

## COMPRÉHENSION DE TEXTES ORAUX

Écoutez cet extrait de reportage radiophonique et répondez aux questions ci-dessous :

1. Quel(s) est (sont) le(s) thème(s) de ce reportage radiophonique ?

- a)  L'augmentation des petits commerces traditionnels face aux centres commerciaux.
- b)  Le développement des grands centres commerciaux.
- c)  Les principes de construction des zones commerciales.

2. Quel est l'objectif de cette intervention ? (2 réponses)

- a)  Analyser.
- b)  Faire l'éloge.
- c)  Dénoncer.

3. Dites si les affirmations suivantes sont vraies ou fausses :

	VRAI	FAUX
1. D'après le reportage, dans les centres commerciaux XXL on peut même trouver des parcs d'attractions.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Les plus grands centres commerciaux équivalent à environ 360 terrains de football.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Chaque année, il y a 250 millions de personnes dans le monde qui se rendent dans des centres commerciaux.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Les centres commerciaux sont conçus pour que les gens trouvent facilement ce dont ils ont besoin.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Pour faire monter le client au-delà du premier étage, ils construisent des parkings en haut.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. La plupart des fois, les centres commerciaux sont construits en périphérie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Les centres-villes se remplissent de gens pour faire les achats.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Selon l'intervenant, 80% des achats effectués dans ces centres sont superflus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Écoutez le reportage à l'aide de la transcription et trouvez dans le document l'équivalent des mots ou groupes de mots en gras.

Les centres commerciaux sont **très grands** →

Ils sont aussi **très nombreux** →

Ils permettent d'atteindre **un état de bien-être de façon illusoire**

Les architectes ont **des astuces** →

Le week-end, les villes sont des villes **désertes** →

## TRANSCRIPTION

Nouveaux temples de la consommation de masse, les centres commerciaux XXL sont légion et illustrent la folie des grandeurs de la société contemporaine. Grandes enseignes, cinémas, parcs d'attractions : on y trouve de tout ! Les centres les plus gigantesques - dont certains équivalent à 370 terrains de football - sont conçus pour que toute la famille y passe la journée entière. Le concept est simple : plus on s'amuse et plus on est détendu, plus on achète. On dénombre chaque année 250 millions d'accros du shopping qui fréquentent ces paradis artificiels de la consommation à travers le monde, symboles du capitalisme triomphant. Un chiffre qui montre [extravagance de la surconsommation aujourd'hui, érigée en activité de loisir à part entière. Mais comme les clients sont plus exigeants, pour les inciter à acheter, rien n'est laissé au hasard : les architectes qui construisent ces labyrinthes immenses ont plus d'un tour dans leur sac pour que ces ensembles soient parcourus de long en large. Chaque niveau correspond à des usages particuliers. Par exemple, pour faire monter le client au-delà du premier étage - ce qui n'est pas facile à faire - ils proposent de mettre le parking en haut, au lieu d'en bas. De cette façon, les clients montent d'abord au sommet de ces tours, puis doivent redescendre l'ensemble des étages, en passant devant tous les commerces où sont vendus les produits les moins utiles, avant de trouver le magasin pour lequel ils sont venus. Ensuite, ils remontent en passant forcément devant d'autres boutiques. Les lieux de construction de ces nouveaux centres sont choisis avec soin, la plupart du temps en périphérie des agglomérations, au détriment des terres agricoles et du tissu commercial existant. Conséquence : les centres se vident et donnent des allures de villes mortes à de nombreuses villes de province. On marche vraiment sur la tête : vivre avec pour seul objectif d'aller dilapider tout son argent le week-end dans des objets dont 90 % sont absolument inutiles, est vraiment une aberration...

## COPRODUCTION DE TEXTES ORAUX

Vous êtes avec un(e) ami(e) et la conversation s'engage sur une nouvelle que vous venez de lire sur internet. Pendant le dialogue chacun(e) expose divers points de vue, arguments, etc.

### LA DÉSERTIFICATION DES CENTRES-VILLE EST-ELLE INÉVITABLE ?

La disparition des commerces de proximité au profit des centres commerciaux situés en périphérie est une réalité. À présent, cette désertification touche bien plus que des petites villes, car elle concerne également les communes de taille moyenne. Cette dévitalisation commerciale menace aujourd'hui le peu d'attractivité qu'il reste aux villes et continue de ternir, la qualité de vie de ses habitants. Pourquoi nos centres-villes se meurent ? Quelles sont les conséquences et comment remédier à ce phénomène ?

[www.amc-archi.com](http://www.amc-archi.com)

Attention: Il n'y a pas de rôle établi, ce qui veut dire que l'un(e) comme l'autre pourra orienter librement chacune de ses interventions. Exprimez clairement votre avis en exposant diverses raisons que vous ordonnerez avec logique pour mener la conversation de façon naturelle et spontanée. Vous pouvez interrompre votre partenaire, lui poser des questions, etc.

## CORRIGÉ

### 1. Quel(s) est (sont) le(s) thème(s) de ce reportage radiophonique ?

- a)  L'augmentation des petits commerces traditionnels face aux centres commerciaux.
- b)  Le développement des grands centres commerciaux.
- c)  Les principes de construction des zones commerciales.

### 2. Quel est l'objectif de cette intervention ? (2 réponses)

- a)  Analyser.
- b)  Faire l'éloge.
- c)  Dénoncer.

### 3. Dites si les affirmations suivantes sont vraies ou fausses :

	VRAI	FAUX
1. D'après le reportage, dans les centres commerciaux XXL on peut même trouver des parcs d'attractions.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Les plus grands centres commerciaux équivalent à environ 360 terrains de football.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Chaque année, il y a 250 millions de personnes dans le monde qui se rendent dans des centres commerciaux.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Les centres commerciaux sont conçus pour que les gens trouvent facilement ce dont ils ont besoin.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5. Pour faire monter le client au-delà du premier étage, ils construisent des parkings en haut.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. La plupart des fois, les centres commerciaux sont construits en périphérie.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Les centres-villes se remplissent de gens pour faire les achats.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8. Selon l'intervenant, 80% des achats effectués dans ces centres sont superflus.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

### 4. Écoutez le reportage à l'aide de la transcription et trouvez dans le document l'équivalent des mots ou groupes de mots en gras.

Les centres commerciaux sont **très grands** → **XXL**

Ils sont aussi **très nombreux** → **LÉGION**

Ils permettent d'atteindre **un état de bien-être de façon illusoire** → **UN PARADIS ARTIFICIEL**

Les architectes ont **des astuces** → **PLUS D'UN TOUR DANS LEUR SAC**

Le week-end, les villes sont des villes **désertes** → **MORTES**