

Sharon Johnson Virginia Polytechnic Institute and State University

Avril Andrews Institut National des Télécommunications

Plaisir, Production, Perfectionnement: cours collaboratifs et interculturels de publicités

Mots-clés : communication interculturelle, publicité, apprentissage par les tâches, motivation.

Résumé : L'étude de la publicité conduit à l'étude de la langue, de la culture, des rites et des besoins de la culture initiale. Depuis l'automne 2002, dans le cadre de deux cours de langues, Virginia Tech et l'Institut National des Télécommunications ont mis en place des cours collaboratifs et interculturels basés sur l'échange de publicités françaises et américaines. L'objectif de cet article est de présenter notre approche et nos buts pédagogiques. Les auteurs s'appliqueront à souligner également la richesse issue des points de vue divergents des étudiants participant aux cours ainsi que les facteurs qui motivent étudiants et professeurs.

Advertainment: Collaborative, intercultural project in advertising

Keywords: intercultural communication, advertising, task-based learning, motivation.

Abstract: Advertising is a superb medium to study the interconnectedness of language and culture, for it reflects the needs, desires, rites and rituals of the culture that produced it. Since fall 2002, Virginia Tech and the Institut National des Télécommunications have been teaching an intercultural, collaborative project based on French and American advertising within the context of two language courses. Our article first presents our pedagogical approach and objectives. We then analyze the intercultural complexities that the project has generated, leading to some concluding remarks about student and professorial motivation.