

Table des matières

Vue d'ensemble	1
Directives à l'enseignant	2
Critères de notation	6

Vue d'ensemble

Description du projet

Domaine	Projet	Durée suggérée*
Production écrite	Rédaction d'une annonce publicitaire visant la promotion de la chanson d'expression française	quatre à cinq périodes de 50 minutes

**Durée flexible, selon le contexte de chaque classe et les besoins particuliers des élèves.*

Les élèves rédigent le texte d'une annonce publicitaire pour promouvoir un album, un artiste ou une chanson d'expression française. Les élèves tiennent compte des aspects incitatifs à considérer pour une publicité audio d'une durée de 30 à 45 secondes.

Note : *Ce projet d'écriture mènera à une lecture expressive de l'annonce publicitaire produite.*

Résultats d'apprentissage spécifiques visés**

En ce qui a trait au **produit de l'écriture**, l'élève :

- produit un message contenant des aspects incitatifs tels que le slogan, la caractérisation, la trame sonore ou la technique interactive;
- utilise le vocabulaire pour susciter les réactions souhaitées chez [l'auditeur];
- reconnaît et corrige les anglicismes lexicaux (4^e) et sémantiques les plus courants;
- utilise une variété de phrases [interrogatives, exclamatives, impératives, etc.] qui respectent la syntaxe française (3^e à 9^e);
- vérifie les mécanismes de la langue qui auront un impact à l'oral (le temps et l'accord des verbes, l'accord des déterminants, des noms et des adjectifs, etc.) (3^e à 9^e).

En ce qui a trait au **processus d'écriture**, l'élève :

- sélectionne le contenu de son projet d'écriture en tenant compte de l'intérêt et des besoins du public cible (7^e);
- établit un plan de travail tout en tenant compte des conditions de présentation;
- utilise un moyen tel que le schéma ou le plan pour organiser le contenu de son projet d'écriture (6^e).

***Ce projet vise aussi des résultats d'apprentissage que les élèves doivent maîtriser à un niveau autre que celui de la 9^e année. Ce niveau est indiqué entre parenthèses.*

Directives à l'enseignant

Conditions pour assurer la réussite du projet

Au cours de l'année, les élèves doivent avoir eu l'occasion :

- d'écouter des chansons populaires d'expression française;
- de se familiariser avec diverses techniques publicitaires;
- de produire un message contenant des aspects incitatifs tels que le slogan, la caractérisation, la trame sonore ou la technique interactive;
- de reconnaître et de corriger les anglicismes lexicaux et sémantiques;
- de respecter les mécanismes de la langue à l'oral;
- d'utiliser le vocabulaire approprié au sujet et à l'intention de communication;
- d'appliquer des stratégies efficaces pour bien réaliser leur projet (consulter leurs pairs pour clarifier leurs pensées, établir un plan de travail, organiser leurs idées à l'aide d'un plan, etc.);
- de s'autoévaluer selon des critères précis.

Préparatifs

- S'assurer d'avoir en main tout le matériel nécessaire :
 - matériel de l'élève;
 - matériel musical à promouvoir (disques compacts, audiocassettes, articles sur les artistes, adresses Internet pré-sélectionnées, etc.);
 - lecteur de disques compacts, s'il y a lieu;
 - magnétophones.
- L'utilisation de l'ordinateur est laissée à la discrétion de l'enseignant. Réserver le laboratoire des ordinateurs pour le nombre de périodes nécessaire, s'il y a lieu.
- Prévoir 4 à 5 périodes de 50 minutes chacune, pour que les élèves puissent :
 1. recevoir les explications au sujet de la tâche;
 2. activer leurs connaissances antérieures;
 3. choisir le produit artistique à promouvoir;
 4. décider en équipes des éléments à intégrer dans une bonne publicité de matériel musical;

5. planifier et rédiger une ébauche de leur texte;
6. réviser leur texte et apporter les changements nécessaires;
7. remplir une fiche de réflexion.

Démarche

Avant l'écriture

Présentation de la tâche :

- Présenter aux élèves le projet d'annonce publicitaire pour promouvoir un album, un artiste ou une chanson d'expression française de leur choix. Préciser qu'ils travailleront en équipes de 3 ou 4 élèves pour planifier leur projet. Cependant, chaque élève devra produire sa propre annonce publicitaire qui sera ensuite présentée aux autres élèves de la classe.
- Bien expliquer aux élèves les attentes face à ce projet de production écrite, en se référant à des tâches semblables réalisées antérieurement. Ils devront être en mesure :
 - de produire un message contenant des aspects incitatifs tels que le slogan, la caractérisation, la trame sonore ou la technique interactive;
 - d'utiliser le vocabulaire approprié pour susciter les réactions souhaitées chez l'auditeur;
 - d'éviter les anglicismes lexicaux et sémantiques les plus courants;
 - d'utiliser des phrases variées [interrogatives, exclamatives, impératives, etc.] qui respectent la syntaxe française;
 - de respecter les mécanismes de la langue qui auront un impact à l'oral (le temps et l'accord des verbes, l'accord des déterminants, des noms et des adjectifs, etc.).
- Préciser qu'après leur production écrite, ils rempliront une fiche de réflexion pour évaluer leur projet et l'efficacité des moyens utilisés pour le réaliser.

Planification de la production :

Activation des connaissances antérieures :

- Distribuer le *Cahier de l'élève*. Lire avec les élèves les directives à la page 1 afin de présenter les étapes qu'ils suivront pour préparer leur production écrite. Examiner avec eux les diverses sections du cahier.
- Explorer les aspects incitatifs qui caractérisent l'annonce publicitaire et l'importance d'identifier un public cible.

Inviter les élèves à noter leurs suggestions à la page 3 de leur cahier.

- Demander aux élèves de choisir un album, un artiste ou une chanson d'expression française à promouvoir, parmi celles déjà présentées en classe. Leur fournir du matériel pour faire leur sélection, si nécessaire.
- Permettre à chaque élève d'écouter le produit qu'il a choisi de promouvoir.
- Leur donner le temps, en équipe, de sélectionner les éléments à intégrer dans une bonne publicité de promotion musicale. Préciser que ce choix doit être fait en tenant compte des caractéristiques de la chanson. Ajouter qu'ils peuvent s'inspirer de leurs notes à la page 3 pour faire leur sélection.
- Demander à chaque élève individuellement de remplir le *Plan – Annonce publicitaire* se trouvant à la page 4 du cahier. Il peut y noter les idées à exprimer, ainsi que les aspects incitatifs à y inclure.

Pendant l'écriture

- Demander aux élèves de rédiger l'ébauche de leur annonce publicitaire à la page 5 du *Cahier de l'élève* ou à l'ordinateur. Ils écrivent cette ébauche à double interligne.
- Ajouter qu'ils peuvent noter leurs interrogations sur le contenu du message et sur la qualité de la langue, en cours de rédaction.

Après l'écriture

- Demander aux élèves de faire individuellement la révision de leur texte. Leur suggérer de faire la révision en deux temps, d'abord pour la présentation du message, ensuite pour la qualité de la langue.
- Les inviter à se référer à la *Grille de révision*, qui se trouve à la page 6 du cahier, pour vérifier les éléments à améliorer.
- Leur permettre d'utiliser leur plan et des outils de référence tels qu'un dictionnaire français, un dictionnaire bilingue, une grammaire ou un manuel de conjugaison. S'ils utilisent l'ordinateur, ils peuvent se servir du correcteur orthographique et grammatical.
- Leur demander de faire leurs corrections au brouillon (dans l'*Ébauche*), **sans effacer leur version originale**, afin qu'ils puissent mieux suivre leur processus de vérification.

Note : *Les élèves qui travaillent à l'ordinateur doivent imprimer leur brouillon et faire les corrections de la même façon.*

- Demander aux élèves qui ont travaillé à l'ordinateur d'imprimer la version finale de leur texte.

Note (1) : *Si vous désirez poursuivre le projet de production orale, demander aux élèves d'imprimer deux copies de leur texte révisé. Une copie servira à l'évaluation de la production écrite, et l'autre copie sera utilisée par l'élève lors du projet de production orale.*

Note (2) : *L'enseignant photocopie la version révisée des élèves qui ont retranscrit leur texte à la page 7 de leur cahier.*

- Leur demander de remplir la *Fiche de réflexion* qui se trouve aux pages 8 et 9 du *Cahier de l'élève*. Cette fiche leur permet de faire un retour sur l'efficacité des moyens utilisés pour réaliser leur projet écrit.
- Ramasser le *Cahier de l'élève* ainsi que les textes préparés à l'ordinateur (brouillon et copie révisée) en les agrafant aux cahiers.
- Ramasser aussi les copies de leurs textes révisés et les conserver pour l'étape de la production orale.

Critères de notation

PRODUIT

Production écrite

Pour noter le **contenu**, tout en tenant compte de ce qui est approprié pour un élève de 9^e année, il faut considérer **dans quelle mesure** l'élève :

- produit un message contenant des aspects incitatifs tels que le slogan, la caractérisation, la trame sonore ou la technique interactive.

Note	Critères de notation
3	<i>L'élève :</i> <ul style="list-style-type: none">• produit un message contenant des aspects incitatifs (arguments, slogan, etc.) habilement exploités.
2	<ul style="list-style-type: none">• produit un message contenant des aspects incitatifs (arguments, slogan, etc.) généralement bien exploités.
1	<ul style="list-style-type: none">• produit un message contenant peu d'aspects incitatifs (arguments, slogan, etc.) ou des aspects incitatifs exploités de façon inefficace.

Critères de notation

PRODUIT

Production écrite

Pour noter le **fonctionnement de la langue**, tout en tenant compte de ce qui est approprié pour un élève de 9^e année, il faut considérer **dans quelle mesure** l'élève :

- utilise le vocabulaire pour susciter les réactions souhaitées chez [l'auditeur];
- reconnaît et corrige les anglicismes lexicaux (4^e) et sémantiques les plus courants;
- utilise une variété de phrases [interrogatives, exclamatives, impératives, etc.] qui respectent la syntaxe française;
- vérifie les mécanismes de la langue qui auront un impact à l'oral (le temps et l'accord des verbes, l'accord des déterminants, des noms et des adjectifs, etc.) (3^e à 9^e).

Note	Critères de notation
3	<p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise souvent le vocabulaire (adjectifs, adverbess, noms) approprié au sujet et à l'intention de communication; • évite souvent les anglicismes et, s'il y en a, ils ne nuisent pas à la clarté du message; • utilise une variété de phrases qui respectent la plupart du temps la syntaxe française; • respecte la plupart du temps les mécanismes de la langue qui auront un impact à l'oral.
2	<ul style="list-style-type: none"> • utilise généralement le vocabulaire (adjectifs, adverbess, noms) approprié au sujet et à l'intention de communication; • évite généralement les anglicismes et, s'il y en a, ils nuisent peu à la clarté du message; • utilise des phrases parfois variées qui respectent généralement la syntaxe française; • respecte généralement les mécanismes de la langue qui auront un impact à l'oral; les erreurs ne diminueront pas l'intérêt de l'auditeur.
1	<ul style="list-style-type: none"> • utilise parfois le vocabulaire approprié au sujet et à l'intention de communication; • utilise souvent des anglicismes, ce qui nuit généralement à la clarté du message; • utilise une syntaxe simple qui respecte généralement la syntaxe française; • fait de fréquentes erreurs qui peuvent avoir un impact à l'oral et diminuer l'intérêt de l'auditeur.

PROCESSUS

Planification

L'élève :

- établit un plan de travail, tout en tenant compte des conditions de présentation;
- utilise un moyen tel que le schéma ou le plan pour organiser le contenu de son projet d'écriture (6^e);
- sélectionne le contenu de son projet d'écriture, en tenant compte de l'intérêt et des besoins du public cible (7^e).

*Projet de
production écrite*

Cahier de l'élève

Nom : _____

École : _____

Production d'une annonce publicitaire visant la promotion de la chanson d'expression française

Directives à l'élève :

Tu as écouté des chansons d'artistes d'expression française. Tu connais peut-être d'autres artistes francophones. On te donne maintenant la tâche de **produire une annonce publicitaire audio d'une durée de 30 à 45 secondes** pour faire connaître et apprécier un artiste, un album ou une chanson d'expression française. Tu choisiras le matériel musical que tu veux promouvoir.

Le projet de promotion se divise en **deux parties** :

1. Tu rédigeras d'abord **le texte** de ton annonce publicitaire.
2. Tu prépareras ensuite **une lecture expressive** de ton annonce. Cette lecture sera enregistrée sur cassette audio.

Première partie : Rédaction du texte

Tu suivras les étapes du processus d'écriture pour produire ton texte.

1. Pour **planifier** ta tâche, tu pourras travailler **en équipe** de trois ou quatre élèves. Ensemble, vous allez, d'abord, déterminer les éléments essentiels à intégrer dans une bonne publicité, et ensuite, relever les éléments qui contribuent à faire un bon enregistrement (volume de la voix, intonation, musique, etc.). Pendant cette discussion en équipe, tu peux prendre des notes à la page 3 intitulée *Les éléments d'une bonne publicité – Prise de notes*.
2. Tu choisis le produit que tu désires faire connaître (un artiste, un album ou une chanson d'expression française).
3. Après avoir écouté le produit que tu as choisi de promouvoir, tu pourras noter les éléments que tu veux faire ressortir en remplissant individuellement ton *Plan – Annonce publicitaire* qui se trouve à la page 4 du cahier. Tu pourras y noter les idées à exprimer, ainsi que les aspects incitatifs à y inclure.
4. Tu rédigeras une *Ébauche* de ton texte à la page 5 de ton cahier ou à l'ordinateur (à double interligne), tout en notant tes interrogations relatives au contenu du message et à la qualité de la langue directement sur l'ébauche ou dans la marge. Tu pourras consulter des outils de référence. Si tu utilises l'ordinateur, tu peux te servir du correcteur orthographique et grammatical.
5. Tu feras la **révision de ton texte** en te référant à la *Grille de révision* à la page 6. Tu feras les corrections directement sur ton ébauche. Si tu travailles à l'ordinateur, tu dois imprimer ton ébauche et faire les corrections de la même façon.
6. Tu recopieras ton texte révisé au propre à la page 7 du cahier.

Tu rempliras la *Fiche de réflexion* aux pages 8 et 9 du *Cahier de l'élève* pour faire un **retour sur ton projet écrit** et sur les moyens utilisés pour le réaliser.

Deuxième partie : Préparation de la lecture expressive de ton annonce publicitaire.

Tu trouveras les directives à suivre pour cette deuxième partie, dans le *Cahier de l'élève* du projet de production orale.

Critères d'évaluation

Pour le texte de l'annonce publicitaire

Voici les éléments sur lesquels ton texte sera évalué. Tu devras démontrer que tu peux :

- produire un message contenant des aspects incitatifs tels que le slogan, la caractérisation, la trame sonore ou la technique interactive;
- utiliser le vocabulaire pour susciter les réactions souhaitées chez l'auditeur;
- reconnaître et corriger les anglicismes lexicaux et sémantiques les plus courants;
- utiliser une variété de phrases [interrogatives, exclamatives, impératives, etc.] qui respectent la syntaxe française;
- vérifier les mécanismes de la langue qui auront un impact à l'oral (les temps et accords des verbes, les accords des déterminants, des noms et des adjectifs, etc.).

Tu devras aussi appliquer toutes les stratégies de planification et de gestion nécessaires pour bien réussir ton projet de production écrite.

Les éléments d'une bonne publicité

Prise de notes

Lors du remue-méninges, note les éléments essentiels à intégrer dans une bonne publicité et ceux qui contribuent à faire un bon enregistrement (volume de la voix, intonation, musique, etc.).

Plan

Annonce publicitaire

Utilise le plan ci-dessous pour décider des éléments que tu vas intégrer dans ta publicité.

Produit à promouvoir :

Public cible :

Aspect 1

Aspect 2

Aspect 3

Mots clés

Mots clés

Mots clés

Slogan :

Éléments sonores :

(musique, effets spéciaux,
etc., s'il y a lieu)

Grille de révision

Ébauche de l'annonce publicitaire

CRITÈRES

Contenu du message

Mon message est-il clair?

- Ai-je inclus un élément accrocheur au début?

- Ai-je bien présenté le nom du produit que je veux vendre?

- Ai-je donné suffisamment de renseignements sur le produit?

- Ai-je bâti un scénario structuré? (enchaînement des aspects, place du slogan, dialogues, s'il y a lieu, etc.)

- Ai-je inventé un slogan?

- Ai-je répété le nom du produit à quelques reprises dans mon texte?

Qualité de la langue

Mon message contient-il des anglicismes?

Les temps verbaux (ex. : impératif) sont-ils appropriés au sujet et à l'intention de communication (selon le public cible et le but visé)?

Le vocabulaire utilisé (adjectifs, adverbes, noms) est-il approprié au sujet et à l'intention de communication (selon le public cible et le but visé)?

Ai-je utilisé des phrases variées [interrogatives, exclamatives, impératives, etc.]?

Ai-je utilisé des phrases qui respectent la syntaxe française?

Ai-je respecté les mécanismes de la langue qui ont un impact à l'oral (accords, temps et conjugaisons, etc.)?

MON AUTO-ÉVALUATION

Oui Non

Oui Non

Oui Non

Oui Non

Oui Non

Oui Non

Oui Non

Oui Non

Oui Non

Oui Non

Oui Non

Oui Non

Fiche de réflexion

1. Est-ce que l'utilisation d'un « **Plan** » de ton annonce publicitaire t'a aidé dans la réalisation de ton projet écrit? Explique ta réponse.

2. Comment t'es-tu pris pour faire la **vérification de ton texte**? Choisis trois éléments parmi les six présentés ci-dessous. Explique la démarche que tu as utilisée pour vérifier :

- les anglicismes

- le choix du vocabulaire

- le choix des temps verbaux

- la structure de phrases

- la variété des structures de phrases

- les mécanismes de la langue qui auraient un impact sur l'oral

Table des matières

<i>Production d'une annonce publicitaire - Tâche de l'élève</i>	1
Critères de notation	2
Exemples de travaux d'élèves	4
• Illustration du produit	4
• Illustration du processus	20

Production d'une annonce publicitaire visant la promotion de la chanson d'expression française

Tâche de l'élève

Directives à l'élève :

Tu as écouté des chansons d'artistes d'expression française. Tu connais peut-être d'autres artistes francophones. On te donne maintenant la tâche de **produire une annonce publicitaire audio d'une durée de 30 à 45 secondes** pour faire connaître et apprécier un artiste, un album ou une chanson d'expression française. Tu choisiras le matériel musical que tu veux promouvoir.

Le projet de promotion se divise en **deux parties** :

1. Tu rédigeras d'abord **le texte** de ton annonce publicitaire.
2. Tu prépareras ensuite **une lecture expressive** de ton annonce. Cette lecture sera enregistrée sur cassette audio.

Première partie : Rédaction du texte

Tu suivras les étapes du processus d'écriture pour produire ton texte.

1. Pour **planifier** ta tâche, tu pourras travailler **en équipe** de trois ou quatre élèves. Ensemble, vous allez, d'abord, déterminer les éléments essentiels à intégrer dans une bonne publicité, et ensuite, relever les éléments qui contribuent à faire un bon enregistrement (volume de la voix, intonation, musique, etc.). Pendant cette discussion en équipe, tu peux prendre des notes à la page 3 intitulée *Les éléments d'une bonne publicité – Prise de notes*.
2. Tu choisiras le produit que tu désires faire connaître (un artiste, un album ou une chanson d'expression française).
3. Après avoir écouté le produit que tu as choisi de promouvoir, tu pourras noter les éléments que tu veux faire ressortir en remplissant individuellement ton *Plan – Annonce publicitaire* qui se trouve à la page 4 du cahier. Tu pourras y noter les idées à exprimer, ainsi que les aspects incitatifs à y inclure.
4. Tu rédigeras une *Ébauche* de ton texte à la page 5 de ton cahier ou à l'ordinateur (à double interligne), tout en notant tes interrogations relatives au contenu du message et à la qualité de la langue directement sur l'ébauche ou dans la marge. Tu pourras consulter des outils de référence. Si tu utilises l'ordinateur, tu peux te servir du correcteur orthographique et grammatical.
5. Tu feras la **révision de ton texte** en te référant à la *Grille de révision* à la page 6. Tu feras les corrections directement sur ton ébauche. Si tu travailles à l'ordinateur, tu dois imprimer ton ébauche et faire les corrections de la même façon.
6. Tu recopieras ton texte révisé au propre à la page 7 du cahier.

Tu rempliras la *Fiche de réflexion* aux pages 8 et 9 du *Cahier de l'élève* pour faire un **retour sur ton projet écrit** et sur les moyens utilisés pour le réaliser.

Deuxième partie : Préparation de la lecture expressive de ton annonce publicitaire.

Tu trouveras les directives à suivre pour cette deuxième partie, dans le *Cahier de l'élève* du projet de production orale.

Critères de notation

PRODUIT

Production écrite

Pour noter le **contenu**, tout en tenant compte de ce qui est approprié pour un élève de 9^e année, il faut considérer **dans quelle mesure** l'élève :

- produit un message contenant des aspects incitatifs tels que le slogan, la caractérisation, la trame sonore ou la technique interactive.

Note	Critères de notation
3	<i>L'élève :</i> <ul style="list-style-type: none">• produit un message contenant des aspects incitatifs (arguments, slogan, etc.) habilement exploités.
2	<ul style="list-style-type: none">• produit un message contenant des aspects incitatifs (arguments, slogan, etc.) généralement bien exploités.
1	<ul style="list-style-type: none">• produit un message contenant peu d'aspects incitatifs (arguments, slogan, etc.) ou des aspects incitatifs exploités de façon inefficace.

Critères de notation

PRODUIT

Production écrite

Pour noter le **fonctionnement de la langue**, tout en tenant compte de ce qui est approprié pour un élève de 9^e année, il faut considérer **dans quelle mesure** l'élève :

- utilise le vocabulaire pour susciter les réactions souhaitées chez [l'auditeur];
- reconnaît et corrige les anglicismes lexicaux (4^e) et sémantiques les plus courants;
- utilise une variété de phrases [interrogatives, exclamatives, impératives, etc.] qui respectent la syntaxe française;
- vérifie les mécanismes de la langue qui auront un impact à l'oral (le temps et l'accord des verbes, l'accord des déterminants, des noms et des adjectifs, etc.) (3^e à 9^e).

Note	Critères de notation
3	<p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise souvent le vocabulaire (adjectifs, adverbess, noms) approprié au sujet et à l'intention de communication; • évite souvent les anglicismes et, s'il y en a, ils ne nuisent pas à la clarté du message; • utilise une variété de phrases qui respectent la plupart du temps la syntaxe française; • respecte la plupart du temps les mécanismes de la langue qui auront un impact à l'oral.
2	<ul style="list-style-type: none"> • utilise généralement le vocabulaire (adjectifs, adverbess, noms) approprié au sujet et à l'intention de communication; • évite généralement les anglicismes et, s'il y en a, ils nuisent peu à la clarté du message; • utilise des phrases parfois variées qui respectent généralement la syntaxe française; • respecte généralement les mécanismes de la langue qui auront un impact à l'oral; les erreurs ne diminueront pas l'intérêt de l'auditeur.
1	<ul style="list-style-type: none"> • utilise parfois le vocabulaire approprié au sujet et à l'intention de communication; • utilise souvent des anglicismes, ce qui nuit généralement à la clarté du message; • utilise une syntaxe simple qui respecte généralement la syntaxe française; • fait de fréquentes erreurs qui peuvent avoir un impact à l'oral et diminuer l'intérêt de l'auditeur.

PROCESSUS

Planification

L'élève :

- établit un plan de travail, tout en tenant compte des conditions de présentation;
- utilise un moyen tel que le schéma ou le plan pour organiser le contenu de son projet d'écriture (6^e);
- sélectionne le contenu de son projet d'écriture, en tenant compte de l'intérêt et des besoins du public cible (7^e).

Exemples de travaux d'élèves

Illustration du produit

Note	Critères de notation
3	<p>Contenu <i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • produit un message contenant des aspects incitatifs (arguments, slogan, etc.) habilement exploités.
3	<p>Fonctionnement de la langue <i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise souvent le vocabulaire (adjectifs, adverbes, noms) approprié au sujet et à l'intention de communication; • évite souvent les anglicismes et, s'il y en a, ils ne nuisent pas à la clarté du message; • utilise une variété de phrases qui respectent la plupart du temps la syntaxe française; • respecte la plupart du temps les mécanismes de la langue qui auront un impact à l'oral.

Exemple
<p><i>Texte révisé</i> Annonce publicitaire</p> <p>Recopie ton texte au propre.</p> <hr/> <p>RADO 2! Un album remplis d'une merveilleuse variation de styles de musique. Tu vas sûrement trouver quelque chose à ton goût. RADO 2! a beaucoup de divers artistes de l'Ouest canadien. Supporte nos artistes canadiens en achetant RADO 2 à ton magasin local de musique. Le disque comprend: «Alphonse» par les Mouches noires, «Aujourd'hui» par Josée Lajoie, «L'Amérique s'endort» par Francis Marchildon, «Les Anciens» par Edmond Dufort, et encore d'autres chansons extra-ordinaires. Offrez-vous un voyage dans la musique de l'Ouest avec RADO 2!</p> <hr/>

Commentaires	
Contenu – 3	Fonctionnement de la langue – 3*
<p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise de façon efficace plusieurs éléments liés à la publicité : <ul style="list-style-type: none"> - produit un message contenant des aspects incitatifs variés; ex. : « Tu vas surement trouver quelque chose à ton goût. », « ... a beaucoup de divers artistes... » (réponse aux goûts d'un public varié), « Supporte nos artistes canadiens... » (appui aux gens du milieu comme argument de vente), etc.; - donne un aperçu du contenu en énumérant quelques artistes; - utilise la répétition du titre pour mettre le produit en évidence; ex. : on retrouve Rado 2 quatre fois dans le texte; - utilise un slogan présentant un jeu de mots pour conclure son message; ex. : « Offrez-vous un voyage dans la musique de l'Ouest avec Rado 2! »; - présente ses phrases dans un ordre qui n'est pas toujours logique; ex. : « Tu vas surement trouver quelque chose à ton goût. » avant d'avoir donné un aperçu du contenu. Il aurait été préférable de placer cette phrase après « ... et encore d'autres chansons extra-ordinaires. ». Le même commentaire s'applique à la phrase suivante : « Supporte nos artistes canadiens... ». Elle aurait été mieux placée avant « Offrez-vous... ». 	<p>Vocabulaire</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise un vocabulaire simple pour traiter du sujet; ex. : « merveilleuse, extra-ordinaires, magasin, artistes, a beaucoup, etc. »; utilise quelques expressions spécifiques au domaine; ex. : « variation de styles de musique, un voyage dans la musique »; • utilise peu d'anglicismes lexicaux; ex. : « Supporte » au lieu de « appuie ». <p>Structure de la phrase</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise une variété de phrases simples qui respectent la syntaxe française; ex. : « Tu vas surement trouver quelque chose à ton goût », « Supporte nos artistes canadiens en achetant Rado 2 a ton magasin local de musique. »; • utilise la phrase de type impératif exclamatif pour créer un effet; ex. : « Offrez-vous un voyage... Rado 2! ». <p>Mécanismes de la langue</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • respecte les mécanismes de la langue qui ont un impact à l'oral.

* Dans le cadre de cette tâche, l'enseignant ne peut tirer de grandes conclusions sur le rendement d'un élève à l'écrit à ce niveau scolaire. Les textes publicitaires sont généralement courts et les phrases sont souvent courtes et simples. L'enseignant devrait observer le fonctionnement de la langue dans des textes plus longs avant de déterminer de façon définitive le rendement de cet élève à ce niveau.

Note	Critères de notation
<p style="text-align: center;">3</p>	<p>Contenu L'élève :</p> <ul style="list-style-type: none"> • produit un message contenant des aspects incitatifs (arguments, slogan, etc.) habilement exploités.
<p style="text-align: center;">2</p>	<p>Fonctionnement de la langue L'élève :</p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise généralement le vocabulaire (adjectifs, adverbes, noms) approprié au sujet et à l'intention de communication; • évite généralement les anglicismes et, s'il y en a, ils nuisent peu à la clarté du message; • utilise des phrases parfois variées qui respectent généralement la syntaxe française; • respecte généralement les mécanismes de la langue qui auront un impact à l'oral; les erreurs ne diminueront pas l'intérêt de l'auditeur.

Exemple 1

Texte révisé
Annonce publicitaire

Recopie ton texte au propre.

Alphonse: Un chanson en feu.

Vous êtes ennuyé ou déprimé? Écoutez «Alphonse»? un chanson vite et agréable. C'est garanti de te réveiller.

Les paroles sont bien écrites et disent une histoire vrai, mais incroyable. C'est très comique et est garanti de te faire rire.

Cette chanson n'est seulement les paroles, mais elle possède une musique vite et rythmique, jouer avec des instruments très appropriés.

En tous «Alphonse» est excitant et va vous faire vouloir danser.

«Alphonse», sur le disque «Redo 2», soyez le premier à l'avoir.

Commentaires	
Contenu – 3	Fonctionnement de la langue – 2*
<p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise efficacement plusieurs éléments liés à la publicité : <ul style="list-style-type: none"> - interpelle l'auditeur dès le début en lui posant une question; ex. : « Vous êtes ennuyer ou déprimer? » et tente de trouver une solution à ce problème « C'est garanti de te réveiller »; - donne son point de vue sur plusieurs caractéristiques de la chanson; ex. : les paroles (« Les paroles sont bien écrites et disent une histoire vrai... »), la musique et l'instrumentation (« elle possède une musique vite et rythmique, jouer avec des instruments très approprier. »), etc.; - promet beaucoup de plaisir à ceux qui vont l'écouter; ex. : « ...est garanti de te faire rire. » et « ... et va vous faire vouloir danser. »; - termine en invitant l'auditeur à être parmi les premiers à avoir cette chanson en main « ...soyer le premier à l'avoir. »; - utilise un slogan qui ne reflète pas le contenu de la chanson, mais plutôt la forme (rythme, instrumentation); « Alphonse : Un chanson en feu. ». 	<p>Vocabulaire</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise des expressions et des mots parfois bien choisis pour traiter du sujet; ex. : « ennuyer, déprimer, approprier, comique, incroyable, garanti de, de te faire rire, etc. »; • n'utilise pas d'anglicismes lexicaux, mais utilise quelques anglicismes sémantiques (ex. : disent [racontent], En tous [finalement]). <p>Structure de la phrase</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise une variété de phrases simples; ex. : «Écoutez « Alphonse », un chanson vite et agréable. »; • prend des risques en voulant exprimer des idées complexes : « Cette chanson n'est seulement les paroles, mais elle possède... », « En tous “Alphonse” est excitant et va vous faire vouloir danser [va te donner le goût de danser]. »; • utilise correctement les pronoms personnels compléments du verbe; ex. : « de te réveiller », « va vous faire vouloir danser », « soyer le premier à l'avoir. », etc. • utilise des phrases de type interrogatif et impératif pour créer un effet; ex. : « Vous êtes ennuyer ou déprimer? Écoutez « Alphonse », un chanson... ». <p>Mécanismes de la langue – 2</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • fait des erreurs qui ont un impact à l'oral et qui distraient parfois l'auditeur; ex. : « ... un [une] chanson... », « ... est [c'est] garanti... », « Cette chanson n'est [pas] seulement [qualificatif + par : remarquable par...] les paroles... »; • utilise « tu » et « vous » de façon inconstante lorsqu'il s'adresse à l'auditeur.

* Dans le cadre de cette tâche, l'enseignant ne peut tirer de grandes conclusions sur le rendement d'un élève à l'écrit à ce niveau scolaire. Les textes publicitaires sont généralement courts et les phrases sont souvent courtes et simples. L'enseignant devrait observer le fonctionnement de la langue dans des textes plus longs avant de déterminer de façon définitive le rendement de cet élève à ce niveau.

Note	Critères de notation
<p style="text-align: center;">3</p>	<p>Contenu L'élève :</p> <ul style="list-style-type: none"> • produit un message contenant des aspects incitatifs (arguments, slogan, etc.) habilement exploités.
<p style="text-align: center;">2</p>	<p>Fonctionnement de la langue L'élève :</p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise généralement le vocabulaire (adjectifs, adverbes, noms) approprié au sujet et à l'intention de communication; • évite généralement les anglicismes et, s'il y en a, ils nuisent peu à la clarté du message; • utilise des phrases parfois variées qui respectent généralement la syntaxe française; • respecte généralement les mécanismes de la langue qui auront un impact à l'oral; les erreurs ne diminueront pas l'intérêt de l'auditeur.

Exemple 2

Texte révisé
Annonce publicitaire

Recopie ton texte au propre.

~~L'Amérique s'endort~~ va te réveiller! c'est un chanson
française pour la millenium! la mélodie pour cette
chanson est vraiment accrochante. C'est si remarquable,
si captivante, que tu ne pourras pas t'arrêter de monter
la volume. Aussi, les paroles sont très intéressants.
Tu va pouvoir voir que l'auteur à pris beaucoup
de temps pour penser de ces paroles si excellents,
si valables. L'Amérique s'endort racontent, vraiment,
une histoire. Le chanteur à un bon voix. Il chante
les paroles d'un façon si originale et si passionné, que
tu seras obligé de l'aimer! L'Amérique s'endort est la meilleur.

Commentaires	
Contenu – 3	Fonctionnement de la langue – 2*
<p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise efficacement plusieurs éléments liés à la publicité : <ul style="list-style-type: none"> - utilise un jeu de mots pour attirer l'attention; ex. : « L'Amérique s'endort va te reveiller! »; - utilise des adverbes pour marquer l'insistance, de pair avec plusieurs qualificatifs pour décrire le produit; ex. : « vraiment accrochante », « si captivante »; « si remarquable », etc.; - s'adresse directement à son public; ex. : « ... tu ne pourras pas t'arrêter... », « Tu va pouvoir... », « tu seras obligé... », etc.; - donne son point de vue sur plusieurs caractéristiques de la chanson; ex. : la mélodie (« La mélodie pour cette chanson est vraiment accrochante »), la voix du chanteur (« à un bon voix. »), l'interprétation (ex. : Il chante les paroles d'un façon si originale et si passionné... », etc.; - utilise un slogan pour conclure son message : « L'Amérique s'endort est le meilleur! ». 	<p>Vocabulaire – 3</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise plusieurs adjectifs qualificatifs pour traiter du sujet; ex. : « accrochante, remarquable, captivante, originale, passionné, etc. »; utilise de façon adéquate quelques mots spécifiques au domaine; ex. : « mélodie, auteur, voix »; • utilise peu d'anglicismes lexicaux; ex. : « millenium » au lieu de millénaire. <p>Structure de la phrase – 3</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise une variété de phrases simples qui respectent la plupart du temps la syntaxe française, à l'exception du calque « L'Amérique... est le meilleur! [... is the best!] »; • utilise des phrases exclamatives pour créer un effet; ex. : « L'Amérique s'endort est le meilleur! ». <p>Mécanismes de la langue – 1</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • fait de fréquentes erreurs qui ont un impact à l'oral, spécialement en ce qui a trait au choix des déterminants (« C'est un [une] chanson française pour la [le] millenium [millénaire]! », « ... monter la [le] volume. », etc.) et aux accords des adjectifs qualificatifs (« les paroles sont très intéressant[e]s, ses paroles si excellent[e]s, un[e] bon[ne] voix, etc.).

* Dans le cadre de cette tâche, l'enseignant ne peut tirer de grandes conclusions sur le rendement d'un élève à l'écrit à ce niveau scolaire. Les textes publicitaires sont généralement courts et les phrases sont souvent courtes et simples. L'enseignant devrait observer le fonctionnement de la langue dans des textes plus longs avant de déterminer de façon définitive le rendement de cet élève à ce niveau.

Commentaires	
Contenu – se rapproche du rendement 3	Fonctionnement de la langue – 2*
<p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise de façon efficace certains éléments liés à la publicité, mais sans conserver l'unité dans son texte : <ul style="list-style-type: none"> - utilise un jeu de mots dès le début pour attirer l'attention et il le fait en présentant une juxtaposition de mots contraires; ex. : « L'Amérique s'endort, mais la musique nous eveille [réveille]! »; - s'adresse directement à l'auditeur; ex. : « ... va te séduire. », « Quand tu écoute... tu va le chanter pour des semaines. », etc; - mise sur la renommée du chanteur pour mousser sa publicité; ex. : son genre de musique (« ... Francis Marchildon... sur la musique folklorique. »), sa voix (« Son voix extraordinaire va te séduire.»); - promet la satisfaction au client; ex. : « Va l'acheter maintenant et tu ne vas pas le regretter. »; - reprend de façon efficace le nom du produit et le nom de l'artiste pour aider l'auditeur à retenir l'information ou pour capter son attention; - veut cependant utiliser la juxtaposition de mots contraires : moderne et folklorique; ex. : « ... une tourne moderne sur la musique folklorique », mais sans rendre son idée explicite. Le même commentaire s'applique à l'idée d'une « ... histoire magnifique de la coeur. ». Il ne fait aucunement mention des paroles pour appuyer son idée; - mentionne à deux reprises les qualités de la musique dans le texte, mais non de façon continue; ex. : « ... sur la musique folklorique, Son voix... te séduire, Quand tu écoute la musique... ». 	<p>Vocabulaire</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise des expressions et des mots parfois bien choisis pour traiter du sujet; ex. : « musique folklorique, moderne, va te séduire, regretter, etc. »; • utilise certains mots de façon maladroite; ex. : « ... une tourne moderne... », « ... rencontre une histoire... »; • n'utilise pas d'anglicismes lexicaux, mais utilise un anglicisme sémantique, « une tourne moderne » [a modern twist]. <p>Structure de la phrase</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise des phrases simples, généralement bien structurées et une phrase complexe; ex. : « Quand tu écoute la musique dans l'Amérique s'endort tu va le chanter pour des semaines. », contenant toutefois un anglicisme syntaxique; ex. : « ... le chanter pour [durant] des semaines. »; • utilise des pronoms personnels compléments du verbe qui sont bien situés dans la phrase, même dans les cas d'une phrase impérative : « ... va te séduire... » et d'une phrase négative : « ... tu ne vas pas le regretter. »; • utilise une phrase de type impératif coordonnée à une phrase négative pour créer un effet; ex. : « Va l'acheter maintenant et tu ne vas pas le regretter. ». <p>Mécanismes de la langue</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • respecte généralement les mécanismes de la langue qui ont un impact à l'oral, à l'exception de « ... son [sa] voix... », « ... de la [du] coeur... » et « tu va le [la] chanter ».

* Dans le cadre de cette tâche, l'enseignant ne peut tirer de grandes conclusions sur le rendement d'un élève à l'écrit à ce niveau scolaire. Les textes publicitaires sont généralement courts et les phrases sont souvent courtes et simples. L'enseignant devrait observer le fonctionnement de la langue dans des textes plus longs avant de déterminer de façon définitive le rendement de cet élève à ce niveau.

Note	Critères de notation
<p style="text-align: center;">2</p>	<p>Contenu L'élève :</p> <ul style="list-style-type: none"> • produit un message contenant des aspects incitatifs (arguments, slogan, etc.) généralement bien exploités.
<p style="text-align: center;">se rapproche du rendement</p> <p style="text-align: center;">2</p>	<p>Fonctionnement de la langue L'élève :</p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise généralement le vocabulaire (adjectifs, adverbes, noms) approprié au sujet et à l'intention de communication; • évite généralement les anglicismes et, s'il y en a, ils nuisent peu à la clarté du message; • utilise des phrases parfois variées qui respectent généralement la syntaxe française; • respecte généralement les mécanismes de la langue qui auront un impact à l'oral; les erreurs ne diminueront pas l'intérêt de l'auditeur.

Exemple
<p><i>Texte révisé</i> Annonce publicitaire</p> <p>Recopie ton texte au propre.</p> <p>Quand le monde réveille, L'Amérique S'endort! Achète cet disque compact rare maintenant. L'Amérique S'endort à une ligne musical et vocale superbe. Les deux parties sont excellentment choréographié avec les bons choix de mots pour faire les rimes en harmonie. Toute le chanson est unique et les parties vont rester dans ton tête. De 100 personnes, 99 l'ont choisi comme le plus bon chanson du millénium. Tout les célèbres ont la chanson universelle. Achète L'Amérique S'endort au magasin maintenant. Disponible à : Supertore, Safeway, HMV, A and B Sound, Music World, et Canadian Tire. Les disques sont en quantité limitée, alors réserve ton copie maintenant.</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

Commentaires	
Contenu – 2	Fonctionnement de la langue – se rapproche du rendement 2*
<p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise généralement de façon efficace certains éléments liés à la publicité : <ul style="list-style-type: none"> - utilise des arguments de vente comme la rareté d'un produit (« Achète cet disque compact rare maintenant. »), le choix du public (« De 100 personnes, 99 l'ont choisi comme le plus bon chanson du millénium. »), les points de vente, la possibilité de réserver le disque compact; - donne son point de vue sur quelques caractéristiques de la chanson; ex. : l'arrangement (« Les deux parties [une ligne musicale et vocale] sont excellentment choréographié... ») et les paroles (« ...les bons choix de mots pour faire les rimes en harmonie. »); - utilise un jeu de mots dès le début pour attirer l'attention, mais le fait de façon peu efficace en ne fournissant aucun point de référence pour guider l'auditeur; ex. : « Quand le monde réveille, L'Amérique S'endort! ». Il aurait dû inverser son jeu de mots [Quand l'Amérique s'endort, le monde se réveille]; - incite l'auditeur à acheter le produit à deux reprises, quoique la première fois, le message arrive trop tôt, le locuteur ne connaît pas suffisamment le produit pour prendre une décision. 	<p>Vocabulaire</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise des expressions et des mots parfois bien choisis pour traiter du sujet; ex. : « rare maintenant, quantité limitée, réservé, universelle, unique, bons choix de mots, rimes, etc. »; • utilise certains mots ou expressions de façon inappropriée; ex. : « le plus bon chanson », « ... sont excellentment choréographié », « Tout les célèbres ont la chanson universelle », « pour faire les rimes en harmonie »; • utilise peu d'anglicismes lexicaux (ex. : millénium) ou de calques de l'anglais. <p>Structure de la phrase</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise des phrases simples généralement bien structurées et comprenant des compléments de phrase; ex. : « Achète cet disque compact rare maintenant »; • utilise des anglicismes syntaxiques; ex. : « Quand le monde [se] réveille... », et « De 100 personnes [Of 100 people]; • prend des risques en voulant exprimer des idées complexes : « Les deux parties sont excellentment choréographié avec les bons choix de mots pour faire les rimes en harmonie. »; • utilise des phrases de type impératif pour créer un effet; ex. : « Achète cet disque compact rare maintenant », « ... alors réservé ton copie maintenant. ». <p>Mécanismes de la langue – 1</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • fait de fréquentes erreurs qui ont un impact à l'oral, surtout dans l'emploi des déterminants; ex. : « cet [ce] disque compact, toute le [la] chanson, le plus bon [la meilleure] chanson, réservé ton [réserve ta] copie, etc. ».

* Dans le cadre de cette tâche, l'enseignant ne peut tirer de grandes conclusions sur le rendement d'un élève à l'écrit à ce niveau scolaire. Les textes publicitaires sont généralement courts et les phrases sont souvent courtes et simples. L'enseignant devrait observer le fonctionnement de la langue dans des textes plus longs avant de déterminer de façon définitive le rendement de cet élève à ce niveau.

Commentaires	
Contenu – se rapproche du rendement 2	Fonctionnement de la langue – se rapproche du rendement 2*
<p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise de façon assez efficace plusieurs éléments liés à la publicité : <ul style="list-style-type: none"> - mise sur la nouveauté du produit; ex. : « voici un nouveau compilation... Le nouveaux album... »; - présente brièvement les artistes; ex. : « ... compose de dix différents groupes; qui inclu... »; - reprend le nom de l'album à quelques reprises; ex. : « Je rap en français »; - mentionne le prix et le point de vente; - conclut en laissant entrevoir le succès de cet album; ex. : « cet album va révolutionné le rap canadien ». Il reprend ainsi son idée du style original du groupe mentionné plus tôt dans l'annonce; - interpelle le public, mais de façon maladroite; ex. : « Écoutez mes québécois! », s'adresse-t-il à son public ou invite-t-il les jeunes à écouter un album d'artistes québécois?; - mentionne, au début de son texte, que l'album « ... present des jeuns groupe... », mais ne les énumère que plus loin dans son texte. 	<p>Vocabulaire – 2</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise des expressions et des mots parfois bien choisis pour traiter du sujet (compilation, rythme canadien, style original, album, rap, révolutionner, etc.); • utilise plusieurs adjectifs qualificatifs pour présenter son produit; ex. : « ... des meilleurs rythme canadien. », « Le nouveaux album... », « ... des jeuns groupe avec des style originel et nouveau... »; • n'utilise pas d'anglicismes lexicaux. <p>Structure de la phrase – 2</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise des phrases simples généralement bien structurées; ex. : « Le nouveaux album présent des jeuns groupe avec des style originel et nouveau. », contenant toutefois un anglicisme syntaxique, ex. : « ...se vend [pour] 13.95 a tous musiworl. », et une phrase complexe; ex. : « Tout le monde qui aiment le rap devraient acheté “Je rap en francais”. »; • utilise une phrase de type impératif exclamatif pour créer un effet; ex. : « Écoutez mes québécois! ». <p>Mécanismes de la langue – 1</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • fait de fréquentes erreurs qui ont un impact à l'oral et qui diminuent parfois l'intérêt de l'auditeur; ex. : « ... un nouveau [une nouvelle] compilation... », « Le nouveau [nouvel] album [se] compose de dix... », « Le nouveau [nouvel] album present[e]... », etc.

* Dans le cadre de cette tâche, l'enseignant ne peut tirer de grandes conclusions sur le rendement d'un élève à l'écrit à ce niveau scolaire. Les textes publicitaires sont généralement courts et les phrases sont souvent courtes et simples. L'enseignant devrait observer le fonctionnement de la langue dans des textes plus longs avant de déterminer de façon définitive le rendement de cet élève à ce niveau.

Commentaires	
Contenu – 1	Fonctionnement de la langue – 1*
<p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise un certain nombre d'éléments liés à la publicité, mais parfois de façon inefficace, en ne suivant pas un ordre logique dans la présentation de ses idées : <ul style="list-style-type: none"> - annonce au tout début la vente du nouveau produit sans fournir d'information susceptible d'attirer l'attention du public; - annonce à la toute fin qu'il existe un premier album dans la série <i>Rado</i>, alors qu'il aurait été préférable de le dire au début et de le répéter à nouveau comme il l'a fait; ex. : « Si tu as aimé le premier, tu vas être emballer par la deuxième Rado2! »; - présente quelques artistes ce qui peut susciter un intérêt chez ceux qui les connaissent; ex. : « Nouveau artistes comme ... »; - mentionne le nom de l'album à trois reprises; - invite les gens à se procurer un album rapidement, car ils se vendent rapidement; ex. : « Vite! Aller acheter ton copie avant qu'il soit disparu. »; - utilise quelques phrases courtes qui accélèrent le rythme; • produit un court message publicitaire qui ne rencontre pas les exigences (entre 30 et 45 secondes) de la tâche. 	<p>Vocabulaire</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise quelques expressions et quelques mots bien choisis pour traiter du sujet; ex. : « ... se vendre... », « une variété intéressant d'artistes et musique... », « ... emballer... », etc.); • utilise peu d'adjectifs qualificatifs pour présenter son produit (intéressant, Nouveau); • n'utilise pas d'anglicismes lexicaux. <p>Structure de la phrase</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise un style de phrases dans lesquelles le verbe est sous-entendu; ex. : « Rado2, une variété intéressant d'artistes et musique. » et « Nouveau artistes comme Francis Marchildon... »; il utilise des phrases complexes; ex. : « Aller acheter ton copie, avant qu'il soit disparu. » et « Si tu as aimé le premier, tu vas être emballer par la deuxième... »; • utilise une phrase de type impératif pour créer un effet; ex. : « Aller acheter ton copie, avant qu'il soit disparu. ». <p>Mécanismes de la langue</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • fait de fréquentes erreurs qui ont un impact à l'oral; ex. : « ... se vendre [se vend]... » et « ... une variété intéressant[e]... », « Aller acheter ton [votre] copie... » ou encore « Aller [Va] acheter ton [ta] copie... », etc.

* Dans le cadre de cette tâche, l'enseignant ne peut tirer de grandes conclusions sur le rendement d'un élève à l'écrit à ce niveau scolaire. Les textes publicitaires sont généralement courts et les phrases sont souvent courtes et simples. L'enseignant devrait observer le fonctionnement de la langue dans des textes plus longs avant de déterminer de façon définitive le rendement de cet élève à ce niveau.

Note	Critères de notation
1	<p>Contenu L'élève :</p> <ul style="list-style-type: none"> • produit un message contenant peu d'aspects incitatifs (arguments, slogan, etc.) ou des aspects incitatifs exploités de façon inefficace.
1	<p>Fonctionnement de la langue L'élève :</p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise parfois le vocabulaire approprié au sujet et à l'intention de communication; • utilise souvent des anglicismes, ce qui nuit généralement à la clarté du message; • utilise une syntaxe simple qui respecte généralement la syntaxe française; • fait de fréquentes erreurs qui peuvent avoir un impact à l'oral et diminuer l'intérêt de l'auditeur.

Exemple 2

Texte révisé
Annonce publicitaire

Recopie ton texte au propre.

(Destin Interlude)

Celine Dion, la merveille du millénaire sort avec
un nouvelle disques compacts, avec toute ses
succès des derniers neuf ans. Sa belle voix, avec
toute sa talenté, donne des chansons comme :
Destin, Regarde-Moi, la Religieuse, Par-que
tu m'aime encore, et Avec-toi et plusieurs d'autre
Sa serai en vente le 18 juin

Commentaires	
Contenu – 1	Fonctionnement de la langue – 1*
<p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • produit un court message publicitaire qui ne rencontre pas les exigences (entre 30 et 45 secondes) et qui ne compte que sur la popularité de l'artiste et de ses chansons pour attirer l'attention : <ul style="list-style-type: none"> - mentionne le nom de l'artiste en ajoutant un qualificatif non relié au domaine de la chanson; ex. : « Celine Dion, la merveille du millénaire... »; - énumère les succès de l'artiste sans fournir de qualificatif; - parle d'un nouveau disque, sans en mentionner le nom; - précise la date de la mise en vente, sans mentionner où les gens pourront se le procurer. 	<p>Vocabulaire</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • utilise quelques expressions et quelques mots bien choisis pour traiter du sujet; ex. : « ... la merveille du millénaire... », « ... toute ses succès... », etc.); • utilise peu d'adjectifs qualificatifs pour présenter son produit (nouvelle, belle); • n'utilise pas d'anglicismes lexicaux. <p>Structure de la phrase</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • n'utilise que trois phrases simples pour réaliser son annonce. Ces phrases comprennent des compléments de phrase variés; ex. : « Celine Dion, la merveille du millénaire sort avec un nouvelle disques compacts, avec toute ses succès des derniers neuf ans. » et « Sa belle voix, avec toute sa talente, donne des chansons comme : ... »; • utilise un anglicisme syntaxique : « des derniers neuf ans [des neuf dernières années] ». <p>Mécanismes de la langue</p> <p><i>L'élève :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • fait de fréquentes erreurs qui ont un impact à l'oral; ex. : « ... un nouvelle [nouveau] disques... » et « ... toute [tous] ses succès... », « toute sa talente [tout son talent] », etc.

* Dans le cadre de cette tâche, l'enseignant ne peut tirer de grandes conclusions sur le rendement d'un élève à l'écrit à ce niveau scolaire. Les textes publicitaires sont généralement courts et les phrases sont souvent courtes et simples. L'enseignant devrait observer le fonctionnement de la langue dans des textes plus longs avant de déterminer de façon définitive le rendement de cet élève à ce niveau.

Exemples de travaux d'élèves

Illustration du processus

PROCESSUS

Planification

L'élève :

- établit un plan de travail, tout en tenant compte des conditions de présentation;
- utilise un moyen tel que le schéma ou le plan pour organiser le contenu de son projet d'écriture (6^e);
- sélectionne le contenu de son projet d'écriture, en tenant compte de l'intérêt et des besoins du public cible (7^e).

Modèles de stratégies de planification

Exemples et commentaires

L'élève :

- établit un plan de travail, tout en tenant compte des conditions de présentation.

Plan de travail

Les étapes que je suivrai pour bien planifier et réaliser mon projet.

Plan d'action, production écrite :

- 1) Penser à quoi je veux dire
- 2) Écouter la chanson pendant que je l'écrivais
après la chanson
- 3) Écrire des idées
- 4) Formuler des idées et des mots à dire
- 5) Écrire le texte

Plan d'action, production orale :

- 1) Lire quoi tu veux dire sans le réécouter
- 2) Réécouter quoi tu veux dire quand il y a personne
dans la chambre
- 3) Réécouter avec ton partenaire
- 4) Réécouter un dernier fois

Note : Cette feuille t'aidera à réaliser tes deux tâches. Après avoir complété le projet de production écrite, enlève cette page du cahier pour l'insérer dans ton Cahier de l'élève, production orale.

Exemples et commentaires

L'élève :

- utilise un moyen tel que le schéma ou le plan pour organiser le contenu de son projet d'écriture;
- sélectionne le contenu de son projet d'écriture, en tenant compte de l'intérêt et des besoins du public cible.

Plan **Annonce publicitaire**

Utilise le plan ci-dessous pour décider des éléments que tu vas intégrer dans ta publicité.

Produit à promouvoir :

RADO Z

Public cible :

14-18 ANS

Aspect 1

Variation
de style
de musique

Mots clés

→ quelque chose
pour tout
le monde
→ diversité
→ _____

Aspect 2

Canadiens
(Artistes)

Mots clés

→ voisin
→ patriotisme
→ support nos
artistes CANADIEN
→ + noms de
artistes

Aspect 3

exemples de
chansons

Mots clés

→ Alphonse
→ Aujourd'hui
→ L'Amérique
s'endort
→ les Anciens
→ _____ →

Slogan :

offrez-vous un voyage dans
la musique de l'ouest

Éléments sonores :
(musique, effets spéciaux,
etc., s'il y a lieu)

musique (Alphonse, Aujourd'hui
L'Amérique s'endort, les Anciens)
+ nos _____

Exemples et commentaires

L'élève :

- utilise un moyen tel que le schéma ou le plan pour organiser le contenu de son projet d'écriture;
- sélectionne le contenu de son projet d'écriture, en tenant compte de l'intérêt et des besoins du public cible.

Plan **Annonce publicitaire**

Utilise le plan ci-dessous pour décider des éléments que tu vas intégrer dans ta publicité.

Produit à promouvoir :

RADO 2

Public cible :

14 à 18 ans

Aspect 1

Variations de
styles de musique

Mots clés

- Quelque chose
pour le goût de
tout le monde
- diversité

Aspect 2

Artistes
canadiens
de l'ouest

Mots clés

- patronisme
- voisin
- supporte les
artistes canadiens

Aspect 3

les chansons

Mots clés

- Alphonse
- Aujourd'hui
- L'Amérique s'endort
- Les Anciens
+ nom des artistes

Slogan :

Offrez-vous un voyage dans
la musique de l'ouest

Éléments sonores :
(musique, effets spéciaux,
etc., s'il y a lieu)

musique - Alphonse
- Aujourd'hui
- L'Amérique s'endort

Exemples et commentaires

L'élève :

- utilise un moyen tel que le schéma ou le plan pour organiser le contenu de son projet d'écriture;
- sélectionne le contenu de son projet d'écriture, en tenant compte de l'intérêt et des besoins du public cible.

Plan **Annonce publicitaire**

Utilise le plan ci-dessous pour décider des éléments que tu vas intégrer dans ta publicité.

Produit à promouvoir :

Le disque compact de Céline Dion
Dion

Public cible :

14 ans à 18 ans

Aspect 1

le produit

Mots clés

- Céline Dion
sur cassette
audio et disque
compact

Aspect 2

information
positif

Mots clés

- artiste populaire
- chante en différentes
langues (bilingue)
- est connu partout
dans le monde

Aspect 3

noms de les
chansons

Mots clés

- les chansons
populaire
- les instruments
- la thème
- les rimes
- la mélodie

Slogan :

Peint ta vie avec des couleurs
d'émotions.

Éléments sonores :
(musique, effets spéciaux,
etc., s'il y a lieu)

des chansons de Céline Dion.

Exemples et commentaires

L'élève :

- établit un plan de travail, tout en tenant compte des conditions de présentation.

Plan de travail

Les étapes que je suivrai pour bien planifier et réaliser mon projet.

Plan d'action, production écrite :

Écrire un plan.
Écrire l'annonce.
Reviser l'annonce.
Re-écrire l'annonce.

Plan d'action, production orale :

Avoir les effets sonores
et la musique prêt.
Lire l'annonce clairement

Note : Cette feuille t'aidera à réaliser tes deux tâches. Après avoir complété le projet de production écrite, enlève cette page du cahier pour l'insérer dans ton Cahier de l'élève, production orale.

Exemples et commentaires

L'élève :

- établit un plan de travail, tout en tenant compte des conditions de présentation.

Plan de travail

Les étapes que je suivrai pour bien planifier et réaliser mon projet.

Plan d'action, production écrite :

- trouver des mots clés
- noms d'artiste
- son plaisant
- organisé
- réviser pour des erreurs
- chronométrer pour vérifier le temps. (34 sec.)

Plan d'action, production orale :

Rhys valira jusqu'à la fin des artistes.
Je vais continuer à parler.
Je vais faire la musique si Sam ne revient pas de Calgary.
on va jouer Alphonse, puis nommer les artistes en ordre en jouant leurs chansons par tour. on va nommer Frances Monchiloba dernier et on va laisser l'Amérique s'endormir pour le restant de production.

Note : Cette feuille t'aidera à réaliser tes deux tâches. Après avoir complété le projet de production écrite, enlève cette page du cahier pour l'insérer dans ton Cahier de l'élève, production orale.

Table des matières

Modèle d'analyse de la situation évaluative

Modèle d'analyse à partir des critères de réussite personnelle	1
• Point de vue de l'enseignant	1

Modèles d'analyse des résultats obtenus par les élèves

Modèle d'analyse du produit de la production écrite	5
• Contenu	5
• Fonctionnement de la langue	5
Modèle d'analyse du processus de production écrite	6
• Planification	6
• Gestion	7

Exemples

• Exemples de fiches de planification, de gestion et de réflexion	9
---	---

Modèle d'analyse de la situation évaluative

Modèle d'analyse à partir des critères de réussite personnelle

• Point de vue de l'enseignant

À la suite de la planification de la situation d'évaluation en **écriture**, l'enseignant utilise les critères de réussite personnelle établis précédemment pour analyser son travail.

- a) La situation évaluative doit être précédée d'une phase d'apprentissage (*vision de l'évaluation*) :
 - *j'ai fait état des apprentissages nécessaires pour réaliser la tâche (RAS du produit et du processus, page 1 du guide);*
 - *j'ai établi les conditions pour que les élèves réussissent ce projet (page 2 du guide). Ces conditions sont semblables à celles privilégiées lors des apprentissages.*
- b) La situation d'évaluation doit mettre en évidence le produit et le processus (*vision de l'évaluation*) :
 - *l'évaluation portera à la fois sur le produit (la rédaction d'une annonce publicitaire pour faire la promotion de la chanson française) et sur le processus (planification, gestion et évaluation des moyens utilisés pour produire un texte). J'ai établi les critères de notation pour le produit (pages 6 et 7 du guide) et pour le processus (page 8 du guide).*
- c) La tâche proposée doit être représentative des apprentissages effectués et du contexte dans lequel les apprentissages ont eu lieu (*vision de l'évaluation et chances de réussite*) :
 - *j'ai établi les conditions pour assurer la réussite du projet (page 2 du guide). Ces conditions sont en lien direct avec les RAS visés et le contexte de réalisation de la tâche;*
 - *la démarche suivie sera la même que lors des situations d'apprentissage : étapes avant, pendant et après l'écriture (pages 3 à 5 du guide);*
 - *les élèves ont déjà eu l'occasion de rédiger un texte dans lequel ils devaient faire la promotion d'un produit;*
 - *la discussion de groupe qui précède la rédaction individuelle devrait permettre aux élèves de mieux définir le sujet. Chacun pourra noter sur la page intitulée Les éléments d'une bonne publicité – Prise de notes, tous les aspects qui lui semblent intéressants par rapport au sujet (page 3 du Cahier de l'élève);*
 - *la page Plan – Annonce publicitaire, à la page 4 de leur cahier leur servira probablement à mieux organiser leurs idées;*
 - *les élèves pourront utiliser du matériel de référence pour vérifier tout particulièrement les mécanismes de la langue qui ont un impact à l'oral.*

- d) Les buts poursuivis doivent être clairs pour les élèves (*chances de réussite et valeur de la tâche*) :
- *après avoir présenté la tâche (page 3 du guide), les élèves pourront se situer face à la tâche, et avec mon aide, ils pourront s'approprier les attentes face à ce projet (page 3 du guide et page 2 du Cahier de l'élève).*
- e) La tâche doit s'inscrire dans un projet de communication et elle doit être signifiante afin de permettre aux élèves de donner le meilleur d'eux-mêmes (*défi à la mesure des élèves et valeur de la tâche*) :
- *la production d'une annonce publicitaire s'inscrit dans un projet plus large qui se divise en trois étapes. Les élèves ont écouté et analysé plusieurs chansons au cours de l'année, et quatre autres récemment dans le cadre d'un projet de compréhension orale. Ils peuvent choisir la chanson qui les a le plus intéressés pour en faire la promotion. Ils pourront ensuite enregistrer leur message publicitaire et le diffuser auprès des autres élèves (projet de production orale).*
- f) La tâche doit être construite de manière à représenter les trois étapes d'un projet de communication (*planification, réalisation et évaluation*) :
- *lors de la **planification**, les élèves pourront définir ce qui caractérise une bonne annonce publicitaire, en équipe de trois ou quatre. Ensuite, ils pourront choisir les idées qui leur semblent les plus intéressantes pour élaborer un plan;*
 - *lors de la **réalisation**, ils rédigeront l'ébauche de leur texte et noteront leurs interrogations quant à l'orthographe d'un ou de plusieurs mots; ils vérifieront leur texte et y apporteront les changements nécessaires, en utilisant la grille d'autoévaluation et du matériel de référence, si nécessaire;*
 - *lors de l'**autoévaluation**, ils rempliront une fiche de réflexion qui leur permet de faire un dernier retour sur la tâche et sur les moyens utilisés pour la réaliser;*
 - *finalement, ils présenteront leur publicité dans le cadre du projet de production orale.*
- g) L'outil d'évaluation doit concorder avec l'objet d'évaluation :
- *la tâche telle que décrite permet d'observer les critères de notation spécifiés aux pages 6 et 7 du guide. La rédaction de l'annonce publicitaire pour faire la promotion de la chanson française fera l'objet de l'évaluation du contenu; en ce qui a trait au fonctionnement de la langue, seuls les RAS que les élèves sont censés maîtriser en 9^e année et les mécanismes de la langue qui ont un impact à l'oral feront l'objet de l'évaluation. Quelques résultats d'apprentissage spécifiques reliés au processus d'écriture ne pourront être observés dans cette situation évaluative. Ils ne feront donc pas l'objet d'une évaluation.*

Après avoir analysé la planification de la tâche évaluative à partir de critères de réussite personnelle, l'enseignant établit les **points forts** et les **points faibles** de cette situation. Ces observations portent surtout sur les pratiques pédagogiques quotidiennes. Cet exercice a pour but de voir jusqu'à quel point certains facteurs pourraient influencer les résultats de certains élèves.

D'après moi, les **points forts** de la situation évaluative sont les suivants :

- la discussion qui précède la rédaction du texte permettra aux élèves de coopérer afin de mieux définir les caractéristiques d'une bonne annonce publicitaire visant la promotion d'une chanson française;
- le texte à produire étant relativement court, les élèves pourront se concentrer davantage sur le choix des expressions et des mots et sur les mécanismes de la langue pour produire une annonce agréable à écouter;
- le fait de présenter aux élèves les différentes sections du *Cahier de l'élève* leur permettra d'avoir une idée plus précise de la tâche à accomplir et des étapes du processus d'écriture;
- la page intitulée *Plan – Annonce publicitaire* fournira aux élèves un modèle de planification associé à la rédaction d'une annonce publicitaire et leur permettra organiser leurs idées de façon appropriée à ce type de texte;
- la *Grille d'autoévaluation* devrait aider les élèves à réviser leur texte de façon indépendante et à vivre le processus d'écriture au complet;
- en tout temps, les élèves auront accès à du matériel de référence pour vérifier l'orthographe d'usage et l'orthographe grammaticale;
- la *Fiche de réflexion* touche essentiellement les stratégies cognitives. Cette fiche permettra à l'élève de décrire la démarche qu'il a utilisée pour vérifier certains éléments de son texte (connaissances procédurales). Cette réflexion l'amènera peut-être à retourner à son texte pour y jeter un dernier regard.

D'après moi, les **points faibles** de la situation évaluative sont les suivants :

- les attentes de ce projet sont écrites dans le *Cahier de l'élève*, ce qui peut leur laisser croire que tout a été déterminé à l'avance. Si je veux vraiment impliquer les élèves dans leur apprentissage, je devrais faire en sorte qu'ils puissent participer à l'élaboration de ces attentes, en faisant le lien avec des tâches semblables réalisées précédemment;
- le but du projet est de faire la promotion d'une chanson d'expression française. Est-ce que j'ai suffisamment mis l'accent sur cet aspect pour que les élèves sachent le dégager? En cours de planification, je devrais peut-être vérifier si les élèves incorporent cet aspect dans leur plan et leur fournir des suggestions, si nécessaire;
- les diverses sections du *Cahier de l'élève* ne sont peut-être pas placées dans le bon ordre. Par exemple, on retrouve le *Plan de travail* à la page 10, alors que c'est l'une des premières choses à faire pour réaliser le projet de façon efficace. Il faudra que je précise l'utilité de cette étape lors de la présentation de la tâche. Réflexion faite, est-ce que ce plan est essentiel ici, étant donné que toutes les étapes du projet sont présentées à la page 1 du cahier? Je crois que c'est

important de se donner un plan d'action pour être plus efficace, mais dans ce cas-ci, étant donné qu'il est déjà fourni, cela me semble redondant;

- les élèves n'ont pas à produire un texte sans erreur, puisqu'il est transmis à l'oral (voir *Programme d'études par année scolaire*, Français langue seconde – immersion, Neuvième année, section Production écrite, **Contexte d'apprentissage**). Ils seront peut-être tentés de négliger certains mécanismes de la langue, ce qui pourrait rendre la lecture de leur texte plus ardue lors du projet de production orale;
- comme le texte est très court et que, généralement, nous utilisons de courtes phrases dans une annonce publicitaire, cette tâche ne me permettra pas d'évaluer en profondeur les mécanismes de la langue et les structures de phrases. Je devrais observer ces éléments dans des textes plus longs réalisés dans le cadre d'autres tâches, avant de déterminer de façon définitive le rendement des élèves;
- **l'importance de la réflexion après l'écriture** doit être bien comprise de tous, car certains élèves seraient peut-être tentés d'écrire de « belles » réponses uniquement pour me faire plaisir. Il faut également qu'ils puissent avoir suffisamment **confiance en moi** pour se sentir à l'aise de parler de leurs difficultés. Ils doivent savoir que je suis là pour les aider et non pour les juger.

Note : Après avoir analysé la situation évaluative, l'enseignant peut décider de modifier certains aspects (le contexte de réalisation ou la tâche elle-même) au moment qu'il juge le plus opportun. Il pourrait apporter ces modifications **avant** même de proposer la tâche aux élèves. **Au cours de** la réalisation de la tâche, il pourrait décider d'agir selon la réaction des élèves en apportant le soutien nécessaire à ceux qui en ont besoin. **Après** la réalisation de la tâche par les élèves, il pourrait évaluer si ces facteurs ont joué un rôle déterminant dans le rendement des élèves (difficultés encourues par l'ensemble des élèves). Enfin, il pourrait juger s'il est nécessaire de tenir compte de ces facteurs lors d'une prochaine situation évaluative.

Modèles d'analyse des résultats obtenus par les élèves

Modèle d'analyse du produit de la production écrite

• Contenu

- Dans l'ensemble, les élèves ont utilisé cinq ou six moyens publicitaires pour faire la promotion de la chanson française, d'un artiste ou d'un album qu'ils avaient choisi. Plusieurs élèves ont utilisé des verbes à l'impératif pour inciter le locuteur à se procurer l'album en question. La très grande majorité des élèves ont utilisé des adjectifs qualifiants pour décrire les mérites de la chanson ou de l'artiste. Leur message est surtout composé de phrases simples et courtes, ce qui permet d'accélérer le rythme.
- Ce qui distingue le rendement des élèves, ce n'est pas tant le nombre de moyens utilisés que l'efficacité des moyens choisis pour attirer l'attention du locuteur. Les élèves qui ont obtenu un rendement 3 interpellent le locuteur dès le début et poursuivent ainsi tout au long de leur message. Dans l'exemple 1, rendement 3/2, je remarque la cohérence dans le message de cet élève : « Vous êtes ennuyer ou déprimer? ... C'est garanti de te réveiller. ... C'est très comique et est garanti de te faire rire. », etc. Certains utilisent efficacement les adverbes pour marquer l'insistance (vraiment, si, très). Ils font également valoir les particularités liées à la chanson d'expression française; ex. : « ... divers artistes de l'Ouest canadien » (rendement 3/3); « C'est un chanson française pour la millenium! » (exemple 2, rendement 3/2). Dans chacun des messages publicitaires présentés dans les modèles de rendement 3, je retrouve l'expression d'une promesse; ex. : « Tu vas surement trouver quelque chose à ton goût. » (rendement 3/3), « C'est garanti de te réveiller » (exemple 1, rendement 3/2) et « ... que tu seras obligé de l'aimer! » (exemple 2, rendement 3/2).
- Les élèves qui ont obtenu un rendement 2 ont également utilisé plusieurs moyens pour promouvoir leur produit. Cependant, il est plus difficile de voir l'unité dans leur texte. Dans certains cas, l'information ne suit pas un ordre logique (voir description du rendement 2, pages 12 à 15 dans *Exemples de travaux d'élèves*). Il manque parfois des détails qui permettraient au locuteur de se faire une meilleure idée du produit (pages 14 et 15 dans *Exemples de travaux d'élèves*).
- Dans le cas des élèves qui ont obtenu un rendement 1, ils ont bien compris la tâche et utilisé des techniques publicitaires adéquates. Cependant, ils ont produit un message qui qualifie trop peu le produit (paroles, musique, rythme, instrumentation, etc.) pour répondre correctement à l'intention de communication.

• Fonctionnement de la langue

- L'analyse du vocabulaire démontre que les élèves ont prêté une attention particulière au choix des expressions et des mots pour faire la promotion de leur produit. Est-ce dû au champ lexical lié à l'intention de communication, à l'intérêt qu'ils ont accordé à ce projet ou à la brièveté du texte? Il serait important que je mette l'accent sur cette caractéristique afin de leur

faire prendre conscience de la richesse de leur vocabulaire. Je retrouve très peu d'anglicismes lexicaux, mais quelques anglicismes sémantiques. Il faudrait que je les mette en évidence pour amener les élèves à prendre conscience de ce genre d'erreurs.

- La plupart des élèves ont utilisé des temps de verbes qui concordaient avec leur intention; ex. : les verbes à l'impératif pour inciter (ex. : offrez-vous, Va l'acheter, Écoutez, etc.), les verbes au futur pour leur laisser entrevoir l'avenir (ex. : vas surement trouver, va vous faire vouloir danser, tu ne pourras pas, tu seras obligé, tu ne vas pas le regretter, etc.). Ils ont également choisi des structures de phrases simples, généralement courtes, pour créer un rythme rapide. Je retrouve également plusieurs phrases de type impératif/exclamatif. Certains élèves ont voulu prendre des risques en utilisant des tournures de phrases avec lesquelles ils étaient moins familiers; ex. : « Cette chanson n'est [pas] seulement [qualificatif + par : remarquable par] les paroles... », « va vous faire vouloir danser [donner le goût de danser] ».
- En ce qui concerne les mécanismes de la langue, j'ai remarqué que plusieurs élèves font de fréquentes erreurs. Sont-ils conscients que les erreurs perceptibles à l'oral ont un effet négatif sur le locuteur? Ou encore, sont-ils conscients de leurs erreurs? Si je lisais leur texte à voix haute, seraient-ils capables de détecter les erreurs causées par l'utilisation d'un déterminant inapproprié, par l'absence d'accord entre le nom et l'adjectif? Je crois qu'il est important que les élèves développent l'habileté langagière à détecter les erreurs les plus courantes afin de s'autocorriger. Je devrais peut-être passer un peu plus de temps à les sensibiliser au fait qu'il est important de prêter attention à ces erreurs de surface. Je trouve que ce genre de production écrite se prête très bien à ce genre de travail. En effet, les élèves ont un but précis (produire un message pour le transmettre oralement), et comme le texte est court, ils peuvent plus facilement se concentrer sur les mécanismes de la langue.

Modèle d'analyse du processus de production écrite

• Planification

- Dans le cadre de ce projet, j'avais pensé qu'il serait important que les élèves élaborent un plan de travail, car ils devaient donner suite à leur projet de production écrite. Après avoir planifié cette situation d'évaluation, je me demandais si cette étape était vraiment nécessaire puisque dans le *Cahier de l'élève*, à la page 1, ils avaient une vue d'ensemble des étapes à suivre. En analysant les plans de travail, à la page 10 de leur cahier, je m'aperçois que très peu d'élèves ont vraiment profité de cette étape (exemple 1 à la fin de cette section). Certains élèves ont pu ajouter des informations complémentaires à ce qui avait déjà été présenté dans leur cahier; ex. : « chronomètre pour vérifier la temps. » (exemple 2). Il n'est donc pas nécessaire de demander aux élèves de produire un plan de travail dans un tel contexte de production. (À noter que les changements ont déjà été effectués dans cette version du *Guide de l'enseignant* et du *Cahier de l'élève*. L'étape d'élaboration d'un plan a été éliminée du processus, de même que la page sur laquelle les élèves devaient élaborer leur plan de travail.)

- L'analyse de la page intitulée *Les éléments d'une bonne publicité – Prise de notes* m'indique que plusieurs élèves ont compris le but de cette prise de notes (remue-méninges en petits groupes). Ils ont dégagé les caractéristiques qu'ils croyaient importantes dans le cadre de ce projet (exemples 3 et 4, à la fin de cette section). Ils ont choisi d'organiser l'information de différentes façons (constellation ou style abrégé). Certains ont tenu compte du fait que leur annonce serait diffusée sous forme de message enregistré dans le cadre du projet de production orale (exemple 3). Par contre, quelques élèves n'ont pas tout à fait saisi le but de cet échange. Ils ont dégagé les caractéristiques de la chanson qu'ils voulaient traiter dans leur annonce (exemple 5). Sans être inutile, cette étape leur a permis de jeter les bases du *Plan – Annonce publicitaire* qu'ils devaient élaborer par la suite. La prochaine fois, il faudrait que je m'assure que tous les élèves comprennent le but de chaque étape du processus. Je pourrais également discuter du « pourquoi » et de la « valeur » de ces étapes, car j'ai remarqué que plusieurs élèves ont choisi de ne pas participer à un remue-méninges ou de ne pas faire de plan de travail. Lors de ces discussions, mon but ne serait pas de les obliger à passer par toutes les étapes, mais à leur faire prendre conscience de leur façon de planifier. Certains élèves sont peut-être capables de tout organiser dans leur tête sans avoir à tout écrire sur papier. Cependant, lorsqu'ils rencontreront des difficultés, sauront-ils que le plan peut s'avérer un moyen utile pour accroître leur efficacité à organiser leur pensée?
- Le *Plan – Annonce publicitaire* avait pour but de les aider à planifier ce genre de texte. Dans l'ensemble, les élèves semblent l'avoir utilisé de façon efficace. Ils ont bien compris l'utilité et les liens qu'il y a entre les cases intitulées *Aspect* (grand organisateur) et *Mots clés* situés sous cet aspect (exemples 6 et 7, à la fin de cette section). Maintenant qu'ils ont acquis une certaine expérience pour produire des annonces publicitaires, lors d'une prochaine situation d'écriture semblable, je devrais leur demander de produire eux-mêmes un plan. Ils pourraient utiliser ce modèle et l'adapter à leurs besoins. La première fois, je pourrais leur demander de le faire dans le cadre d'un projet collectif (petits groupes de trois ou quatre élèves), pour ensuite les amener vers l'autonomie.

• Gestion

En cours de rédaction

Une brève analyse de l'ébauche des élèves m'indique que la plupart ont tiré profit du plan qu'ils avaient élaboré (exemple 7). Dans cet exemple, je peux voir des liens évidents entre ce que l'élève avait planifié et les idées qu'il a effectivement retenues. Toutefois, je note dans certains travaux des différences marquées entre le plan et l'ébauche (exemple 8). Cet élève a très peu utilisé les idées notées dans son plan. En me référant à la *Fiche de réflexion*, sa réponse à la question 1 me laisse perplexe. Je devrais m'entretenir avec cet élève afin de voir pourquoi il y a une si grande différence entre son plan et son ébauche. Mon but premier serait de voir la conception que cet élève se fait d'un plan (qu'est-ce qu'un plan, à quoi sert-il et comment l'utiliser) et non de l'obliger à suivre son plan à la lettre. Je crois qu'un auteur a toujours le droit de changer d'idée en cours de rédaction.

En cours de révision

Les élèves pouvaient se référer à une grille de révision pour réviser leur texte. D'après eux, leur texte correspond exactement aux attentes. Ils ont coché « Oui » partout, sauf pour les anglicismes. Il est vrai que, pour plusieurs éléments énumérés dans cette grille, les élèves ont assez bien réussi (*Contenu du message*). Par contre, pour certains critères listés dans la section *Qualité de la langue*, la plupart jugent qu'ils ont respecté les mécanismes de la langue qui ont un impact à l'oral. Pourtant, plusieurs élèves ont fait de fréquentes erreurs. Ma première réaction serait de dire qu'ils n'ont pas pris le temps de vérifier leur texte. Comme mentionné précédemment, sont-ils conscients de ce genre d'erreurs? S'ils ne le sont pas, je ne crois pas que ce soit ce genre de fiche qui éveillera cette conscience. Il faudrait que je travaille davantage l'oral et qu'ils aient l'occasion d'analyser de bons modèles de langue. L'écoute régulière de chansons d'expression française pourrait fournir ces modèles. Toutefois, si je veux mettre en évidence des modèles de langue, je devrais bien choisir les chansons, car certaines sont écrites dans un style plutôt familier.

Par contre, cette grille peut vraiment servir de point de référence pour m'indiquer ce sur quoi je dois prêter une attention particulière en tant que scripteur. Lorsque j'analyse le travail de révision des élèves (leur ébauche), je m'aperçois que très peu d'entre eux jugent nécessaire de procéder à une révision systématique de leur texte (exemple 9). Dans cet exemple, est-ce que cet élève sait comment utiliser la *Grille de révision* de façon efficace? Est-ce qu'il a les connaissances cognitives et métacognitives nécessaires pour améliorer son texte?

L'analyse des réponses des élèves à la question 2 sur la *Fiche de réflexion* m'indique que la très grande majorité des élèves ont une vague idée de ce qu'ils doivent faire pour améliorer la qualité de leur texte. Plusieurs élèves ont mentionné qu'ils avaient utilisé du matériel de référence, mais aucun n'a mentionné la démarche utilisée (connaissances procédurales) et les indices sur lesquels il se basait (connaissances conditionnelles) pour vérifier son texte (exemples 10 à 13).

Peut-être que je devrais faire quelques modelages pour aider les élèves à se doter de moyens efficaces pour réviser leur texte. Je pourrais demander à quelques élèves de m'aider dans cette tâche, car certains d'entre eux ont démontré qu'ils avaient acquis certaines habiletés dans ce domaine (exemples 14 et 15).

En fin de compte, cette tâche permet aux élèves d'exprimer leur créativité dans un contexte motivant. Elle leur permet également de se concentrer sur certains éléments de la langue, spécialement ceux qui ont un impact à l'oral. Comme mentionné précédemment, je ne pourrais pas utiliser uniquement cette tâche pour déterminer, de façon certaine, le rendement des élèves à l'écrit à ce niveau.

Exemples de fiches de planification, de gestion et de réflexion

Exemple 1

Plan de travail

Les étapes que je suivrai pour bien planifier et réaliser mon projet.

Plan d'action, production écrite :

- 1) Penser à quoi je veux dire
- 2) Écouter au chanson pendant que je l'écrivais
après la chanson
- 3) Écrire des idées
- 4) Formuler des idées et des mots à dire
- 5) Écrire le texte

Plan d'action, production orale :

- 1) Lire quoi tu veux dire sans le réécouter
- 2) Réécouter, quoi tu veux dire quand il à person
dans la chambre
- 3) Réécouter avec ton partenaire
- 4) Réécouter un dernier fois

Note : Cette feuille t'aidera à réaliser tes deux tâches. Après avoir complété le projet de production écrite, enlève cette page du cahier pour l'insérer dans ton Cahier de l'élève, production orale.

Exemple 2

Plan de travail

Les étapes que je suivrai pour bien planifier et réaliser mon projet.

Plan d'action, production écrite :

- trouver des mots clés
- noms d'artiste
- son plaisant
- organisé
- réviser pour des erreurs
- chronométrer pour vérifier le temps. (34sec.)

Plan d'action, production orale :

Khys valire jusqu'à la fin des artistes.
Je vais continuer à parler.
Je vais faire la musique si Sam ne revient pas de Calgary.
on va jouer alphonse, puis nommer les artistes en ordre en jouant leurs chansons par tour. on va nommer Francis Monchilobor dernier et on va laisser l'américain s'endort pour la restant de production.

Note : Cette feuille t'aidera à réaliser tes deux tâches. Après avoir complété le projet de production écrite, enlève cette page du cahier pour l'insérer dans ton Cahier de l'élève, production orale.

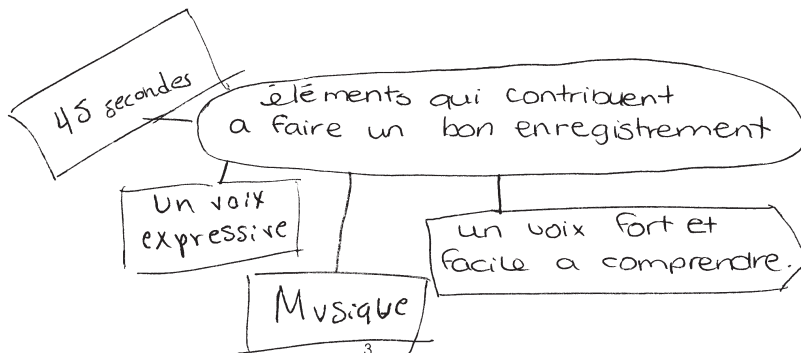
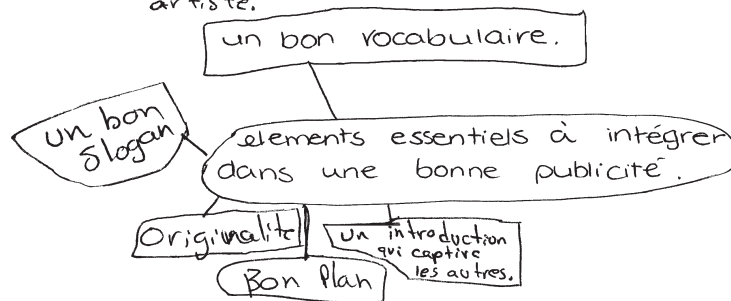
Exemple 3

Les éléments d'une bonne publicité Prise de notes

En équipe de trois ou quatre élèves, faites un remue-méninges pour déterminer les éléments essentiels à intégrer dans une bonne publicité et pour relever les éléments qui contribuent à faire un bon enregistrement (volume de la voix, intonation, musique, etc.). Prends les notes qui te seront utiles lors de la production de ton annonce.

- L'Amérique s'endort

- Parle, écoute le chanson, Parle écoute...
- Slogan - Tout l'Amérique s'endort, mais pas cette artiste.



Exemple 4

Les éléments d'une bonne publicité

Prise de notes

En équipe de trois ou quatre élèves, faites un remue-méninges pour déterminer les éléments essentiels à intégrer dans une bonne publicité et pour relever les éléments qui contribuent à faire un bon enregistrement (volume de la voix, intonation, musique, etc.). Prends les notes qui te seront utiles lors de la production de ton annonce.

Chanson - l'Amérique s'endort

Publicité

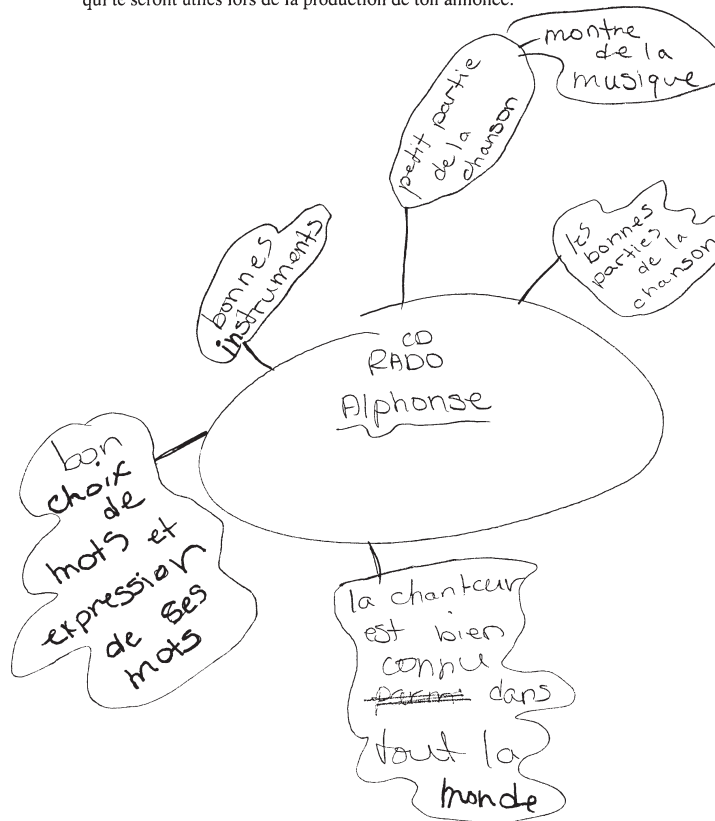
- des mots captivants
- être agressif (mais pas trop).
- être expressif
- propose un avantage (beauté, sécurité).
- offrent des conseils (devenir riches).
- informent à qui (étudiants, adultes)
- annoncent une nouveauté (nouvelle formule).
- arguments positifs
- piquent la curiosité (questions posées)
- produire un message contenant des aspects incitatifs. (positive)
- avoir un rythme, rime, concision.
- mettez le message dans le titre

Exemple 5

Les éléments d'une bonne publicité

Prise de notes

En équipe de trois ou quatre élèves, faites un remue-méninges pour déterminer les éléments essentiels à intégrer dans une bonne publicité et pour relever les éléments qui contribuent à faire un bon enregistrement (volume de la voix, intonation, musique, etc.). Prends les notes qui te seront utiles lors de la production de ton annonce.



Exemple 6

Plan Annonce publicitaire

Utilise le plan ci-dessous pour décider des éléments que tu vas intégrer dans ta publicité.

Produit à promouvoir :

RADO: La chanson =
Alphonse

Public cible :

ÂGES 14 à 21

Aspect 1

BONNES
INSTRUMENTS

Mots clés

- Harmonica

- Banjo

- solo

Aspect 2

BONNE EXPRESSION
DES MOTS et
BONNE CHOIX
DES MOTS .

Mots clés

- Les paroles

sont drôle

- Le refrain

est la partie

la plus drôle

Aspect 3

LA GROUPE LES
NOUVELLES NOIRES
SONT CONNU
TOUT AUTOUR
CANADA .

Mots clés

- Winnipeg, Manitoba

- Par les autres

chanteurs francophone

- Les personnes

francophones les connus .

Slogan :

QUAND tu écoutes cette chanson
~~Fais sûr que quand tu fais sûr~~ Fais sûr que
~~musique~~ tu est près d'eau juste
comme Alphonse .

Éléments sonores :
(musique, effets spéciaux,
etc., s'il y a lieu)

petit partie de la chanson
(le refrain) de Alphonse .

Exemple 7

Plan
Annonce publicitaire

Utilise le plan ci-dessous pour décider des éléments que tu vas intégrer dans ta publicité.

Produit à promouvoir : RADO Z

Public cible : 14-18 ANS

Aspect 1	Aspect 2	Aspect 3
Variation de style de musique	Canadiens (Artistes)	Exemples de chansons
Mots clés	Mots clés	Mots clés
<ul style="list-style-type: none"> → quelque chose pour tout le monde → diversité 	<ul style="list-style-type: none"> → voisin → patriotisme → support nos artistes CANADIENS → + noms de artistes 	<ul style="list-style-type: none"> → Alphonse → Aujourd'hui → L'Amérique s'endort → les Anciens
Slogan : Offrez-vous un voyage dans la musique de l'ouest		
Éléments sonores : (musique, effets spéciaux, etc., s'il y a lieu) musique (Alphonse, Aujourd'hui, L'Amérique s'endort, les Anciens)		

4

Ébauche
Annonce publicitaire

Rédige une ébauche de ton texte. Écris à double interligne.

RADO Z!

un album rempli d'une merveilleuse variation de style de musique. Tu vas sûrement trouver quelque chose à ton goût. RADO Z a beaucoup de divers artistes d'Ouest Canadien. Supporte nos artistes canadiens en achetant RADO Z à ton magasin local de musique. Le disque comprend: «Alphonse» par les mouches noires, «Aujourd'hui» par Josée LaJoie, «L'Amérique s'endort» par Francis Marchil don, «les Anciens» par Edmond Dufort, et encore d'autres extraordinaires chansons. Offrez-vous un voyage dans la musique de l'Ouest avec RADO Z.

Exemple 9

Ébauche
Annonce publicitaire

Rédige une ébauche de ton texte. Écris à double interligne.

Alphonse Un Chanson en feu.

Vous êtes ennuyer, ou déprimer? Écoutez
«Alphonse», un chanson vite et agréable
C'est garanti de vous reveiller.

Les paroles sont bien écrites et disent une
histoir vrai, mais incroyable. C'est très comique
et est garanti de le faire rire.

Cette chanson n'est seulement les paroles, mais
possède une musique vite et rythmique, jouer avec
des instruments très approprier.

En tout «Alphonse» est excitant et il va vous
fait vouloir danser.

«Alphonse», sur le disque «Rado 2», soyez
le premier à l'avoir.

5

Grille de révision
de l'ébauche de l'annonce publicitaire

CRITÈRES	MON AUTO-ÉVALUATION
CONTENU DU MESSAGE	
Mon message est-il clair?	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
- Ai-je inclus un élément accrocheur au début?	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
- Ai-je bien présenté le nom du produit que je veux vendre?	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
- Ai-je donné suffisamment de renseignements sur le produit?	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
- Ai-je bâti un scénario structuré? (enchaînement des aspects, place du slogan, dialogues, s'il y a lieu, etc.)	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
- Ai-je inventé un slogan?	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
- Ai-je répété le nom du produit à quelques reprises dans mon texte?	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
QUALITÉ DE LA LANGUE	
Mon message contient-il des anglicismes?	<input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non
Les temps verbaux (ex. : impératif) sont-ils appropriés au sujet et à l'intention de communication (selon le public et le but visés)?	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
Le vocabulaire utilisé (adjectifs, adverbess, noms) est-il approprié au sujet et à l'intention de communication (selon le public et le but visés)?	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
Ai-je utilisé des phrases variées?	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
Ai-je utilisé des phrases qui respectent la syntaxe française?	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
Ai-je respecté les mécanismes de la langue qui ont un impact à l'oral (accords, temps et conjugaisons, etc.)?	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non

Exemple 10

- la variété des structures de phrases

J'ai des phrases courtes, phrases longues, phrases
exclamatoires, puis des phrases ordinaire, que je
peux, convient bien avec la note de la texte.

Exemple 11

2. Comment t'es-tu pris pour faire la **vérification de ton texte**? Choisis trois éléments parmi les six présentés ci-dessous. Explique la démarche que tu as utilisée pour vérifier :

- les anglicismes

J'ai demander un ami a aider moi
et j'ai regarder les dictionnaires

Exemple 12

- le choix du vocabulaire

J'ai utilisé les mots que je savais. Si y avait des mots que je pensais ne devrait pas être là, j'essayais de trouver un mot meilleur.

- le choix des temps verbaux

J'ai écrit tout, puis corrigé le temps pour qu'il sonne meilleur.

Exemple 13

- la structure de phrase

On a vérifié la structure de phrase en lisant l'annonce plusieurs fois. Si on n'était pas certain de quelque chose, on consulte les livres de références.

Exemple 14

Ébauche Annonce publicitaire

Rédige une ébauche de ton texte. Écris à double interligne.

L'Amérique Soudart va te réveiller. ^{C'est} ~~ça~~
~~ça~~ une chanson française pour la
millénium. La mélodie de cette chanson
est vraiment accrochante. C'est si remarquable,
si captivante, que tu ne ~~peux~~ ^{pourras} pas t'arrêter
de monter le volume. Aussi, les paroles
sont très intéressants. ^{tu pourras} ~~peux~~ voir
que l'auteur a ^{pris beaucoup de} ~~passé~~ du temps
pour ~~trouver~~ ^{reconten} des paroles si excellents
si valables. Ils ~~ont~~ ^{racontent} vraiment une
histoire. Le chanteur a un bon voix.
Il ~~dit~~ ^{chante} les paroles d'un façon passionnée
et ~~est~~ ^{si original} que tu ~~seras~~ ^{seras obligé} pas un choix
de l'aimer. L'Amérique Soudart est le
meilleur.

