

Élaboration d'un média audiovisuel sur Instagram comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale

¹ Hayyin Awwaliyya Tiyas SAMUDRA, ² Tri Indri HARDINI,

³ Yuliarti MUTIARSIH

^{1,2,3} Département de français – Universitas Pendidikan Indonesia – Indonésie

RÉSUMÉ. Cette étude vise à développer des médias audiovisuels sur Instagram comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale. Cette étude a été menée en utilisant la méthode de recherche et développement (R&D). Les résultats de cette recherche sont la création de médias audiovisuels sous la forme de publications de matériel, de vidéos de prononciation, de vidéos de pratique de la compréhension orale et de pratiques d'expression orale qui peuvent être utilisées et accessibles sur le site web d'Instagram [<https://www.instagram.com/aylovetfrench>]. Les résultats de l'évaluation des experts montrent que ces supports pédagogiques ont un score moyen de 94,3 % (note " très bonne "). Par la suite, sur la base des résultats de l'évaluation des apprenants, ces supports d'apprentissage possèdent un score moyen de 79,39 % (mention "bien"). Par conséquent, ces supports sont considérés comme des aides pédagogiques utiles et contribuant à l'apprentissage de la compréhension orale et de la production orale au niveau A1.

Mots-clés : *Apprentissage du FLE en ligne, compréhension orale, production orale, niveau A1, Instagram, média audiovisuel.*

ABSTRACT. This study aims to develop audio-visual media on Instagram as an alternative to online FLE learning for listening comprehension and speaking skills. This study was conducted using the Research & Development (R&D) method. The results of this research is the creation of audio-visual media in the form of materials publications, pronunciation videos, videos to practice listening comprehension, and speaking skills practices that can be used and accessed on the Instagram website [<https://www.instagram.com/aylovetfrench>]. The expert evaluation results show that these teaching materials have the average score of 94.3% (" very good " rating). Subsequently, based on the evaluation results of the learners, these learning media possesses the average score 79.39% (mention "good"). Therefore, these media are considered useful and contributing teaching aids for learning listening comprehension and oral production at A1 level.

Keywords: *A1 level, Audio-visual media, Instagram, listening comprehension, Online FLE learning, Speaking skills, Instagram.*

✉ **auteur correspondant :** hayyinaawwaliyya@upi.edu

Pour citer cet article (Style APA) : Samudra, H.A.T, Hardini, T.I., & Mutiarsih, Y. (2022). Élaboration d'un média audiovisuel sur Instagram comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale. *Francisola: Revue Indonésienne de la langue et la littérature françaises*, 7(2), 78-99. doi: 10.17509/francisola.v7i2.56608

1. INTRODUCTION

L'éducation a le but de développer une nation. Afin que le but de l'éducation pour développer la nation puisse être réalisé, alors la mise en œuvre de l'éducation doit être de bonne qualité. Cela devient crucial notamment pour le domaine de l'éducation ainsi que les responsables de la mise en œuvre de l'éducation lorsque le monde entier est frappé par la pandémie Covid-19.

En raison de la pandémie Covid-19, les éléments éducatifs doivent soudainement appliquer l'apprentissage en ligne. Tout le processus d'apprentissage et d'enseignement est effectué à distance en utilisant le réseau Internet. Cela provoque le processus éducatif d'un pays vers la numérisation, mais d'un autre côté, cette condition est un grand défi pour les éléments éducatifs et cela crée également des obstacles et des difficultés pour les apprenants et les enseignants.

Dans de telle condition, les enseignants doivent également être capable de gérer, de concevoir des médias d'apprentissage en ligne pour atteindre les objectifs d'apprentissage et prévenir l'apprentissage en ligne ennuyeux pour les apprenants surtout les apprenants du français. Les enseignants doivent rendre l'apprentissage intéressant et amusant pour les apprenants.

Non seulement cela, les apprenants ont également des difficultés et des obstacles dans l'application de l'apprentissage en ligne causées par plusieurs facteurs. Le principal obstacle le plus important est un réseau instable qui perturbe la continuité du processus de vidéoconférence (Intan, 2021). Deuxièmement, il existe les apprenants qui n'ont pas d'équipement technologique complet (ils utilisent seulement le portable et n'ont pas d'ordinateur). Les autres obstacles sont les apprenants ne reçoivent que des tâches par WhatsApp et ils ne comprennent pas bien les matières et les tâches à cause du manque d'interaction physique entre les enseignants et les apprenants. Donc, la plupart des apprenants ont des difficultés à faire les devoirs parce qu'il n'y a pas d'explication initiale sur la tâche assignée (Handarini, 2020). Dans ce cas-là, les apprenants sont tenus d'étudier de manière

indépendante et ils doivent comprendre les matières pour pouvoir faire les tâches (Hapsari & Fitria, 2020). Cette condition est urgente pour l'innovation et l'adaptation liées à l'utilisation de la technologie pour supporter le processus d'apprentissage (Ahmed, Shehata, & Hassanien, 2020).

L'une des technologies de l'information qui peuvent être utilisées pour supporter le processus d'apprentissage est e-learning. L'utilisation du e-learning pour aider les apprenants dans l'apprentissage du FLE n'est pas seulement pour fournir les matières d'apprentissage du français, mais aussi pour former les capacités de diverses compétences des apprenants. E-learning est le système d'apprentissage qui permet de fournir les matières pédagogiques aux apprenants à l'aide de supports Internet ou d'autres supports de réseau informatique accessibles à tout moment et n'importe où (Astini, 2020). Donc, les apprenants peuvent apprendre en utilisant l'ordinateur, le smart phone ou Android depuis leur domicile ou depuis un bureau (si les apprenants travaillent) qui est connecté à l'Internet (Anshori, 2018). De cette façon, les apprenants peuvent gérer leur propre temps pour apprendre le français et accéder aux connaissances qu'ils veulent apprendre.

Pour attirer l'intérêt des apprenants pour apprendre le français, il faut que les enseignants trouver l'alternative pour l'apprentissage en ligne en créant ou en utilisant les médias d'apprentissage intéressants. Les médias d'apprentissage ont une fonction de support d'informations des enseignants aux apprenants afin qu'ils apprennent. Les médias d'apprentissage peuvent également encourager à un apprentissage passionné chez les apprenants (Kurniasih & Astuti, 2021).

Il y a certains types de médias d'apprentissage peuvent être appliqués avec une approche *e-learning* pour apprendre le français, à savoir :

- 1) De la capacité d'atteindre, les médias peuvent être divisés en :
 - a. Le média qui a une couverture large et simultanée comme radio et télévision.

- b. Le média dont la couverture est limitée par l'espace et le temps comme films diapositifs, films et vidéos.
 - 2) De la manière ou la technique d'utilisation, les médias sont divisés en :
 - a. Le média projeté comme films, diapositives, bandes de films, etc.
 - b. Le média qui n'est pas projeté tels que des images, des photos, des peintures, la radio.
 - 3) De leur nature, les médias sont divisés en :
 - a. Le média auditif, c'est-à-dire le média qui ne peut qu'être entendu.
 - b. Le média visuel, y compris le média qui ne peut qu'être vu.
 - c. Le média audiovisuel, c'est une combinaison de média audio et de média visuel qui peut être entendu et vu.
- (Sudana et Rivai dans Nurrita, 2018)

À partir de la classification des médias ci-dessus, le média audiovisuel comprend le média audio, le média visuel et le média audiovisuel. Le type du média choisi pour être élaboré comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale dans cette recherche est le média audiovisuel.

Arsyad dans Manshur et Ramdlani (2019) a dit que le média visuel joue un rôle important dans le processus d'apprentissage. Le média visuel peut également faciliter la compréhension et renforcer la mémoire. Le visuel peut également stimuler l'intérêt des apprenants et établir un lien entre le contenu du matériel et de monde réel. Le média visuel peut également être appelé comme média de visualisation, car quelqu'un peut comprendre le média présenté à travers la vue (Lestari, Halimatasha'diah, & Lestari, 2018). Pour élaborer le média visuel, Smaldino dans Batubara (2020, p. 71) a classifié certains principes doivent être pris en compte, à savoir :

- 1) Le principe de la mise en page :
 - a. Aligner des éléments visuels sur des lignes horizontales et verticales afin

- que les apprenants voient ces éléments comme une seule unité ;
 - b. Réunir des éléments sous une forme générale et selon le rythme du regard des apprenants, tels que des cercles, des carrés, et des triangles ;
 - c. Rassembler les éléments se reliés et séparer les éléments non liés ;
 - d. Attirer l'attention sur la visuelle tels que les flèches, le texte gras, et l'accentuation des couleurs ;
 - e. Le bon contraste entre les éléments visuels et l'arrière-plan, par exemple : les couleurs claires sont remplacées par des couleurs sombres et vice versa ;
 - f. La cohérence dans la préparation des éléments visuels afin que les apprenants comprennent rapidement. Par exemple : La place du titre doit être systématiquement en haut de la page ou être coloré toujours par la couleur bleue.
- 2) Le principe d'équilibre : L'affichage du média visuel est uniformément réparti de chaque côté de l'axe.
 - 3) Le principe de couleurs :
 - a. La cohérence entre les choix de couleurs sur l'ensemble de matières, par exemple : le violet est utilisé systématiquement comme cadre ;
 - b. Utiliser des couleurs primaires pour les matières destinées aux enfants ;
 - c. Faire l'attention à la signification des couleurs sélectionnées, par exemple le rouge et le jaune signifient chaud, le vert et le bleu signifient froid, etc.
 - d. Faire l'attention au fond des apprenants avec les couleurs utilisées.
 - 4) Le principe de lisibilité : Le média doit être lisible par les apprenants.
 - 5) Les éléments de texte : Faire l'attention dans la détermination du style, de la taille, de l'espacement, de la couleur et de l'impression des lettres afin que les messages véhiculés par le texte soient agréables à lire. Smaldino dans Batubara (2020) a partagé des conseils concernant l'utilisation de lettres dans le média visuel comme les suivants :

- a. Le style des lettres pour transmettre les messages d'apprentissage devrait utiliser des styles de textes simples, tels que : *Sans Serif*, *Arial* et *Times New Roman*. De plus, il vaut mieux utiliser seulement 2 types de textes ;
 - b. La taille des lettres dans le média doit être ajustée afin que le texte puisse être facilement lu ;
 - c. L'espace entre les lettres et les lignes sur l'ordinateur doit être pris en compte pour qu'il soit facile à lire ;
 - d. La couleur des lettres doit être contrastée avec la couleur du fond pour faciliter la lecture et souligner l'attention des apprenants sur certaines phrases ;
 - e. Privilégier l'utilisation appropriée des lettres minuscules et majuscules pour faciliter la lecture du texte par les apprenants.
- 6) Les éléments d'attraction : Selon Smaldino dans Batubara (2020), les éléments d'attractivité dans le média visuel peuvent être vus sous l'aspect de la surprise qui peut attirer l'attention des apprenants, la pertinence des textures et des intérêts des apprenants, les aspects de la capacité des médias visuels à impliquer les apprenants dans le processus d'apprentissage.

De plus, cette recherche élabore aussi le média audiovisuel. Ce média permet la présentation du contenu du thème aux apprenants plus complète et optimale (Ramli, 2015). Ce média a de meilleures capacités, car il comprend à la fois des types de médias auditifs ou d'écoute et des médias visuels ou de visualisation. Le média audiovisuel est utilisé dans l'apprentissage comme média intermédiaire et rendre les apprenants capables d'acquérir des connaissances, et améliorer la compréhension. En utilisant le média audiovisuel avec l'approche *e-learning*, les apprenants peuvent apprendre le français plus facilement car ils n'utilisent que le *smart phone* ou l'ordinateur et peuvent être adaptés à leurs propres capacités. Manshur et Ramdlani (2019) a distingué le média audiovisuel en deux types, y compris : (1) Le média audiovisuel pur, tels que les images

animées (films), le son, la télévision et la vidéo ; (2) Le média audiovisuel impur, comme diapositives, opaques, etc. avec l'élément sonore. Le type du média audiovisuel élaboré dans cette recherche est la vidéo. Donc, afin que ce média soit efficace pour faciliter le processus d'apprentissage, Smaldino cité par Batubara (2020, p. 52) a mentionné les aspects ou les principes doivent être pris en compte dans l'élaboration du média audiovisuel notamment la vidéo d'apprentissage, à savoir :

- 1) Le média conforme aux objectifs d'apprentissage ;
- 2) Les matières précises et à jour ;
- 3) La langue est adaptée à l'âge ou au niveau ;
- 4) Les matières sont présentées avec les bons supports ;
- 5) Les matières sont présentées de manière interactive et structurée ;
- 6) Sans publicité ni contenu négatif ;
- 7) Les images dans la vidéo sont claires et précises dans la présentation des matières ;
- 8) Le son de la vidéo peut être entendu clairement et confortablement ;
- 9) La durée de la vidéo est en fonction des besoins des apprenants afin qu'elle ne soit pas ennuyeuse et facile à comprendre ;
- 10) La vidéo est facile d'accès et d'utilisation.

Le média audiovisuel élaboré dans cette recherche est publié au média social. Le média social est un média sur Internet qui permet aux utilisateurs de se représenter et d'interagir, de collaborer, de partager, de communiquer avec d'autres utilisateurs et de former des liens sociaux virtuels (Sari, 2017). Fatmawati (2017) a mentionné plusieurs types de média social, notamment :

- 1) Les réseaux sociaux d'amitié : Facebook, Twitter, Google Plus, Blog, Snapchat, ainsi que les réseaux sociaux orientés entreprise comme LinkedIn.
- 2) Les applications de chat : Pour envoyer des messages. Les exemples de ce type d'application sont WhatsApp et Line.
- 3) Le média de partage : Faciliter le partage d'informations, par exemple : Sites de partage de vidéo (Youtube), Photos

(Instagram), Fichiers (SlideShare), Wiki, etc.

- 4) Le média de discussion : Faciliter le chat et la discussion d'un groupe de personnes, par exemple : Skype, Google Talk, Messenger ; Le média de publication, par exemple : Wordpress, Wikipédia, Blog, etc.
- 5) Le jeu social: Les médias sociaux sous forme de jeux qui peuvent être joués ou joués ensemble (Doof, Pogo, Cafe.com).

À partir des types du média social classifiés ci-dessus, le type de média social choisi dans cette recherche est Instagram. Sari (2017) a dit que la définition d'Instagram vient de la fonction globale de cette application. Le mot « *insta* » vient du mot « *instant* », comme appareil photo polaroid qui à l'époque était plus connu sous le nom de « *photo instantanée* ». Instagram peut également afficher des photos instantanément, comme un polaroid dans son affichage. Quant au mot « *gram* » vient du mot « *telegram* » qui fonctionne pour envoyer des informations aux autres rapidement. L'Instagram permet aux utilisateurs de prendre des photos, d'appliquer des filtres (appliquer des effets aux photos) et de les partager (Wifalin, 2016). Les utilisateurs d'Instagram sont dirigés vers les appareils comme smart phone et ordinateur. Pour utiliser l'Instagram vers le *smartphone*, il faut le télécharger d'abord sur le Play Store/ App Store ou l'accéder le site www.instagram.com. Les utilisateurs doivent d'abord se connecter avec la connexion Internet (Kertamukti, 2015). L'Instagram est l'une des plateformes de médias sociaux le plus populaire est aimé par la communauté aujourd'hui. Selon les données publiées par Napoleon Cat (Avril 2022), les utilisateurs d'Instagram en Indonésie ont atteint 105,9 millions (105.988.100) utilisateurs. Ce nombre va certainement continuer à augmenter. Cette réalisation est une augmentation de mois en mois sur l'utilisation de cette plateforme. En juillet 2022, les utilisateurs d'Instagram en Indonésie sont 106,4 millions (106.486.500) utilisateurs. Selon les données, les utilisateurs d'Instagram en Indonésie sont dominés par le groupe d'âge productif, à savoir les 18 à 24 ans (NapoleonCat, 2022). Chaque personne a des

raisons d'utiliser Instagram, comme par exemple : seulement pour le plaisir, la promotion, l'interaction avec diverses personnes ou trouver l'information (Pratiwi, 2016). Aujourd'hui, l'Instagram est également utilisé pour l'apprentissage de la langue et fournir les matières d'apprentissage, non seulement certains groupes d'élèves qui peuvent y accéder, mais toutes les personnes dans le monde qui ont le même objectif peuvent profiter l'Instagram pour apprendre la langue.

Puis, Landsverk dans Utari (2017) a également divisé les fonctionnalités d'Instagram qui comprennent :

- 1) *Feed* : Cette fonctionnalité permet les utilisateurs de voir les messages publiés par des amis qui sont suivis ;
- 2) *Populaire « tab »* : Cet onglet est utilisé pour que les utilisateurs puissent voir d'autres photos publiées et dans cette fonctionnalité, les utilisateurs verront les photos les plus aimées à chaque fois ;
- 3) *News & updates/ nouvelles & mises à jour* : C'est une journée d'interaction avec des amis, suivie de photos publiées avec des *likes* ou des commentaires, et des notifications sur Instagram qui donnent lieu à des informations sur les utilisateurs d'Instagram ;
- 4) *Like (J'aime) et comment* : Aimer ou commenter sur Instagram est une appréciation pour les utilisateurs d'Instagram. Si un utilisateur est intéressé par une photo, les utilisateurs peuvent donner un *like* à la photo en cliquant deuxième fois sur la photo et les utilisateurs peuvent également laisser un commentaire s'ils veulent interagir avec d'autres utilisateurs ;
- 5) *Profil* : Le profil peut être vu sur *square icon*, sur le profil il y a une archive de photos que l'utilisateur a publiée ;
- 6) *Posting* ou la publication, c'est-à-dire le téléchargement de photos. Nous pouvons ajouter plusieurs diapositives pour les photos à télécharger pour les rendre attrayantes en utilisant les fonctionnalités fournies par Instagram.

Diptya (2021) dans le site Internet a publié l'article parlé des nouvelles

fonctionnalités d'Instagram (qui sont lancées en 2021), certaines sont :

- 1) *Reels* : les utilisateurs peuvent enregistrer des vidéos d'une durée de 15 secondes. Comme TikTok, ces vidéos peuvent être modifiées en ajoutant de la musique ou d'autres éléments audios. Divers effets intéressants peuvent également être ajoutés de manière créative ;
- 2) Diverses nouvelles fonctionnalités d'autocollant sur *Instagram Story* : Instagram prend également en charge l'autocollant basé sur la fonction de localisation. C'est-à-dire que lorsque les utilisateurs se trouvent à un certain endroit, l'autocollant ne peut qu'apparaître ;
- 3) Les musiques Instagram : Les utilisateurs peuvent ajouter de la musique à leurs *Instagram Story* ;

En regardant la description ci-dessus, la chercheuse considère que l'utilisation de l'Instagram permet de rendre les matières accessibles aux apprenants qui ont les difficultés à apprendre le français pendant la pandémie Covid-19 comme manque d'interaction avec les enseignants, la manque d'équipement technologique, etc. Ce média peut également être utile aux débutants qui apprennent le français et d'autres utilisateurs. Ce média est aussi soutenu par l'augmentation du nombre d'utilisateurs d'Instagram et des fonctionnalités d'Instagram qui sont toujours mises à jour.

Les matières choisies dans l'élaboration de média audiovisuel dans cette étude sont basées sur le *Cadre Européen Commun de Références pour les Langues* (CECRL) du niveau A1. Le Niveau A1 (Niveau introductif ou découverte) est le « niveau » le plus élémentaire d'utilisation de la langue à titre personnel où l'apprenant est capable de faire les interactions simples ; peut répondre à des

questions simples sur lui-même, l'endroit où il vit, les gens qu'il connaît et les choses qu'il a, et en poser ; peut intervenir avec des énoncés simples dans les domaines qui le concernent ou qui lui sont familiers et y répondre également, peut demander de répéter des expressions toutes faites et préorganisées (Conseil de l'Europe, 2001, p. 30).

Selon CECRL, au niveau A1, les apprenants doivent être capable de :

- 1) Saluer de manière simple.
- 2) Dire oui, non, excusez-moi, s'il vous plaît, pardon.
- 3) Donner une information détaillée sur sa propre famille, ses conditions de vie, sa formation scolaire ou universitaire.
- 4) Décrire les faits quotidiens de son environnement, et en discuter (par exemple : le quartier où il/elle réside, le temps).
- 5) Dire et demander le jour, l'heure et la date.
- 6) Communiquer spontanément avec ses collègues (par exemple, poser des questions sur le travail, se plaindre des conditions de travail, des horaires, etc.).
- 7) Transmettre des messages simples au téléphone.
- 8) Donner des consignes et des instructions pour des tâches simples de la vie quotidienne (par exemple à un commerçant).
- 9) Peut essayer d'utiliser les formes polies de la demande.
- 10) Faire un achat simple.
- 11) Décrire son activité professionnelle au présent ou passée.

(Conseil de l'Europe, 2001, p. 30)

La table d'échelle globale du niveau de compétence A1 basée sur le CECRL est la suivante :

Tableau 1. Le niveau de compétence A1 – échelle globale basée sur le CECRL

Utilisateur Élémentaire	A1
	1) Peut comprendre et utiliser des expressions familières et quotidiennes ainsi que des énoncés très simples qui visent à satisfaire des besoins concrets.
	2) Peut se présenter ou présenter quelqu'un et poser à une personne des questions la concernant – par exemple, sur son lieu

- d'habitation, ses relations, ce qui lui appartient, etc. – et peut répondre au même type de questions.
- 3) Peut se communiquer de façon simple si l'interlocuteur parle lentement et distinctement et se montre coopératif.

(Conseil de l'Europe, 2001, p. 25)

L'élaboration de média audiovisuel s'est concentrée pour supporter l'apprentissage de la compréhension orale et la production orale. La compréhension orale et la production orale est des compétences linguistiques doivent être dominée par les apprenants langagiers. Cuq et Gruca dans Lestari (2014) a dit que la compréhension orale s'agit de comprendre des symboles de la langue et leur fonction communicative qui sont transmis oralement. Puis, selon Tarigan dans Harni (2020), la production orale est la capacité de prononcer des sons d'articulation ou des mots pour exprimer et transmettre des pensées, des idées et des sentiments. Ces deux compétences ne sont pas faciles, notamment pour les débutants.

Il existe quelques études préliminaires au sujet de l'élaboration de média audiovisuel sur Instagram comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale. La recherche de Bouabida (2017) intitulée « *Le dessin animé un auxiliaire didactique pour développer les compétences orales en classe de français langue étrangère* » vise à promouvoir les compétences orales des apprenants de la classe de première année et proposer un modèle pour faire émerger des pratiques pédagogiques des habitudes routinières. La méthode de collecte de donnée utilisée est entretien et questionnaire menée auprès d'enseignants de français. Cet article a montré le rôle du dessin animé, l'auxiliaire didactique à caractère ludoéducatif dans l'enseignement/apprentissage de l'oral en classe de FLE. La similitude se trouve à la compétence mesurée dans la recherche, y compris la compétence orale pour la classe de FLE. Puis, les différences se trouvent aux médias utilisés. Dans cet article, le média utilisé est le dessin animé comme auxiliaire didactique pour soutenir l'apprentissage du FLE, tandis que celui dans la recherche à faire est le média audiovisuel élaboré sur Instagram comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne.

Becker et Sturm (2017) ont conduit la recherche qui intitule « *Effects of Audiovisual Media on L2 Listening Comprehension: A Preliminary Study in French* ». La recherche vise à déterminer si l'intégration de matériel audiovisuel en ligne dans l'enseignement de l'écoute des apprenants de français L2 a un impact mesurable sur le développement de leur compréhension orale. La recherche a suivi une conception prétest-traitement-posttest. Les résultats ont montré que les activités qui utilisent du matériel audiovisuel en ligne peuvent avoir un impact positif sur l'acquisition des compétences de compréhension orale. La similitude de cette recherche et la recherche à conduire est d'utiliser le média audiovisuel pour l'apprentissage du FLE de la compréhension orale et les participants dans la recherche sont les étudiants du premier ou deuxième semestre (les débutants). Puis, les différences de cette recherche et la recherche à conduire se trouvent à la méthode de recherche et les participants dans la recherche. La recherche de Becker est mesure l'efficacité et évaluer les effets de média audiovisuel pour la compréhension orale, alors que la recherche à conduire est la recherche R&D et élaborer un média audiovisuel pour l'apprentissage de la compréhension orale et la production orale.

Bakri, Hanif et Rustana (2021) ont fait la recherche dont le titre est « *The Powtoon Video in Instagram : The Learning Physics Fun in Social Media* ». La recherche a le but de développer les médias sociaux pour améliorer le processus d'apprentissage de la physique en dehors de la salle de classe. La recherche a réussi à développer des vidéos d'apprentissage sur Instagram pour les concepts d'équilibre et de dynamique de rotation. Puis, la recherche a utilisé la méthode de recherche R&D. L'instrument utilisé pour collecter des données est le questionnaire. Les résultats indiquent que les concepts vidéo d'apprentissage basé sur Powtoon affichés sur Instagram sont

appropriés comme média d'apprentissage de physique dans l'apprentissage du 21^e siècle. Les similitudes de cette recherche et la recherche à conduire sont : développer les médias d'apprentissages pour améliorer le processus d'apprentissage en dehors de la classe et développer le média audiovisuel à Instagram qui est sous forme de vidéos, images et *Instagram Stories*. Les différences entre cette recherche et la recherche à conduire sont : cette recherche a développé les médias visés à soutenir l'apprentissage de physique qui sont créés en utilisant *Powtoon*. Tandis que la recherche à conduire élabore un média créé par la chercheuse elle-même avec *Corel Draw* et *Wondershare Filmora* comme alternative à l'apprentissage du FLE pour la compréhension orale et la production orale du niveau A1.

Les études préliminaires ci-dessus ont montré les résultats positifs sur l'utilisation du média social Instagram et les médias audiovisuels pour soutenir l'apprentissage surtout l'apprentissage de la compréhension orale et la production orale, donc nous considérons le besoin de cette recherche et d'élaboration de médias audiovisuels sur Instagram à faciliter l'apprentissage du FLE en ligne de la compréhension orale et la production orale. Cette recherche est effectuée en posant des questions : Quel est le profil du média audiovisuel élaboré sur Instagram @aylofefrench comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale du niveau A1 ? et quelles sont les opinions des experts et les utilisateurs sur ce média audiovisuel élaboré à l'Instagram @aylofefrench comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale du niveau A1 ? Donc, pour répondre aux questions posées, cette recherche va décrire le profil du média audiovisuel élaboré sur Instagram @aylofefrench, et décrire les opinions des experts et les utilisateurs sur ce média audiovisuel comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale du niveau A1.

2. MÉTHODE

Conforme aux buts de la recherche à l'introduction, nous avons alors décidé la méthode utilisée dans cette recherche est la méthode de Recherche et Développement (R&D). Cette recherche vise à élaborer les médias audiovisuels publiés sur Instagram pour les débutants et les apprenants du français comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour soutenir la compréhension orale et la production orale. Les étapes de recherche et développement adoptées dans cette recherche est le modèle 4D (Define, Design, Develop et Disseminate) selon Thiagarajan, et al. (1974). Puis, la population dans cette recherche est les apprenants de français et l'échantillon de cette recherche est les apprenants de français du niveau A1 ou les débutants.

Dans cette recherche nous effectuons les techniques de collecte des données, à savoir : la documentation, le test, l'enquête et la grille d'évaluation. La technique de documentation est mise en œuvre pour collecter les matières utilisées pour l'élaboration des médias audiovisuels, à savoir les matières du français du niveau A1 à partir de diverses sources, y compris : de livres et d'Internet. La technique de test effectuée est les exercices de compréhension orale téléchargés en utilisant la fonctionnalité Snapgram ou Instagram Stories pour mesurer les capacités des apprenants et voir le succès des apprenants ou des répondants à comprendre les matières. Ensuite, pour avoir les informations selon les difficultés et le besoin des apprenants, nous utilisons la technique de collecte de données d'enquête d'analyse de besoins. Nous distribuons aussi l'enquête de réponse aux utilisateurs après avoir accédé les médias audiovisuels sur Instagram pour mesurer le niveau de satisfaction des utilisateurs sur les médias. Nous concevons la grille d'évaluation en fonction des composants et des aspects à évaluer. Les experts donnent leur opinion aux médias audiovisuels selon les aspects proposés dans la grille d'évaluation.

Après avoir collecté les données de tous les répondants ou sources de données, donc l'analyse des données est effectuée. Pour

analyser l'enquête d'évaluation par des experts et l'enquête de réponses, nous utilisons la technique d'analyse descriptive quantitative. L'enquête d'évaluation par des experts et l'enquête de réponses des utilisateurs sont analysées en calculant les

réponses en fonction du score pour chaque réponse avec l'échelle de Likert. La mesure d'évaluation pour l'échelle de Likert est décrite dans le tableau ci-dessous :

Tableau 2. La mesure d'évaluation

Valeur	Critères
5	Tout à fait d'accord
4	D'accord
3	Sans opinion
2	Pas d'accord
1	Pas du tout d'accord

À partir des mesures d'évaluation dans le tableau 3 ci-dessus, donc après avoir obtenu toutes les données des répondants, les résultats peuvent être calculés en utilisant la formule suivante :

La formule de calcul :

$$\text{Résultats} = \frac{\text{note total obtenu}}{\text{note maximale}} \times 100\%$$

Puis, les résultats peuvent être interprétés selon le tableau des scores en pourcentage. Voici le tableau des scores selon Sugiyono (2017, p. 159) :

Tableau 3. L'interprétation des scores

Résultat	Critères
81%-100%	Très bien
61%-80%	Bien
41%-60%	Assez bien
21%-40%	Mal
0-20%	Très mal

3. RÉSULTATS ET DISCUSSION

Basés sur le résultat de l'enquête de besoin remplie par 45 répondants qui apprennent le français au niveau A1 ou les débutants, les données sont obtenues selon lesquelles l'élaboration du média audiovisuel en ligne sur Instagram est nécessaire pour soutenir la compréhension orale et la production orale afin de faciliter aux apprenants l'apprentissage du FLE selon leurs besoins.

Ensuite, nous avons conçu un produit à élaborer, à savoir le média audiovisuel sur Instagram comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale du niveau A1, à l'aide de plusieurs programmes de support, à savoir : Corel Draw 2022 et Wondershare Filmora.

À partir de la problématique proposée dans cette recherche, donc nous analysons et

décrivons le profil du média et les étapes de l'emploi du média d'apprentissage élaboré. De plus, nous décrivons les opinions des experts en didactique du français et des utilisateurs concernant l'élaboration de ce média d'apprentissage.

3.1. Le profil du média audiovisuel sur Instagram comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale du niveau A1

Dans cette étude, nous élaborons un média d'apprentissage audiovisuel sous forme d'images et de vidéos. Il y a un total de 42 publications d'images et de vidéos pour soutenir la compréhension orale et la production orale. Il existe 24 publications d'images qui présentent les matières françaises du niveau A1 basées sur Cadre Européen Commun de Références pour les Langues (CECRL), à savoir la grammaire, le

lexique et le savoir-vivre. De plus, nous réalisons 7 vidéos qui parle de la prononciation pour soutenir la production orale, 8 vidéos pour s'entraîner à la compréhension orale, et 3 vidéos pour pratiquer la production orale.

3.1.1 Les publications des matières comme référence pour soutenir la compréhension orale et la production orale

Les matières sont comme référence pour soutenir la compréhension orale et la

a. Les matières de la grammaire

production orale du niveau A1 et sont publiées sur Instagram à l'aide de la fonctionnalité « postings ». Les images présentent des matières classées par la grammaire, le lexique et le savoir-vivre qui font référence au CECRL, à des sources Internet, aux livres Tendances A1 et Version Originale A1. Le nombre total de matières publiées est de 24 images. Il y a plusieurs diapositives dans chaque publication d'images. Voici le tableau de la classification des matières publiées sur Instagram @aylovetfrench par la grammaire, le lexique et le savoir-vivre :

Tableau 4. La liste des matières de la grammaire

No	Les Matières	La Description	Le Nombre de Diapositives
1	L'article défini et indéfini	Les matières de l'article défini et indéfini et l'exemple.	6 diapositives
2	L'utilisation du verbe être	Les matières de l'utilisation du verbe être et l'exemple.	3 diapositives
3	L'utilisation des pronoms	a) Le pronom sujet ; b) Le pronom réfléchi/ pronominaux ; c) Le pronom tonique.	3 diapositives
4	L'utilisation des adjectifs interrogatifs	a) Les caractéristiques des adjectifs interrogatifs ; b) Les types des adjectifs interrogatifs ; c) Les manières de demander une question ; d) La formule « Quel + être ».	4 diapositives
5	L'heure en français	a) Les manières formelle et informelle de dire l'heure ; b) Les façons de dire les heures et les minutes (Il est + heures + minutes) ; c) Les moments de la journée ; d) Les expressions de temps ;	6 diapositives
6	Les manières de demander et dire la profession	La féminité du métier.	3 diapositives
7	Mon entourage	a) Le caractère et la première impression ; b) Les possessifs ; c) Mes activités (verbe faire) ; d) Mes goûts et mes préférences ; e) L'expression de la ressemblance ou de la différence.	7 diapositives
8	Les manières de demander et dire la nationalité	La féminité de la nationalité.	2 diapositives
9	Les lieux publics	a) L'expression « Où vit-on le mieux en France ? » veut dire quoi ? ; b) Les manière de décrire et qualifier les lieux publics.	3 diapositives
10	Les façons d'exprimer de la quantité	a) Les adverbes : peu, assez, quelques, beaucoup dan trop ;	5 diapositives

		b) Les adverbes : environ, à peu près, dan approximativement ; c) L'utilisation de « il y a / il n'y a pas ».	
11	Les façons d'exprimer des objectifs	Les matières d'exprimer des objectifs (Pour + verbe infinitif/ nom).	2 diapositives
12	Les habitudes vestimentaires	Les adjectifs des couleurs.	1 diapositive
13	Les pronoms compléments d'objet direct (COD)	Les matières des pronoms compléments d'objet direct (COD).	3 diapositives
14	Le shopping en français	Les verbes pour faire du shopping.	1 diapositive
15	Le temps d'aujourd'hui	a) Les expressions pour demander des informations sur le temps qu'il fait (le météo) en français ; b) Les expressions pour donner des informations sur le temps qu'il fait (le météo) en français ; c) La négation « ne ... pas ».	3 diapositives
16	L'utilisation des adjectifs démonstratifs	a) Les matières des adjectifs démonstratifs ; b) Les caractéristiques des adjectifs démonstratifs.	3 diapositives
17	Les repas en France	Les manières d'exprimer la quantité.	2 diapositives
18	Le futur proche	Les matières de futur proche (S + conjugaison du verbe aller + verbe infinitif).	3 diapositives
19	Les faits passés	a) Les matières de passé composé ; b) Le choix d'auxiliaire ; c) Les manières de former un participe passé ; d) Les manières de placer les adverbes dans le passé composé ; e) La négation au passé composé ; f) Les marqueurs de temps dans le passé.	7 diapositives
Total			67 diapositives

b. Les matières du lexique

Tableau 6. La liste des matières du lexique

No	Les Matières	La Description	Le Nombre de Diapositives
1	Les 7 jours de la semaine	a) Les 7 jours de la semaine ; b) Les expressions pour demander le jour en français ; c) Les expressions pour dire le jour en français.	3 diapositives
2	Les mois de l'année	a) Les mois de l'année ; b) Les expressions pour demander le mois en français ; c) Les expressions pour dire le mois en français.	3 diapositives
3	Les manières de demander et dire le numéro de téléphone	a) Les expressions pour demander le numéro de téléphone en français ; b) Les expressions pour dire le numéro de téléphone en français.	2 diapositives
4	Les manières de demander et dire le courriel	a) Les expressions pour demander le courriel en français ; b) Les expressions pour dire le courriel en français.	2 diapositives

5	L'heure en français	a) Les expressions pour demander et dire la fréquence en français ; b) Les expressions pour demander l'heure en français ; c) Les expressions pour donner l'heure en français.	2 diapositives
6	Les manières de demander et dire la profession	a) Les expressions pour demander la profession en français ; b) Les expressions pour dire la profession en français ;	2 diapositives
7	Mon entourage	Mon entourage (ma famille, mes amis, etc.)	2 diapositives
8	Les manières de demander et dire la nationalité	a) Les expressions pour demander la nationalité en français ; b) Les expressions pour dire la nationalité en français.	2 diapositives
9	Les lieux publics	Les lexiques des lieux publics.	2 diapositives
10	Les habitudes vestimentaires	a) Le vocabulaire vestimentaire ; b) Le vocabulaire des accessoires ; c) Les lexiques de couleurs.	4 diapositives
11	Le shopping en français	Les expressions pour faire du shopping en français	3 diapositives
12	Le temps d'aujourd'hui	a) Les expressions pour demander des informations sur le temps qu'il fait (le météo) en français ; b) Les expressions pour donner des informations sur le temps qu'il fait (le météo) en français ;	1 diapositive
13	Les repas en France	a) Le vocabulaire des nourritures ; b) Les manières de demander et prendre la commande ; c) Les expressions pour demander et donner des informations sur un plat en français ; d) Les manières d'exprimer la quantité.	6 diapositives
Total			34 diapositives

c. Les matières du savoir-vivre

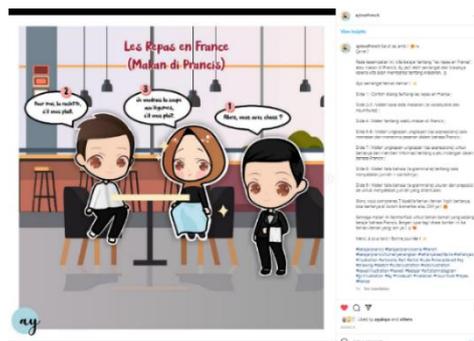
Tableau 6. La liste des matières du savoir-vivre

No	Les Matières	La Description	Le Nombre de Diapositives
1	Les vacances en France	Les fêtes et festivals en France	5 diapositives
2	Les habitudes vestimentaires	a) Paris comme ville du « centre mondial de la mode » ; b) Paris est aussi la ville du « centre mondial de la parfumerie ».	2 diapositives
3	Les repas en France	Les repas en France	1 diapositive
Total			8 diapositives

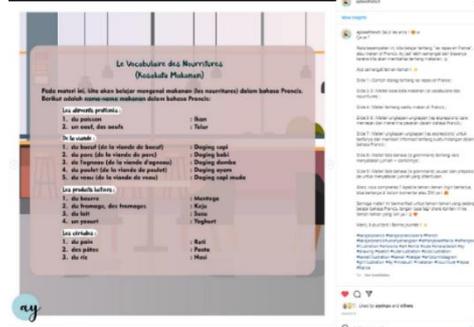
Voici un exemple de matière publiée sur Instagram @aylovehfrench sur la grammaire, le lexique et le savoir-vivre comme référence

pour soutenir la compréhension orale et la production orale :

- Les repas en France



(Diapositive 1)



(Diapositive 2)

<https://www.instagram.com/p/Cg-cwaLvid/>

Figure 6. La publication de la matière « les repas en France »

La figure 6 est la publication de la matière « les repas en France » sur Instagram @aylovetfrench qui est publiée à l'aide de la fonctionnalité de *postings*. Cette publication a 9 diapositives :

- La première diapositive est le titre de la matière à apprendre « les repas en France » et l'exemple de dialogue dans un restaurant français ;
- La deuxième et la troisième diapositive sont la matière lexicale, à savoir : le vocabulaire des nourritures ;
- La quatrième diapositive est la matière de savoir-vivre, à savoir : les informations concernant les repas en France (le petit déjeuner, le déjeuner, le goûter et le dîner) ;
- La cinquième et la sixième diapositive sont la matière lexicale sur les expressions utilisées pour commander et prendre la commande ;
- La septième diapositive est la matière lexicale sur les expressions

utilisées pour demander et donner des informations sur un plat en français ;

- La huitième diapositive parle de la matière grammaticale, à savoir : les manières d'exprimer la quantité avec l'article partitif ;
- La dernière diapositive est la matière grammaticale sur exprimer la quantité spécifiée avec la préposition *de*, par exemple : 100 grammes de ..., un kilo de ..., etc.

3.1.2 Les publications de vidéos pour pratiquer la compréhension orale et la production orale

Le nombre total de vidéos publiées est de 18 vidéos avec les détails : 7 vidéos de la prononciation pour soutenir la compréhension orale et la production orale, 8 vidéos pour s'entraîner à la compréhension orale et 3 vidéos pour pratiquer la production orale.

- 1) Les vidéos de la prononciation pour soutenir la compréhension orale et la

production orale

Il y a 7 vidéos qui parlent de la prononciation pour soutenir la compréhension orale et la production orale qui sont publiées avec les matières en utilisant la fonctionnalité « *postings* ». Les vidéos de la prononciation sont publiées pour clarifier les

matières précédemment publiées, à savoir pour clarifier la prononciation du lexique et de la grammaire. Voici les tableaux de la classification des matières dans les vidéos de la prononciation :

Tableau 7. La liste des matières des vidéos de la prononciation de la grammaire

Les Vidéos	Les Matières
Vidéo 1	L'article défini et indéfini
Vidéo 2	Les adjectifs interrogatifs

Tableau 8. La liste des matières des vidéos du lexique

Les Vidéos	Les Matières
Vidéo 3	Les jours de la semaine
Vidéo 4	Les mois de l'année
Vidéo 5	La profession
Vidéo 6	La nationalité
Vidéo 7	Le shopping en français

Voici des exemples des vidéos de la prononciation de la grammaire et du lexique publiées sur Instagram @aylovefrench pour

- L'article défini et indéfini

soutenir la compréhension orale et la production orale :



<https://www.instagram.com/p/CgvRhN3PhZg/>

Figure 7. La vidéo de prononciation de la grammaire (l'article défini et indéfini)

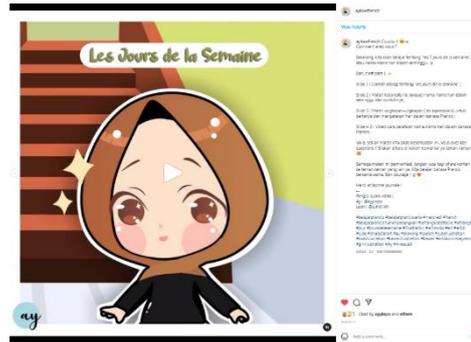
La figure 7 est la publication de vidéo de prononciation pour clarifier la matière « article défini et indéfini » sur Instagram @aylovefrench qui est publiée à l'aide de la

fonctionnalité de *postings*. Dans la vidéo, Ay et Léon disent comment lire l'article défini et indéfini avec des exemples :

Un, une, des
 Exemples :
 Un homme, un chien
 Une table, une chemise
 Des papiers, des chats

Le, la, l', les
 Exemples :
 Le livre
 La voiture
 L'hôpital, l'ordinateur
 Les crayons

- Les jours de la semaine



<https://www.instagram.com/p/CgyZjSxPTU1/>

Figure 8. La vidéo de prononciation du lexique (les jours de la semaine)

La figure 8 est la publication de vidéo de prononciation pour clarifier la matière « les jours de la semaine » sur Instagram @aylovefrench qui est publiée à l'aide de la fonctionnalité de *postings*. Dans la vidéo, Ay et

Lundi	Quel jour est-ce aujourd'hui ?
Mardi	Quel jour était hier ?
Mercredi	Quel jour est-ce demain ?
Jeudi	Quel jour sommes-nous,
Vendredi	aujourd'hui ?
Samedi	On est quel jour, aujourd'hui ?
Dimanche	Quel jour est-il, aujourd'hui ?
	C'est quel jour aujourd'hui ?

Léon clarifient la prononciation des jours de la semaine et les expressions utilisées pour demander et dire les jours de la semaine. Voici la transcription de vidéo de prononciation pour la matière « les jours de la semaine » :

Lundi.
 Le lundi/ tous les lundis.
 Aujourd'hui, c'est ...
 Demain c'est ...
 On est lundi.
 Aujourd'hui, nous sommes
 lundi.
 Lundi prochain.
 Lundi dernier.

2) Les vidéos pour s'entraîner à la compréhension orale

Pour s'entraîner à la compréhension orale, nous réalisons des vidéos de dialogue publiées à l'aide des fonctionnalités *Reels* et

Instagram Stories. Il y a 8 vidéos de dialogue et chaque vidéo a 5 questions pour évaluer la compréhension des apprenants. Voici la liste des matières dans les vidéos pour s'entraîner à la compréhension orale :

Tableau 9. La liste des matières dans les vidéos pour s'entraîner à la compréhension orale

Les Vidéos	Les Matières
Dialogue 1	a) L'expression pour saluer b) L'expression pour s'excuser c) L'expression pour prendre congé d) La présentation/ se présenter en français (le nom, la profession, l'adresse) e) L'utilisation du verbe « être » f) L'utilisation du pronom
Dialogue 2	a) L'heure b) L'utilisation du pronom c) L'expression pour s'excuser d) Mon entourage (ma famille et mes amis)
Dialogue 3	a) La description de la ville b) Les goûts et les préférences
Dialogue 4	a) L'expression pour saluer b) L'expression pour remercier c) L'expression pour souhaiter d) Le shopping (faire du shopping) e) Les chiffres

	f) <i>La quantité</i>
	g) <i>Les Adjectifs interrogatifs</i>
Dialogue 5	a) <i>Le temps aujourd'hui</i> b) <i>La saison</i>
Dialogue 6	a) <i>Le repas en France</i> b) <i>Le futur proche</i> c) <i>L'article défini et indéfini</i>
Dialogue 7	a) <i>L'adjectif démonstratif</i> b) <i>L'article défini et indéfini</i> c) <i>Les compléments d'objet direct (COD)</i> d) <i>Les goûts et les préférences</i> e) <i>Les possessifs</i> f) <i>L'expression de la ressemblance</i>
Dialogue 8	a) <i>Les faits passés (passé composé)</i> b) <i>Les nationalités</i> c) <i>L'article défini et indéfini</i> d) <i>Les possessifs</i>

Voici un exemple de vidéo pour s'entraîner à la compréhension orale qui est

- Dialogue 1

publiée sur Instagram @aylovecfrench :



<https://www.instagram.com/reel/ChCRxXBF1kj/>

Figure 9. La vidéo pour s'entraîner à la compréhension orale (dialogue 1)

La figure 9 est la publication de vidéo pour s'entraîner à la compréhension orale publiée avec la fonctionnalité Reels sur Instagram @aylovecfrench.

Dans la vidéo, il y a 2 personnages (Ay et Léon) qui discutent. Voici une transcription de la vidéo et des matières qu'elle contient.

Les matières dans la vidéo :

La transcription de la vidéo :

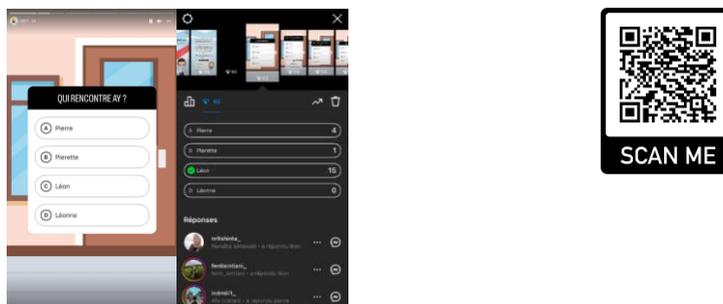
- Ay : *Bonjour, vous êtes Pierre ?*
Léon : *Bonjour. Non, je ne suis pas Pierre. Je suis Léon.*
Ay : *Oh désolée.*
Léon : *C'est bon.*
Ay : *Vous parlez français ?*
Léon : *Oui, je parle français. Je suis étudiant. Et vous ?*
Ay : *Moi, je m'appelle Ay. Je suis étudiante aussi.*
Léon : *Vous venez de quel pays ?*
Ay : *Je viens d'Indonésie. Où habitez-vous ?*
Léon : *J'habite à Paris. Tu habites dans quelle ville ?*

- *L'expression pour saluer*
- *L'expression pour s'excuser*
- *L'expression pour prendre congé*
- *La présentation/ se présenter en français (le nom, la profession, l'adresse)*
- *L'utilisation du verbe « être »*
- *L'utilisation du pronom*

Ay : J'habite à Rouen.
Léon : Enchanté !
Ay : Enchantée ! Au revoir !
Léon : Au revoir.

Pour évaluer la compréhension des apprenants du vidéo dialogue 1, cette vidéo est publiée sur *Instagram Story* avec 5

questions de choix multiples. Voici la figure de l'*Instagram Story* avec des questions d'évaluation :



<https://www.instagram.com/stories/highlights/17929280975445972/>

Figure 10. L'exemple d'*Instagram Stories* pour la compréhension orale

Voici 5 questions téléchargées sur *Instagram Stories* et l'analyse des réponses des apprenants à chacune de ces questions :

Question no. 1

Qui rencontre Ay ?

- a. Pierre
- b. Pierette
- c. Léon
- d. Léonne

La réponse correcte est « c. Léon ». Il y a 19 apprenants qui ont participé à ce quiz. 15 apprenants ont correctement répondu et 4 apprenants ont mal répondu.

Question no. 2

Quelle est la nationalité de Ay ?

- a. Français
- b. Française
- c. Indonésien
- d. Indonésienne

Justification : Je viens d'Indonésie.

La réponse correcte est « d. Indonésienne ». Il y a 23 apprenants qui ont participé à ce quiz. 16 apprenants ont correctement répondu et 7 apprenants ont mal répondu.

Question no. 3

Quelle est la profession de Ay ?

- a. Étudiante
- b. Enseignante
- c. Actrice

d. Journaliste

La réponse correcte est « a. Étudiante ».

Il y a 18 apprenants qui ont participé à ce quiz. 16 apprenants ont correctement répondu et 2 apprenants ont mal répondu.

Question no. 4

Où habite Léon ?

- a. Paris
- b. Rouen
- c. Reims
- d. Lyon

La réponse correcte est « a. Paris ». Il y a 17 apprenants qui ont participé à ce quiz. 13 apprenants ont correctement répondu et 4 apprenants ont mal répondu.

Question no. 5

Rouen est une ville de quel pays ?

- a. La France
- b. L'Allemagne
- c. L'Espagne
- d. La Belgique

La réponse correcte est « a. la France ». Il y a 16 apprenants qui ont participé à ce quiz. 15 apprenants ont correctement répondu et 1 apprenant a mal répondu.

3) Les vidéos pour pratiquer la production orale

Pour pratiquer la production orale des apprenants, nous créons des vidéos de conversation publiées sur Instagram @aylofefrench avec la fonctionnalité Reels pour

que les apprenants puissent les télécharger et les remixer. Il y a 3 vidéos de conversation pour pratiquer la production orale. Voici le tableau de la liste des matières dans les vidéos pour pratiquer la production orale :

Les Vidéos	Les Matières
Conversation 1	Se présenter
Conversation 2	Faire des achats
Conversation 3	Commander au restaurant

Voici un exemple de vidéo pour pratiquer la production orale qui est publiée sur

- Conversation 1

Instagram @aylofefrench :



<https://www.instagram.com/reel/ChN5m2X11Bf/>

Figure 11. La vidéo pour pratiquer la production orale (Conversation 1 : Se présenter)

La vidéo pour pratiquer la production orale est publiée avec la fonctionnalité « Reels » pour être téléchargée et remixer avec la vidéo de l'apprenant.

La figure 11 est la vidéo de conversation pour « se présenter ». Dans la vidéo, Léon pose des questions auxquelles les apprenants devraient répondre oralement selon le scénario lorsqu'il y a une pause dans la vidéo.

Voici la transcription de la vidéo de conversation 1 pour pratiquer la production orale :

C'est un média pour pratiquer la production orale.

Remix mon réel pour faire une conversation.

Je dis la phrase verte, tu dis la phrase rouge. C'est parti !

V : Bonjour, comment tu t'appelles ?

R : Bonjour, je m'appelle

V : Tu as quel âge ?

R : J'ai ans.

V : Où habites-tu ?

R : J'habite à

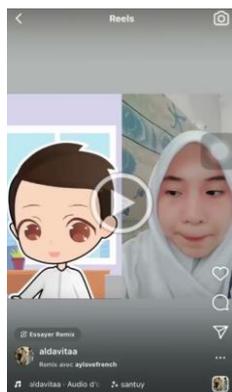
V : Quelle est ta profession ?

R : Je suis

V : Merci. Enchanté !

R : Enchanté !

Et voici la figure d'un exemple de vidéo qui a été remixée et mise en ligne par les apprenants :



<https://shorturl.at/deqrY>

Figure 12. L'exemple de vidéo de la production orale de l'apprenant

Dans la figure 12, l'apprenant a pratiqué la production orale en remixant la vidéo de la conversation 1. À partir de la vidéo, l'apprenant peut se présenter et parler de soi en répondant aux questions personnelles simples, lentement et clairement. Cependant, il y a une petite correction à la prononciation « *J'ai dix-huit ans* ». Donc, « *dix-huit* » doit être prononcé avec liaison.

3.2 Les opinions des experts et les utilisateurs sur le média audiovisuel élaboré à l'Instagram @aylovetfrench comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale du niveau A1

Nous analysons les opinions de professeur de français et utilisateurs sur l'élaboration de ce média d'apprentissage en utilisant l'échelle de mesure Likert. Les résultats obtenus sont les suivants :

3.2.1 Les opinions des experts

a. L'expert de l'Universitas Pendidikan Indonesia

Basés sur les résultats d'évaluation d'expert de l'Universitas Pendidikan Indonesia sur l'élaboration de ce média d'apprentissage, nous trouvons que :

- | | | |
|--------------------------|---|------|
| 1) Les éléments visuels | : | 100% |
| 2) Les éléments de texte | : | 100% |

- | | | |
|------------------------------|---|-------|
| 3) Les éléments d'attraction | : | 93,3% |
| 4) Les éléments matériels | : | 92% |
| Total | : | 96,3% |

Donc, nous pouvons tirer la conclusion que l'élaboration de ce média d'apprentissage est dans la catégorie « *très bien* » et il peut être devenir alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale du niveau A1. Cependant, il est recommandé de faire des évaluations pour impliquer davantage les apprenants.

b. L'expert de l'Universitas Negeri Semarang

Basés sur les résultats d'évaluation d'expert de l'Universitas Negeri Semarang sur l'élaboration de ce média d'apprentissage, nous trouvons que :

- | | | |
|------------------------------|---|-------|
| 1) Les éléments visuels | : | 100% |
| 2) Les éléments de texte | : | 92% |
| 3) Les éléments d'attraction | : | 93,3% |
| 4) Les éléments matériels | : | 84% |
| Total | : | 92,3% |

c. La note moyenne d'enquêtes des experts

À partir des résultats d'évaluation par des experts de l'Universitas Pendidikan Indonesia et l'Universitas Negeri Semarang,

nous pouvons donc calculer la note moyenne :

$$\begin{aligned} & \frac{\text{La note moyenne}}{\text{La note totale des experts}} \\ &= \frac{96,3\% + 92,3\%}{2} \\ &= 94,3\% \end{aligned}$$

Nous pouvons donc tirer la conclusion que l'élaboration de ce média d'apprentissage est dans la catégorie « très bien » avec la note moyenne 94,3% et il peut être devenir alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale du niveau A1. Cependant, pour les instruments d'évaluation, il est recommandé d'ajouter des options de réponse, pas seulement 2 choix de réponse, mais donner 3 distracteurs avec le niveau cognitif du niveau HOTS. Puis, il est recommandé de varier les questions avec des figures, trouver des phrases appropriées, etc.

3.2.2 Les opinions des apprenants

Basés sur les résultats de l'enquête des apprenants sur l'élaboration de ce média d'apprentissage, nous trouvons que :

- 1) La lisibilité du texte dans le média audiovisuel
- 2) L'attraction de l'affichage et l'animation dans le média audiovisuel
- 3) La clarté des couleurs dans le média audiovisuel
- 4) La clarté des figures dans le média audiovisuel
- 5) Le média audiovisuel peut motiver les apprenants à apprendre le français
- 6) L'interactivité et la structure de la présentation des matières dans le média audiovisuel
- 7) La facilité à comprendre les matières dans le média audiovisuel
- 8) La facilité à comprendre l'utilisation de la langue
- 9) La clarté du son dans le média audiovisuel
- 10) La facilité d'utilisation du média audiovisuel

À partir des résultats d'interprétation ci-dessus, le média audiovisuel élaboré sur Instagram comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la

compréhension orale et la production orale selon les apprenants est considérée comme « bien ». Cependant, il est recommandé d'équiper la vidéo avec la transcription, de mettre à jour les publications de média plus souvent et de pouvoir continuer pour les niveaux A2, B1, etc.

4. CONCLUSION

À partir des questions de recherche, nous pouvons tirer la conclusion que le média audiovisuel élaboré dans cette recherche est un média sous forme d'images et de vidéos qui est téléchargé sur Instagram pour soutenir la compréhension orale et la production orale. Le média est divisé en publications des matières comme référence pour soutenir la compréhension orale et la production orale (il y a 24 publications d'images). Puis, il y a 7 vidéos de la prononciation pour soutenir la compréhension orale et la production orale, ensuite il y a 8 vidéos pour s'entraîner à la compréhension orale et il y a 3 vidéos pour pratiquer la production orale. Le média audiovisuel élaboré sur Instagram est utilisable et accessible sur le site <https://www.instagram.com/aylovefrench/>.

Puis, les résultats d'enquête des experts ont montré que le média élaboré est dans la catégorie « très bien » avec la note moyenne 94,3%. Selon l'expert de l'Universitas Pendidikan Indonesia, les éléments visuels et les éléments de texte ont un pourcentage le plus élevé, à savoir 100%, et les éléments matériels ont le moindre pourcentage, y compris 92%. D'après l'expert de l'Universitas Pendidikan Indonesia, ce média peut être devenir alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale du niveau A1. Cependant, il est recommandé de faire des évaluations pour impliquer davantage les apprenants. Pour l'expert de l'Universitas Negeri Semarang, nous trouvons aussi que le pourcentage le plus élevé est les éléments visuels, à savoir 100% et le moindre pourcentage est les éléments matériels, y compris 84%. D'après l'expert de l'Universitas Negeri Semarang, il peut être devenir alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale du niveau A1, mais, pour les

instruments d'évaluation, il est recommandé d'ajouter des options de réponse, pas seulement 2 choix de réponse, mais donner 3 distracteurs avec le niveau cognitif du niveau HOTS. Puis, il est recommandé de varier les questions avec des figures, trouver des phrases appropriées, etc. De plus, basés sur les résultats de l'enquête des apprenants sur l'élaboration de ce média d'apprentissage, nous trouvons que ce média est considéré comme « bien » avec la note moyenne 79,39%. L'interactivité et la structure de la présentation des matières dans le média audiovisuel ont le pourcentage le plus élevé, à savoir 84,8%, et le moindre pourcentage est l'utilisation du média audiovisuel, y compris 72,7%. Cependant, il est recommandé d'équiper la vidéo avec la transcription pour leur faciliter, de mettre à jour les publications de média plus souvent et de pouvoir continuer pour les niveaux A2, B1, etc.

L'élaboration du média d'apprentissage dans cette recherche est encore limitée à la conception initiale. Pour cette raison, il est nécessaire de réaliser des tests pour terminer l'efficacité de ce média d'apprentissage pour l'apprentissage de la compréhension orale et la production orale du niveau A1.

REMERCIEMENTS

Je tiens à exprimer ma gratitude à tous mes professeurs ainsi qu'à mes directrices de thèse qui m'ont donné l'occasion et m'ont guidé pour réaliser ce magnifique projet intitulé « Élaboration de média audiovisuel sur Instagram comme alternative à l'apprentissage du FLE en ligne pour la compréhension orale et la production orale ». Je leur suis très reconnaissant.

RÉFÉRENCES

Ahmed, S., Shehata, M., & Hassanien, M. (2020). Emerging Faculty Needs for Enhancing Student Engagement on a Virtual Platform. *MedEdPublish*, 9. doi:<https://doi.org/10.15694/mep.2020.000075.1>

Anshori, S. (2018). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi Sebagai Media Pembelajaran. *Civic-Culture:*

Jurnal Ilmu Pendidikan Pkn dan Sosial Budaya, 2(1), 88-100.

- Astini, N. K. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pembelajaran Tingkat Sekolah Dasar pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Lampuhyang*, 11(2), 13-25.
- Bakri, F., Hanif, F., & Rustana, C. (2021). The Powtoon Video in Instagram: The Learning Physics Fun in Social Media. *AIP Conference Proceedings*. AIP Publishing LLC. doi:<https://doi.org/10.1063/5.0037611>
- Batubara, H. H. (2020). *Media Pembelajaran Efektif*. Semarang: Fatawa Publishing.
- Becker, S. R., & Sturm, J. L. (2017). Effects of audiovisual media on L2 listening comprehension: A preliminary study in French. *Calico Journal*, 34(2), 147-177.
- Bouabida, S. (2017). Le dessin animé un auxiliaire didactique pour développer les compétences orales en classe de français langue étrangère. *Revue LAROS*, 9(2), 221-232.
- Conseil de l'Europe, D. (2001). *Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (CECRL) - Apprendre, Enseigner, Évaluer*. Strasbourg et Paris: Conseil de l'Europe, Didier.
- Diptya. (2021, Mai 6). 10+ Fitur Instagram Terbaru 2021. Récupéré sur JalanTikus: <https://jalantikus.com/tips/fitur-baru-instagram/>
- Fatmawati, E. (2017). Dampak Media Sosial Terhadap Perpustakaan. *Libraria*, 5(1), 1-28.
- Handarini, O. I. (2020). Pembelajaran Daring Sebagai Upaya Study From Home (SFH). *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), 496-503.
- Hapsari, T. P., & Fitria, A. S. (2020). Efektivitas Pembelajaran Daring Mata Kuliah Evaluasi Pengajaran Bahasa dan Sastra Indonesia Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Semantika*, 2(1), 11-20.
- Harni, A. U., & Agustiningrum, T. E. (2020). La Compétence de la Production

- Orale des Étudiants de Deuxième Semestre en Utilisant la Stimulation Iconique Pour Rapporter des Événements Passés. *Didacticofrancia: Journal Didactique du FLE*, 9(2), 10-16.
- Intan, T. (2021). Strategi Pembelajaran Pemula Bahasa Prancis di Perguruan Tinggi French Language Beginner Learner's Strategy in Higher Education. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa dan Sastra*, 7(1), 94-105.
- Kertamukti, R. (2015). Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp. *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 8(1), 57-66.
- Kurniasih, I., & Astuti, D. (2021). L'Identification du Média d'Apprentissage utilisé par les Professeurs du Français au Lycée à Semarang pendant la Pandémie Covid-19. *Didacticofrancia: Journal Didactique du FLE*, 10(1), 43-48.
- Lestari, E., Astuti, D., & Agustiningrum, T. E. (2014). L'Efficacité de l'Utilisation de la Fiche Pédagogique du Français Basé sur la Chanson à la Compétence de la Compréhension Orale pour les Lycéens de la Classe Onze à SMAN 2 Magelang. *Didacticofrancia: Journal Didactique du FLE*, 3(1).
- Lestari, I. D., Halimatusha'diah, & Lestari, F. A. (2018). Penggunaan Media Audio, Visual, dan Audiovisual dalam Meningkatkan Pembelajaran kepada Guru-Guru. *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 55-60.
- Manshur, U., & Ramdlani, M. (2019). Media Audio Visual dalam Pembelajaran PAI. *Al Murabbi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 5(1), 1-8.
- NapoleonCat. (2022). *Instagram users in Indonesia (Juillet 2022)*.
- Nurrita, D. E., & Riyanti, B. (2018). Manfaat E-Learning dalam Proses Belajar Mahasiswa. *The Community*, 1(1), 5-12.
- Pratiwi, E. D. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Instagram dengan The Theory of Reasoned Action Menggunakan Amos 21. *Jurnal Teknik Komputer Amik BSI*, 2(1), 68-77.
- Ramli, M. (2015). Rancangan Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Tarbiyah Islamiyah*, 5(2), 56-78.
- Sari, M. P. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau. *JOM FISIP*, 4(2), 1-13.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Thiagarajan, S., Semmel, D. S., & Semmel, M. I. (1974). *Instructionnal Development for Training Teacher of Exceptional Children*. Indiana: Indiana University Bloomington.
- Utari, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *JOM Fisip*, 4(2), 1-22.
- Wifalin, M. (2016). Efektivitas Instagram Common Grounds. *Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra*, 4(1), 2-9.