production. Et c'est là que commence la réflexion interculturelle sur les modes de vie, les types d'habitat, etc.

Les similitudes entre les deux types d'annonce sont essentiellement :

- Un mélange des mots du vocabulaire professionnel et quotidien (« maison béton d'argile expansée », « plancher laminé »), avec évidemment pour les deux types d'annonce, tout le vocabulaire spécifique et souvent intraduisible : *sroub* : maison en bois construite dans le style traditionnel russe, sans utiliser de clous, *evroremont* : « logement après des travaux de rénovation avec utilisation des matériels de construction de qualité et qui correspond désormais au style moderne ».

- Les éléments du mode de vie français, qui ne sont pas bien clairs demandent des commentaires supplémentaires : « pistes de pétanque », « hébergement insolite », « cave à vin », « cellier », « buanderie », « de type Velux », « Menuiseries PVC à double vitrage », « « jardin intérieur, récemment équipé de racks à vélos et d'un composteur ».

- Les nouvelles réalités de la société moderne cherchant à une éco-responsabilité, à la durabilité, font déjà partie intégrante de la vie moderne des Français, mais restent peu claires aux apprenants russes : « classe énergie verte », « jardin équipé d'un composteur », « panneaux photo voltaïques », « fosse septique », « bâtiment base consommation ».

- Une précision de la situation géographique dès le début et de la disposition des pièces favorable avec un style sec et neutre, on précise tout de suite le type et la surface du bien à louer ou vendre « A louer un studio équipé. Métro. Infrastructure. »

- Le style architectural (*chalet, colombages*).

3. Illustration

L'usage du document authentique pose un problème particulier : puisque, par nature, il n'a pas été conçu pour la classe, il n'est pas prêt à l'emploi. Il nécessite de la part de l'enseignant un effort de didactisation. Il lui faut

La petite annonce immobilière dans l'enseignement/apprentissage du FLE: vers la ...

définir une tâche, et le scénario de son unité pédagogique, afin de permettre aux apprenants de réaliser, en fin de parcours, la tâche (ou micro-tâche) définie.

La séance que nous proposons s'adresse à un public d'étudiants russophones de niveau intermédiaire, qui apprennent le français à l'université en Russie.

Fiche pédagogique « Maison française pour un Russe ? » (à partir de A2+)

Thème : regard interculturel, la France et la Russie à travers des petites annonces immobilières

Compétences langagières : productions écrites et orales

Objectifs :

- Communicatif/ Pragmatique (comprendre des informations sur le logement en France, rechercher des informations sur un site Internet, décrire une photo, une image, rédiger une petite annonce)
- Linguistique (aborder le vocabulaire spécifique lié au logement, comprendre quelques abréviations)
- Socio-culturel et interculturel : découvrir un nouveau mode de vie, comparer les modes de vie différents

I. Mise en route/sensibilisation, à partir de photos

1. Afin de sensibiliser les apprenants au thème ciblé, l'enseignant peut commencer cette première étape en invitant le groupe à donner des caractéristiques principales d'une maison typique russe. (Réponses attendues : *en bois, dans une forêt, un toit triangulaire, avec un poêle russe, avec un jardin, avec un bain russe, etc.*)
2. Inviter le groupe à donner des suppositions sur une maison typique française, l'essentiel est ce que ce soit justifié (« j'ai vu dans un film », « quand je voyageais en France », « mon ami français vit dans », etc.). Accepter toutes les réponses. Cette activité sert à faire évoquer un maximum de vocabulaire appris lié au logement.

II. Exposition : compréhension globale puis détaillée

Le sujet de la leçon « Il était une fois une maison en bois » : montrer différentes maisons traditionnelles, lire les descriptions, associer les descriptions aux pays et aux maisons sur le tableau 2, justifier. Noter les particularités de ces maisons en répondant à des questions telles que : « Pour les maisons traditionnelles, de quel pays le toit végétalisé est-il typique ? », « Les maisons à colombages sont typiques de quel pays ? », « Dans quel pays la maison ressemble-t-elle à un temple bouddhiste ? », etc.

Tableau 2 « Maisons traditionnelles »

	<p>Maison à colombages est souvent haute et étroite en ville. Le colombage comporte souvent des éléments décoratifs, symboliques ou géométriques. La fonction du colombage est de solidifier l'ensemble du bâtiment.</p>
	<p>C'est une maison en bois. De l'extérieur, on peut voir des volets joliment décorés, un toit triangulaire.</p>
	<p>Cette maison traditionnelle en bois rappelle un temple bouddhique. Il n'y a pas de chauffage ni climatisation. Il y a toujours un jardin qui est un lieu de tranquillité et de contemplation.</p>
	<p>C'est une maison traditionnelle à toit végétalisé qui sert à isoler du vent et conserver la chaleur.</p>

III. Travail sur la langue et la culture

Cette étape prévoit des explications du professeur, telles que :

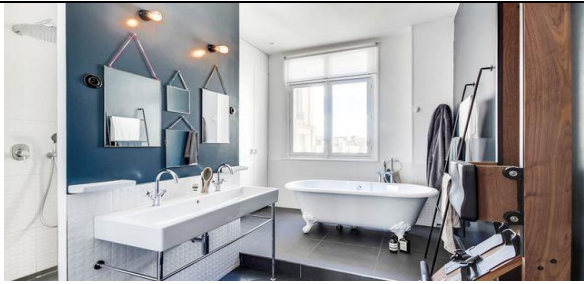

La petite annonce immobilière dans l'enseignement/apprentissage du FLE: vers la ...

- 1) comprendre et retenir les abréviations EM = *Etat Moyen* BE = *Bon Etat* ABE = *Assez Bon Etat* TBE = *Très Bon Etat* EE = *Excellent Etat* ;
- 2) déchiffrer : chbr, sdb, T3, F4, cuis., imm., étg., park., en suggérant de faire l'activité suivante :

Associer les images à la bonne abréviation (tableau 3) :

Tableau 3

F4	
T3	
imm.	

park.	
sdb	

La même activité d'appariement pour des mots spécifiques peut être proposée : *pergola, cellier, terrain piscinable, lotissement*.

Puis l'apprenant doit essayer de formuler la fonction de la pièce / la définition du lieu à partir de la photo en utilisant la structure ***Cette pièce sert à + infinitif*** (tableau 4):

Tableau 4

pergola	
lotissement	

cellier	
buanderie	

IV. Productions orale et écrite

Pour travailler la compétence communicative l'enseignant propose aux apprenants de :

- 1) parcourir les petites annonces sur le site « leboncoin », en sélectionner quelques-unes (les plus intéressantes du côté linguistique et accompagnées de plusieurs photos) ;
- 2) décrire oralement ;
- 3) révéler les mots inconnus ;
- 4) rédiger et/ou adapter en français une petite annonce de vente d'une maison trouvée sur le site russe de vente « avito » pour une agence immobilière française ;
- 5) expliquer la signification « GES », laisser aux apprenants deviner la signification des couleurs pour « classe d'énergie ». Ces critères caractérisent les Français comme « écolos » ;
- 6) essayer de faire le portrait d'un client potentiel qui pourrait acheter cette maison.

Pour aller plus loin l'enseignant pourrait poser des questions : Quels détails ajouterait un Russe s'il achetait une de ces maisons ? Quelles autres informations seraient intéressantes pour lui ?

Enfin, on pourrait proposer aux apprenants de comparer les habitats français et russe d'après les critères suivants : lesquels préfèrent les Français et

lesquels les Russes ? pourquoi (conditions climatiques, traditions ou autres) ?, y a-t-il des ressemblances : matériaux de construction (brique, pierre, bois, verre), style architectural, confort, aménagement ? (Réponses attendues : un bain en bois dans la cour, une cheminée russe dans la maison, une rivière/étang à proximité, volets décorés à la russe...).

Prolongements

Ce type de document authentique représente un support pertinent pour un travail portant à la fois sur l'oral et l'écrit. A l'université de Moscou, ce texte authentique entre parfaitement dans la méthode de français pour les formations « Civilisation européenne » et « Les méthodes d'enseignement des cultures-langues étrangères » pour étudier non seulement le côté linguistique mais aussi le côté culturel, pour la formation « Traduction et interprétariat » ce texte représente un intérêt pour analyser le rôle interculturel afin de faire une traduction adéquate et trouver les meilleurs équivalents en langue de traduction.

Etant donné les filières suivies par nos étudiants, d'autres possibilités s'offrent à nous s'agissant de l'exploitation des petites annonces immobilières. Par exemple, pour le cours de traduction pratique niveau A2, on traduit les petites annonces en russe en adaptant le texte au style russe, au mode de vie russe en expliquant les transformations de traduction (stylistiques, lexiques, grammaticales). Ou bien on peut adapter une petite annonce russe à une petite annonce française, comparer les textes des annonces.

Pour le cours du français pratique niveau A2-B1 il est possible de travailler sur la description en détail d'un logement en montrant différentes images pour faire deviner les significations des abréviations. Nous proposons aussi, en nous basant sur le vocabulaire d'une petite annonce, de rédiger ou d'inventer une histoire, une légende, ou de faire le portrait du propriétaire.

Conclusion

Il n'est plus à prouver que l'interculturalité a toute sa place en classe de langue étrangère, quel que soit le niveau des apprenants, et que la meilleure entrée est le document authentique. La petite annonce comme genre de discours particulier de par sa dimension culturelle forte est un bon support, dès les niveaux débutants, grâce à son court format pour un travail lexical et

culturel mais aussi aux niveaux plus avancés avec lesquels on peut aller plus loin dans l'interculturalité et travailler la compétence interculturelle avec des petites annonces plus longues, tirées d'internet, qui « (...) est en train de modifier considérablement le genre "petite annonce immobilière", (Condamines, 2009, p. 10).

Références bibliographiques

- Ammouden, A. (2015) « Le français au lycée en Algérie : des "types" de textes aux "genres" de discours », *Multilinguales* 6, pp. 105-115.
- Banks, D. (2015) (textes réunis par), « Aspects linguistiques de la "petite annonce" », L'Harmattan.
- Bardey, N. (2010), *L'évolution des valeurs, des représentations et des mentalités au XXe siècle (1934-1980) à partir de l'étude des petites annonces d'un quotidien franc-comtois*, Thèse de doctorat, université de Franche-Comté.
- Condamines, A. « Expression de la méronymie dans les petites annonces immobilières : comparaison français / anglais / espagnol », *Journal of French Language Studies* 19, 2009, pp. 3-23.
- Cuq, J-P. et Gruca, I. (2017), *Cours de didactique du français langue étrangère et seconde*, 4^{ème} édition, PUG.
- Couto Silva, K. (2015) « Le document authentique, un outil médiateur des interactions en classe de FLE », *Revista Letras Raras*, Vol. 4, Ano 4, N°1, p. 100-121.
- Narcy-Combes, M-F. (2009), « Développer la compétence interculturelle : un défi identitaire », *Cahiers de l'APLIUT* Vol. XXVIII N°1, pp. 93-104.
- Velazquez Herrera, A. (2015) « Diversité pédagogique et culturelle en classe de FLE : vers une intégration contextualisée de la compétence interculturelle », *Les cahiers de l'Acedle* 12-1, <https://journals.openedition.org/rdlc/407>.
- Yaiche, F. et Rolland-Lozachmeur, G. (2015), « La "petite annonce du cœur" : du journal au site web de rencontres, de la consolation à la consommation : genre syntaxiques et énonciatif, interprétation sémiotique » dans Banks, D. « Aspects linguistiques de la "petite annonce" », L'Harmattan, pp. 49-95.

AUTEURES

Angélique MARTIN-MASSET est maître de conférences en didactique au sein du master FLE/ FLS/FOS en milieu scolaire et entrepreneurial de l'université d'Artois (Arras, France) depuis 2010. Elle enseigne auprès des étudiants de licence mention FLE et de master FLE et donne également des cours de français aux étudiants d'échange de l'université. Elle a soutenu en 2009 une thèse de doctorat portant sur la métalangue dans l'enseignement/apprentissage du Français Langue Etrangère/Langue seconde (FLE/S) auprès de publics d'élèves scolarisés en France. Ses recherches portent essentiellement sur la didactique du FOU dans une perspective interculturelle.

Alfiia SALKHENOVA est maître de conférences chargée des cours du département de la langue française (disciplines enseignées : français général, civilisation française, traduction français-russe) à l'Université militaire Prince Alexandre Nevsky, Moscou, Russie. Elle a soutenu sa thèse de doctorat au sujet de la grammaire comparée du russe, du français et du kazakh. Ses recherches portent principalement sur la didactique du FLE dans le cadre de l'approche interculturelle, sur l'analyse du discours.