

L'élaboration d'un programme de français du tourisme dans le contexte universitaire jordanien

Alrabadi ELIE

Université du Yarmouk
Département de langues modernes
elierabad@yahoo.fr

Recibido: 13 de octubre de 2010

Aceptado: 12 de enero de 2011

RÉSUMÉ

Pour préparer des guides touristiques qualifiés, l'Université du Yarmouk a créé le *Département du Tourisme*. Les étudiants de ce département choisissent obligatoirement, en mineure, une langue étrangère enseignée à l'université dont le français, objet de cette recherche. Cependant, nous avons remarqué qu'aucun programme n'a été mis en place pour convenir aux besoins de ces étudiants. Ils suivent la même formation *généraliste* que les étudiants du département de français.

En effet, l'élaboration d'un programme de FOS, nécessite une démarche spécifique composée de cinq étapes : l'analyse de la demande; l'analyse des besoins des apprenants ; la collecte des données ; l'analyse de ces données et l'élaboration des activités didactiques.

L'objectif de cette recherche est de proposer une démarche scientifique pour la construction de ce programme afin de répondre au mieux aux besoins du pays et à ceux des apprenants.

Mots clés: FOS, français du tourisme, compétence de communication, besoins des apprenants, activités didactiques.

El desarrollo de un programa de francés como lengua de turismo en el contexto de la universidad jordana

RESUMEN

Para preparar a guías turísticos cualificados, la Universidad de Yarmouk ha creado el *Departamento de Turismo*. Los estudiantes de este departamento deben elegir, como lengua minor, una lengua extranjera de las enseñadas en la universidad, entre ellas el francés, el tema de esta investigación. Sin embargo, notamos que ningún programa ha sido desarrollado para satisfacer las necesidades de estos estudiantes. Siguen la misma formación *general* que los estudiantes en el Departamento de Francés. De hecho, el desarrollo de un programa de FFE requiere un tratamiento específico que consiste en cinco pasos: el análisis de las solicitudes de formación, el análisis de las necesidades que tienen los estudiantes, la recogida de datos, el análisis de estos datos y el desarrollo de actividades didácticas. El objetivo de esta investigación es proponer una aproximación científica para la creación de este programa con el objetivo de satisfacer mejor las necesidades del país y de los estudiantes.

Palabras clave: FFE, el francés como lengua de turismo, habilidades comunicativas, necesidades de los aprendientes, actividades didácticas.

The elaboration of a program for French as a language of tourism in the Jordanian university context

ABSTRACT

To train qualified tour guides, Yarmouk University created the *Department of Tourism*. The students of this department had to choose a foreign language as a minor. The French language (the subject of our research) is included on the list of foreign languages taught at Yarmouk. Despite the creation of the department, apparently no program has been implemented to suit the needs of new Tourism students. They follow the same *general* curriculum designed for students in the French department.

The elaboration of a program of French for Specific purposes (FSP) requires a specific approach consisting of four steps: the analysis of the demand for this kind of training; the analysis of learners' needs, the collection and analysis of data, and finally the elaboration of classroom activities.

The object of this research is to propose a scientific approach for the elaboration of a program better suited for the needs and demands of the learners.

Key words: FSP, French as a language of tourism, communication skills, learner needs, class activities.

Sommaire: Introduction. 1. Analyse de la demande. 2. Analyse des besoins langagiers des apprenants. 2. 1. Des besoins autres que linguistiques. 2. 2. Exemple d'analyse des besoins langagiers. 3. Collecte des données. 4. Analyse des données et élaboration didactique. Conclusion. Références bibliographiques.

Introduction.

Le tourisme occupe une place très importante dans l'économie jordanienne. Il touche plusieurs secteurs d'activités : restauration, hôtellerie, transport ainsi que l'artisanat. Dans ce domaine, le français est considéré comme la langue touristique du pays. Par conséquent, l'apprentissage du français, qui représentait déjà une sorte de prestige social, devient donc dorénavant un atout professionnel.

Face à ces besoins de la société, la faculté *d'Archéologie et d'Anthropologie* de l'université du Yarmouk a créé, en 2006/2007, le *Département du Tourisme* pour former du personnel qualifié capable de travailler dans les différents secteurs liés au tourisme, notamment celui de guide touristique. Ce diplôme, suivi pendant 4 ans, propose un enseignement du tourisme en anglais et en arabe pour option majeure et une option mineure choisie obligatoirement par les étudiants en allemand, russe, espagnol, italien ou en français, objet de cette recherche.

Cependant, nous avons remarqué qu'aucun programme n'a été mis en œuvre pour convenir aux besoins de ces nouveaux étudiants. Ils suivent la même formation *généraliste* que les étudiants du département de français. En fait, cette formation vise, à travers des contenus littéraires et linguistiques, la maîtrise de la langue française. Elle ne tient pas compte de la dimension professionnelle de la langue et ne vise donc pas la maîtrise de savoirs et de savoir-faire liés au domaine touristique. Ainsi, les licenciés en tourisme terminent leurs études de français avec un niveau

linguistique faible dans leur futur domaine de travail, négligeant les aspects professionnel et culturel.

L'objectif de ce travail sera de repenser le déroulement ainsi que le contenu de cette formation et de proposer une démarche scientifique pour la construction de ce type de formation répondant au mieux aux besoins du pays et plus directement à ceux des apprenants pour une meilleure adaptation aux besoins du marché du travail.

Nous proposerons donc l'élaboration d'un programme de français destiné à ces étudiants tout en nous appuyant sur la démarche de FOS que Jean-Marc Mangiante et Chantal Parpette proposent dans leur ouvrage : « *Le français sur objectif spécifique* ». Il s'agit d'une démarche qui se compose de cinq étapes et que nous appliquerons au contexte jordanien.

Dans cette étude, nous analyserons, dans un premier temps, la demande de la formation, nous identifierons notre public et nous analyserons ses besoins, nous traiterons ensuite, dans un second temps, de la question de collecte de données authentiques et de ses analyses pour arriver enfin à l'élaboration des activités didactiques, l'objectif de tout programme de formation linguistique. Tout cela aboutit à un programme de formation en français du tourisme et à un projet à mettre en place ultérieurement en Jordanie.

1. Première étape : Analyse de la demande.

L'analyse de la demande de formation est une étape très importante dans la mise en œuvre des programmes de FOS. Elle précède l'analyse des besoins des apprenants, comme le confirme Mourhon-Dallies (2008 : 189) :

avant même de penser aux contenus, aux progressions et au détail des modules, l'enseignement d'une langue à des fins professionnelles requiert différentes analyses en amont de la conception et de la programmation des cours. Dans le cas de l'enseignement « sur mesure » (comme en Français sur Objectif Spécifique ou en Français Langue Professionnelle), il faut procéder en premier lieu à l'analyse de la demande.

Elle répond suivant l'opinion de Dennery (1999 : 19-20), à « l'impérieuse nécessité de connaître la finalité du projet de formation ». Cela nécessite « d'identifier le réel enjeu du projet »

L'identification de la demande de formation constitue le point de départ de tout programme de FOS. Cette identification, articulée avec l'analyse du public et de ses besoins, joue un rôle très important dans la conception des programmes de formation. Ces demandes orientent le programme vers une démarche de FOS, du français général ou bien vers une démarche du français de spécialité.

La mise en place d'un programme de formation sur objectifs spécifiques s'inscrit soit dans une logique de demande soit dans une logique d'offre.

Lorsqu'il s'agit d'une logique d'offre, on parle de *français de spécialité*. Ce terme de français de spécialité a été, selon Mangiante et Parpette (2004 : 16), « le

premier à désigner des méthodes destinées à des publics spécifiques étudiant le français dans une perspective professionnelle ou universitaire ». Ces méthodes mettaient l'accent sur une spécialité ou sur une branche d'activité. Au niveau didactique, l'offre d'une formation relève « d'une approche globale d'une discipline ou d'une branche professionnelle ouverte à un public le plus large possible ».

Par contre, quand on parle d'une logique de demande, on désigne le français sur objectifs spécifiques, un terme qui a l'avantage de « couvrir toutes les situations, que celles-ci soient ancrées ou non dans une spécialité ». (Mangiante et Parpette, 2004 : 17). Le FOS travaille au cas par cas, ou métier par métier, en fonction des demandes et des besoins d'un public précis. Dans ce cas, la formation est organisée en vue de répondre à des besoins de communication professionnels spécifiques. Dans ces formats, et comme il s'agit d'une demande précise, les besoins sont en général identifiés avec une grande précision.

A ce propos, Cuq (2003 : 110) affirme, lui aussi, qu'il existe deux formes de mise en œuvre du FOS :

⇒ La première, celle qui peut être considérée comme la forme idéale, suppose l'élaboration d'un programme cas par cas. Chaque demande de formation implique la construction d'un programme spécifique en fonction de l'analyse menée pour le public concerné. Cela suppose que le public apprenant ait un objectif professionnel ou universitaire très clair, et que l'on puisse définir précisément à quelles situations il doit être préparé ;

⇒ La seconde, plus large, s'intéresse non pas à un groupe d'apprenants dument identifié mais s'attache globalement à une profession ou une discipline. Elle en recense la variété des situations de communication, les différents types de discours oraux et écrits qui y sont présents, et constitue à partir de cela un matériel pédagogique. Celui-ci joue le rôle d'une méthode de langue centrée sur une spécialité et couvrant un spectre assez large pour répondre aux attentes d'un public diversifié.

Les premières questions à se poser, au dire de Carras, Tolas, Kohler et Szilagyi (2007 : 25), face à une demande de formation sont les suivantes :

La demande est-elle précise ? Le public est-il clairement identifié ? Est-il homogène ? Ses objectifs correspondent-ils à ceux de l'employeur/demandeur ? L'objectif fixé par le demandeur paraît-il réalisable compte tenu du temps accordé à la formation ?

Ces questions essentielles à l'élaboration des programmes de formation linguistique seront ensuite complétées par une analyse plus détaillée du public et de ses besoins.

Par rapport au programme que nous proposons dans cette étude, il s'agit d'une demande précise : former du personnel capable de travailler principalement dans le domaine du guidage touristique et leur faire acquérir une compétence de communication appropriée pour qu'ils soient capables de se comporter de manière adéquate avec les touristes francophones.

Dans cette première phase de l'élaboration du programme sur objectifs spécifiques le concepteur du programme doit identifier le public auquel la formation est destinée.

● Identification du public.

Mangiante et Parpette (2004 : 15), précisent que le FOS est marqué avant tout par la diversité de ses publics qui se divisent en trois grandes catégories :

* 1^{re} catégorie : cette catégorie englobe les apprenants qui ont une demande personnelle très précise ou qui suivent la formation de FOS selon la demande de leur employeur. Pour ce type de public, le lien entre la demande de formation et un objectif professionnel s'impose de façon claire ;

* 2^e catégorie : il s'agit des apprenants qui choisissent de suivre une formation offerte par un centre de formation sans projet précis. Ils suivent une formation en français de spécialité pour avoir plus de chances professionnelles dans l'avenir. Dans ce cas, la motivation des apprenants n'est pas liée à un projet précis mais à l'espoir d'un avenir professionnel meilleur ;

* 3^e catégorie : ce sont les apprenants qui choisissent un cours de FOS figurant dans l'offre d'un centre de langue pour faire quelque chose de différent des cours précédemment suivis, ou simplement par goût pour le thème. Le choix n'est pas le résultat d'un besoin objectif.

Ces publics peuvent donc être :

1. Professionnels exerçant un métier : ils suivent une formation de FOS dans le but d'acquérir une compétence de communication en lien étroit avec leur métier ;

2. Étudiants : ils suivent la formation afin d'acquérir une compétence de communication liée aux métiers qu'ils devront exercer à la fin de leurs études.

Leur statut par rapport à la formation est aussi variable. Ils peuvent être :

1. Des apprenants non captifs : ce sont les apprenants qui suivent volontairement la formation.

2. Des apprenants captifs : ce sont les apprenants qui sont obligés de suivre la formation.

Ces paramètres doivent être pris en compte lors de l'analyse des besoins, de la détermination des objectifs et de la construction des activités de la formation.

Notre public visé se compose d'apprenants (étudiants), ils ne sont pas encore engagés dans la vie active et ils apprennent donc le français dans le but d'acquérir une compétence de communication liée aux différents métiers qu'ils sont censés exercer à la fin de leurs études universitaires. Il s'agit d'un public non captif dans la mesure où ils choisissent volontairement de suivre cette formation en français parmi les autres formations proposées dans d'autres langues étrangères. Cela joue un rôle très important dans le déroulement de cette formation étant donné que le libre choix des apprenants peut susciter davantage leur motivation. C'est un public homogène qui apprend son métier en même temps que la langue française. Dans ces conditions, l'enseignement de la langue française s'inscrit « dans une logique

professionnalisante et implique de s'efforcer de faire cohabiter les outils linguistiques nécessaires à la communication professionnelle et les activités propres au domaine de spécialité ». (Carras, Tolas, Kohler, Szilagyi, 2007 : 20).

⇒ Niveau des étudiants : ils sont de niveau débutant, ils n'ont jamais appris le français auparavant. Ces étudiants suivent actuellement, à partir de leur deuxième année universitaire, une formation intensive en français général de 480h, réparti sur 4 semestres¹, c'est-à-dire 11 mois, en même temps que leur formation initiale.

Concernant la formation que nous élaborons, nous souhaitons raccourcir la durée à 8 mois et proposer un programme qui sera composé de deux étapes² :

1. 1^{re} étape : une formation linguistique intensive de 144h (9h hebdomadaires) en français généraliste durant le premier semestre. Elle leur permettra d'acquérir des connaissances de base en français.

2. 2^{ème} étape : une formation intensive en français du tourisme de 336h (pendant le deuxième semestre, 12h par semaine et le semestre d'été, 9h par semaine).

⇒ Lieu de la formation : elle aura lieu à l'université du Yarmouk, c'est-à-dire dans le lieu même de leurs études disciplinaires. En ce cas, les étudiants ne seront pas obligés de se déplacer pour suivre la formation, ce qui est aussi le cas aussi pour les enseignants.

⇒ Durée : les programmes de formations sur objectifs spécifiques se caractérisent généralement par leur urgence étant donné que leur objectif est de faire acquérir le plus rapidement possible une compétence de communication afin de rendre les apprenants aptes à se comporter adéquatement dans les différentes situations de communication liées à un domaine donné.

Concernant notre formation, comme nous l'avons dit, la durée est de 8 mois. Nous disposerons donc d'assez de temps pour cibler les différentes situations de communication dans lesquelles un guide touristique jordanien sera engagé. Nous tenons à souligner, par ailleurs, que nous pouvons introduire, dès la première phase de la formation, généraliste, des situations de communication appartenant au domaine touristique dont le degré de complexité linguistique et discursive sera

¹ En Jordanie, l'année universitaire se compose de 3 semestres : le premier semestre (octobre - fin décembre), le deuxième semestre (février - fin avril) et le semestre d'été (mi juin - fin juillet).

² Pour le nombre d'heures et la durée de la formation, nous sommes obligés pour des raisons académiques, propres au système universitaire jordanien, de faire cette répartition. En réalité, comme cette formation se déroule en même temps que les études disciplinaires des étudiants, les étudiants doivent s'inscrire à d'autres cours liés à leur formation initiale.

accessible à nos apprenants comme, par exemple, la réservation de chambres dans un hôtel, d'un billet d'avion, etc.

⇒ Nombre d'apprenants : le nombre d'apprenants qui suivent la formation joue un rôle très important dans son déroulement. Concernant notre programme, nous retrouverons un nombre idéal de 10 à 15 étudiants par classe. Du point de vue pédagogique, ce nombre d'étudiants permettra aux apprenants de mieux participer au cours et de prendre la parole plus souvent. Il permettra également à l'enseignant de travailler plus la compétence de communication et de se concentrer plus sur les besoins individuels des apprenants.

2. Deuxième étape : Analyse des besoins langagiers des apprenants.

Avec l'avènement des approches communicatives, nous remarquons qu'il y a une importance croissante accordée aux besoins des apprenants et à leurs objectifs ; Les formations de FOS sont également centrées sur l'apprenant et sur la prise en compte de ses besoins dans l'élaboration des programmes de formation. L'apprenant se trouve au cœur de tout processus d'enseignement/apprentissage de langues étrangères. Par conséquent, il s'avère, comme le confirme Porcher (1995 : 23), « logique et indispensable de s'appuyer sur une analyse des besoins de cet élève, de manière à lui proposer un cheminement adéquat d'apprentissage qui lui soit véritablement utile ». En effet, l'analyse des besoins des apprenants, qui est une démarche évolutive tout au long du programme de formation, est liée à la fois, d'après Lehman (1993 : 117), « à la reconnaissance du public comme paramètre de départ et à la communication comme visée de sortie ».

Selon Richterich (1985 : 92), l'expression de *besoins langagiers* fait référence à ce qui est directement « nécessaire à un individu dans l'usage d'une langue étrangère pour communiquer dans les situations qui lui sont particulières ainsi qu'à ce qui lui manque à un moment donné pour cet usage et qu'il va combler par l'apprentissage ».

Courtillon (2003 : 24), attribue au concept de besoins deux sens :

1. « Un sens fonctionnel, général : l'ensemble des savoir-faire à acquérir,
2. Un sens cognitif et affectif, général et adaptable aux cas particuliers : les stratégies à acquérir pour apprendre ».

Le FOS dépend de l'analyse des besoins des apprenants, car son objectif, selon Richterich (1985 : 48), est de :

faire acquérir, en général le plus rapidement possible, des savoirs, savoir-faire et comportements limités mais suffisants, et ceux-là seuls, qui rendent l'apprenant capable de faire face aux situations dans lesquelles il se trouvera, et seulement celles-là, dans sa vie professionnelle.

Par rapport au français général, comme le souligne Lehmann (1993 :115), les apprenants « apprennent DU français et non pas le français ... POUR en faire un usage déterminé dans des contextes déterminés ». Dans ces conditions, le but de l'enseignement/apprentissage n'est pas la maîtrise du système général de la langue, mais d'une compétence de communication, comme le confirme Bérard (1991 : 17), « il s'agit pour l'élève d'apprendre à communiquer dans la LE et donc d'acquérir une compétence de communication ».

En réalité, le FOS s'adresse, comme le soulignent Carras, Tolas, Kohler et Szilagyi (2007 : 7) :

à des publics devant acquérir, de plus en plus rapidement, dans un but utilitaire présent ou futur, un capital culturel et langagier : des savoirs, des savoir-faire et des comportements qui leur permettent de faire face aux situations auxquelles ils seront confrontés dans leur vie universitaire ou professionnelle.

L'enseignement/apprentissage de la langue étrangère est donc fondamentalement défini par son utilité présente ou future. Pour nos étudiants, nous constatons qu'il y a un besoin de compétence en français en lien avec la discipline et la formation linguistique a tout intérêt à l'intégrer.

Porcher (1995 : 23-24) précise qu'il y a deux types de besoins :

1. « Des besoins ressentis » ou « besoins subjectifs » qui constituent les points de départ de tout enseignement/apprentissage de langue étrangère. Ces besoins sont tout simplement les attentes des apprenants, leurs désirs et ce qu'ils souhaitent apprendre. Ils s'expriment, comme besoins ressentis. « Il est nécessaire, pédagogiquement, de connaître ces besoins pour s'appuyer sur eux, puisqu'un enseignement qui ne correspond pas aux souhaits des élèves est le plus souvent voué à l'échec ».

2. « Des besoins dits objectifs » (mesurés par quelqu'un d'autre que l'apprenant comme, par exemple, l'enseignant ou le concepteur de programme) : ces besoins ne dépendent pas des apprenants mais ils sont indispensables à la mise en œuvre d'un enseignement adapté à ces apprenants.

Concernant l'analyse des besoins langagiers des apprenants suivant la formation de français du tourisme, option guide touristique, elle consiste, suivant les dires de Cuq (2003 : 110), à « recenser les situations de communication cibles et les discours qu'elles comportent », car la notion de besoins langagiers « renvoie aux notions de situation de communication et actes de paroles ». Elle sert de référence à la construction du programme d'enseignement qui s'appuie sur la collecte de données authentiques.

Le concepteur du programme de formation sur objectifs spécifiques, en l'occurrence le français du tourisme dans notre cas, essaie, d'après Mangiante et Parpette (2004 : 22), de répondre aux questions suivantes :

A quelles situations du français l'apprenant sera-t-il confronté au moment de son activité professionnelle ou universitaire ? Avec qui parlera-t-il ? A quel sujet ? De quelle manière ? Que lira-t-il ? Qu'aura-t-il à écrire ?

Dans un premier temps, cette analyse peut être faite par une réflexion personnelle de l'enseignant en s'appuyant sur son expérience personnelle, son entourage, l'expérience des apprenants, les méthodes de français existantes ou bien en s'informant auprès de l'organisme demandeur de la formation.

Dans le domaine du tourisme, il nous semble relativement facile de recenser les situations de communication ou les échanges langagiers entre un guide touristique jordanien et un touriste francophone.

En ce qui concerne l'utilisation d'ouvrages de français de spécialité, comme, par exemple, les méthodes du français du tourisme, cela peut prendre, d'après Mangiante et Parpette (2004 : 18), deux formes différentes pour un enseignant :

- Soit celui-ci a affaire à un public non professionnel, dont l'objectif est assez vague, avec lequel il pourra étudier l'ensemble des domaines proposés
- Soit il est confronté à un public professionnel qui ne peut être intéressé que par l'un des métiers du tourisme traité dans la méthode et qui ne verra certainement pas d'un bon œil de travailler sur une thématique d'agence de voyages alors qu'il est employé d'hôtel et vice-versa. Il lui faudra alors limiter son utilisation de la méthode au domaine de son public et compléter ce qui lui est proposé par des activités qu'il construira lui-même.

Concernant notre formation envisagée, comme elle émane d'une demande claire, en lien avec des situations de communication précises, pour un public dûment identifié, le concepteur de programme de formation devra compléter ces méthodes par l'utilisation de documents authentiques répondant aux besoins spécifiques des apprenants.

L'enseignant devra s'interroger également, d'après Carras, Tolas, Kohler et Szilagyi (2007 : 27) sur :

1. Le contexte de la communication : De quel milieu s'agit-il ? De quel secteur d'activité ? A quelle catégorie d'activité a-t-on affaire ?
2. Le rôle et le statut de la communication : communication d'égal à égal ? De supérieur à inférieur ? Etc.
3. Les modalités des contacts : les apprenants auront à communiquer en face à face ? Auront-ils à s'exprimer seuls face à un public ? Communiqueront-ils plutôt en petits groupes ? En grands groupes ? Etc.
4. Les réseaux de communication utilisés : face à face, téléphone, courrier, internet, etc.
5. A quel code seront-ils confrontés en priorité ? Écrit ? Oral ?

Ainsi, selon Richerich (1985 : 87), cité par Cuq et Gruca (2003 :327-328), « l'identification des besoins doit se traduire « en objectifs, en contenus, en actions, en programmes ». Pour ce faire, trois opérations complémentaires et fortement reliées sont indispensables :

1. Identifier les besoins langagiers, c'est recueillir les informations auprès des individus, groupes et institutions concernés par un projet d'enseignement/apprentissage d'une langue étrangère pour mieux connaître leurs caractéristiques ainsi que les contenus et les modalités de réalisation de ce projet ;
2. Formuler des objectifs d'apprentissage, c'est en fonction d'un certain nombre de données permettant de faire ces choix, donner des explications pour justifier ces choix et pour expliquer ou

prescrire ce que les apprenants sont supposés avoir appris à partir de ce que l'enseignant leur aura enseigné ;

3. Définir des contenus d'apprentissage, c'est, en fonction d'un certain nombre de données permettant de faire des choix, donner des informations sur ce que les apprenants sont supposés apprendre tout au long de l'enseignement pour parvenir à des savoirs, savoir-faire et comportements déterminés.

Vu que l'objectif de la formation disciplinaire dispensée au département du tourisme est de former principalement des guides touristiques, nous devons nous concentrer sur les situations de communication auxquelles un guide touristique jordanien sera confronté lors de l'exercice de son métier auprès de touristes francophones.

2. 1. Des besoins autres que linguistiques.

Communiquer avec autrui consiste à connaître et à comprendre les fondements et les déterminants de la culture de l'autre.

L'acquisition d'une compétence de communication, notamment dans un domaine professionnel donné, nécessite la maîtrise de toutes ses composantes (sociolinguistique, stratégique, socioculturelle et interculturelle), comme le confirme Porcher (1995 : 61), « la langue est une réalité sociale qui véhicule la culture. Il est impossible d'accéder à la matière linguistique sans dominer les éléments culturels présents dans la langue ». Par conséquent, l'analyse des besoins ne se limite pas uniquement à la dimension linguistique, mais elle s'intéresse de même à tout l'arrière-plan-culturel qui la structure. Ces éléments culturels ne sont ni visibles ni audibles directement, bien au contraire, ils sont implicites. Par conséquent, la communication entre les individus est un travail de reconnaissance et de décodage visant la compréhension mutuelle. A ce propos, Porcher (1995 : 61) affirme que la capacité à communiquer n'est pas strictement linguistique, « elle doit s'accompagner de savoir-faire culturels et sociaux multiples qui permettent l'insertion dans la société française, sa compréhension ».

Hall (1984 : 14-15), note qu' :

il existe un niveau de culture sous-jacent, caché, et très structuré, un ensemble de règles de comportement et de pensée non dites, implicites, qui contrôlent tout ce que nous faisons. Cette grammaire culturelle cachée détermine la manière dont les individus perçoivent leur environnement, définissent leurs valeurs, et établissent leur cadence et leurs rythmes de vie fondamentaux. Nous sommes, pour la plupart, totalement inconscients ou seulement superficiellement conscients de ce processus.

Comprendre la culture de l'autre est encore plus nécessaire dans un domaine comme le français du tourisme dont le but est de satisfaire le client, de lui rendre un « service » et donc la gestion de l'interculturel est important. En effet, lorsqu'il y a interaction entre un guide touristique jordanien et un touriste francophone, on se trouve dans une situation interculturelle et la maîtrise de ces aspects culturels est fondamentale pour le bon déroulement de cet échange. Comme le souligne Challe (2002 : 122), le français de spécialité ou le FOS « ne peut se travailler sous l'angle

du langage sans envisager d'aborder une dimension culturelle du domaine concerné » qui sert à renforcer, selon Carras, Tolas, Kohler et Szilagyi (2007 : 45) :

la capacité des personnes à observer, analyser tous les aspects du comportement de leurs interlocuteurs étrangers, à en prendre conscience ainsi qu'à en tirer des enseignements afin d'y adapter leur propre comportement.

Mangiante et Parpette (2004 : 25) précisent que les outils de la première phase de l'analyse des besoins, qui permettent de mettre l'accent sur les informations à recueillir, tiennent en quelques questions : « Les apprenants utiliseront-ils le français en France ou chez eux ? La formation linguistique se déroule-t-elle en France ou dans le pays d'origine ? ». Pour notre formation en français du tourisme, elle se déroulera en Jordanie et les apprenants utiliseront le français chez eux dans l'accueil des touristes francophones.

En effet, comme la formation se déroulera sur le terrain d'utilisation de la langue, l'enseignant sera plus au courant des situations cibles et l'analyse des besoins se concevra plus facilement. La proximité pédagogique et culturelle du concepteur de programme avec les situations cibles facilite bien évidemment son travail d'analyse.

- Quelles situations de communication faut-il prévoir par rapport à l'objectif assigné à la formation ? Dans quels lieux, pour quelles actions ? En interaction orale ? Avec quels interlocuteurs ? En lecture ? En écriture ?

- Quelles sont les informations sur le contexte institutionnel ou social à connaître (le fonctionnement de la couverture sociale pour les infirmières, l'organisation des cursus universitaires pour les apprenants, etc.) ?

- Quelles sont les différences culturelles prévisibles ?

2. 2. Exemple d'analyse des besoins langagiers des étudiants jordaniens inscrits au département du tourisme, option guide touristique.

Le français du tourisme s'adresse à toutes les personnes qui souhaitent acquérir des connaissances en français pour leur formation ou leur évolution professionnelle. Il leur permet de faire face à des situations courantes dans le domaine touristique et de mieux maîtriser la compétence de communication. Il correspond à des contenus de formation en langue française pour les personnels qui travaillent dans l'industrie du tourisme et de l'hôtellerie. Selon Larsson (1992 : 54), le but du français du tourisme est « de former un personnel compétent pour l'industrie du tourisme qui, on le sait, ne cesse de se développer en importance économique et sociale ». Dans cette recherche, nous proposons un exemple d'analyse des besoins langagiers des apprenants dans le domaine du guidage touristique.

Le guide touristique est un employé des services touristiques dont la fonction principale est d'accompagner et diriger les touristes dans le cadre d'un circuit touristique. Il doit attirer l'attention des touristes sur les sites et les monuments intéressants, les informer de manière claire et précise sur l'histoire des lieux, la culture locale, etc. Il est censé organiser des activités de groupes, sportives,

récréatives ou culturelles. Il veille au bon déroulement du programme prévu, à la sécurité et au confort des touristes de manière à ce que les touristes apprécient leur voyage. Le guide touristique représente également le pays et l'image qu'il veut donner de sa culture et de son patrimoine. Vu tous ces rôles, on doit assurer une bonne formation à ces guides touristiques afin de donner une image positive de notre pays.

Ses tâches principales sont :

- Représenter son métier, son entreprise touristique ;
- Renseigner ;
- Accueillir les visiteurs ;
- Structurer le circuit et s'informer des attraits touristiques à visiter ;
- Effectuer des recherches sur les particularités historiques, géographiques et culturelles des lieux visités ;
- Composer des commentaires sur les attraits touristiques du circuit ;
- Conseiller/suggérer/orienter les choix en tant que réceptif ou vendeur de produit ;
- Argumenter et négocier ;
- Accompagner et encadrer des personnes ou des groupes en visite touristique locale ;
- Assurer l'animation des groupes de visiteurs ;
- Décrire les sites visités à partir de ses connaissances historiques, culturelles, archéologiques ou à partir des brochures touristiques ;
- Savoir passer de la lecture à l'oralisation des informations ;
- S'occuper des détails administratifs du circuit ;
- Répondre aux questions et aux besoins des visiteurs ;
- Gérer les situations difficiles comme traiter les plaintes, traiter les comportements gênants ou indésirables, répondre aux urgences ;
- Reformuler ;
- Localiser, etc.

Ces situations peuvent déborder du cadre professionnel pour aborder de thèmes plus personnels où l'arrière-plan culturel sera important.

Vu les fonctions et les rôles que le guide touristique jordanien doit accomplir, d'un côté, dans l'accueil et l'accompagnement des touristes et, d'un autre côté, dans la description des sites touristiques et archéologiques, nous pouvons conclure que les besoins en communication orale seront les plus importants.

3. Troisième étape : Collecte des données.

La collecte des données authentiques est la troisième étape de la mise en place d'un programme de formation sur objectifs spécifiques. Dans cette étape, le concepteur de programme entame un travail de terrain afin de confirmer ou infirmer ses hypothèses dans l'étape précédente (l'analyse des besoins). Elle est considérée comme « l'étape la plus spécifique à l'élaboration d'un programme de FOS. C'est en quelque sorte le centre de gravité de la démarche ». (Mangiante et Parpette,

2004 : 46). Le recueil de données authentiques permet au concepteur de programme de s'informer sur les discours qui circulent dans le milieu professionnel ciblé à partir desquels sera constitué le programme de formation linguistique en fonction des données linguistiques et culturelles découvertes.

Afin de recueillir ces données, l'enseignant doit, dans la mesure de ses possibilités, se déplacer, aller sur le terrain, s'informer des discours qui s'y pratiquent, recueillir les écrits professionnels, enregistrer, filmer des séances de la vie professionnelle, effectuer des interviews, etc.

Dans la formation en français du tourisme, le concepteur de programme pourra trouver des données authentiques, après une adaptation nécessaire au contexte jordanien et au niveau des apprenants, dans les méthodes de français du tourisme, dans les sites internet ou bien les compléter en collectant : des brochures touristiques, ou des textes relatifs à l'histoire et à la géographie de la Jordanie. Il pourra également enregistrer ou filmer une visite guidée sur le terrain, effectuer des interviews, d'une part avec des guides touristiques sur leur pratique professionnelle et, d'autre part, avec des touristes français sur leurs représentations de la Jordanie et leurs remarques.

Il nous semble indispensable de souligner que les apprenants du département du tourisme, pour obtenir leur diplôme, doivent effectuer des stages lorsqu'ils sont en troisième ou en quatrième année. Ils auront, par conséquent la possibilité d'être en contact direct avec les touristes francophones et donc être en situation réelle de communication sur les lieux mêmes où se déroulent ces échanges.

Ces données collectées peuvent servir de support à l'élaboration d'activités didactiques : soit utilisées en l'état soit sélectionnées et adaptées en fonction des spécificités, des objectifs et du niveau des apprenants.

L'utilisation des nouvelles technologies de communication et de l'information, comme Internet, peut offrir également des possibilités précieuses de recueil de données à caractère professionnel et de documents authentiques, variés et gratuits. C'est d'autant plus utile lorsque l'accès à ce type de documents est difficile et lorsque les enseignants et les apprenants sont éloignés de l'environnement francophone.

Pour l'apprenant, le multimédia demeure très productif. Il « offre à la fois la possibilité d'une pédagogie différenciée et d'une plus grande autonomisation de l'apprenant ». (Carras, Tolas, Kohler et Szilagy, 2007 : 35). Utilisé à des fins pédagogiques dans l'apprentissage des langues étrangères, le multimédia rend possible une pédagogie active, interactive, différenciée. Elle aide les apprenants à devenir autonomes dans leur apprentissage.

Dans notre recherche, nous utiliserons comme exemples pour l'élaboration des activités pour les guides touristiques jordaniens, des documents authentiques collectés sous forme de brochures touristiques distribuées par le Ministère du Tourisme Jordanien.

4. Quatrième et cinquième étapes : Analyse des données recueillies et élaboration didactique.

L'analyse des données collectées :

constitue une étape à part entière dans le travail mené par le concepteur, compte tenu de la nouveauté de nombreux discours utilisés comme support pédagogiques dans les formations de FOS. Mais l'implication directe des résultats de cette analyse dans l'élaboration des activités conduit à traiter ces deux étapes de façon conjointe. (Mangiante et Parpette, 2004 : 78).

En effet, étant donné que la classe est l'aboutissement de toutes ces démarches, toutes les étapes précédemment décrites doivent se traduire en contenus et donc en programmes, car selon Tagliante (2006 : 18), « les stratégies et les contenus d'enseignement dépendront étroitement de l'analyse préalable des contextes d'utilisation du français ».

A partir des données recueillies et analysées, l'enseignant doit sélectionner les situations de communication à traiter, les aspects culturels à étudier, les savoirs langagiers à développer et construire les activités d'enseignement.

La spécificité des activités élaborées dans les formations FOS se situe, selon Carras, Tolas, Kohler et Szilagy (2007 : 39), à plusieurs niveaux :

* « Les supports utilisés auront été collectés au plus près du terrain ; il s'agira de documents authentiques à caractère professionnel ou spécialisé » ;

* « Les activités choisies s'inscriront dans une pédagogie de la tâche » ; Ces activités doivent préparer les apprenants à s'intégrer au milieu professionnel dans lequel ils exerceront leurs métiers et dans lequel ils doivent être performants. Par conséquent, une pédagogie actionnelle, orientée vers la réalisation de tâches et de projets, leur permet de simuler cette réalité professionnelle et d'acquérir des savoir-faire et savoir-être liés au contexte professionnel.

* « L'enseignant s'efforcera d'autonomiser les apprenants, et de leur fournir des stratégies d'apprentissage » ; les formations sont souvent courtes, il est donc indispensable de fournir aux apprenants des stratégies d'apprentissage leur permettant d'être autonomes dans leur apprentissage.

* « Les compétences feront l'objet d'approches différentes suivant les disciplines ». La discipline visée joue un rôle très important dans les approches élaborées en classe. Pour la compétence lexicale, on notera des variations importantes au niveau du contenu et sur la façon dont ce lexique doit être maîtrisé et utilisé en discours. Les activités didactiques qui visent l'acquisition du lexique varient suivant les domaines concernés.

Dans le but d'aider les apprenants à acquérir une compétence de communication fiable, l'enseignant doit :

1. Veiller, lors de la construction des activités, à développer des formes de travail très participatives afin de favoriser une meilleure pratique de la langue ;

2. S'appuyer prioritairement sur des situations réelles de communication qui favorisent l'échange, la concentration et l'autonomie de l'apprentissage chez les apprenants ;

3. Varier les activités proposées afin de d'attirer davantage les apprenants et de briser la monotonie en classe ;

4. Engager les apprenants dans le choix de certaines situations de communication, dans la construction des jeux de rôles ou des activités de simulation.

⇒ Exemple d'activités didactiques destinées aux étudiants dans le domaine du guidage touristique.

Comme nous l'avons vu lors de l'analyse des besoins, c'est la communication orale qui est la plus importante dans ce type de programme. Ce texte ou cette fiche permet de placer les apprenants face à la réalisation d'une tâche professionnelle spécialisée.

L'objectif de cette activité est double :

1. Linguistique : comprendre un document professionnel, réutiliser les prépositions de lieu et de temps, le futur, le vocabulaire de l'orientation et de la localisation, les formes descriptives, etc. ;

2. Opérationnels : accueillir, se présenter, rassurer, conseiller, localiser, caractériser, expliquer, décrire, informer, élaborer une visite guidée et le cadre technique de la visite.

Béthanie : au-delà du Jourdain³

Longtemps perdue de vue, Béthanie au-delà du Jourdain, où Jean vécut et prêcha au début du 1^{er} siècle après J.C. est également l'endroit où il vivait lorsqu'il baptisa Jésus.

1. Le Mont Elie : Wadi al-kharrar est le nom moderne du site de « safsafas » qui figure sur la carte de la Terre Sainte, en mosaïque du VI^e siècle, et qui se trouve à Madaba. Le lieu est à l'est du Jourdain, juste à l'ouest du village Al-Kafrayn ; il est visible de Jéricho, la célèbre ville à l'ouest du fleuve. A l'entrée de Wadi Al-Kharrar, près du complexe monastique, on montrait aux pèlerins chrétiens une colline d'où le prophète Elie fut emmené au ciel. On peut y voir un sanctuaire qui attirait les pèlerins jusqu'au Moyen Age.

2. Le monastère de Rhotorios : On peut voir ici le monastère grec orthodoxe datant des V et VI siècles, comprenant plusieurs églises et des bâtiments divers, le tout étant entouré de murailles. L'entrée par le mur nord mène au quartier où les moines vivaient. Le complexe est doté d'un bon système de canalisations.

³ Il s'agit d'un dépliant touristique distribué par The Jordan Tourism Board.

3. L'église nord : Elle possède deux sections : le chœur et la nef. Elle a deux entrées, l'une par le mur nord et l'autre par le mur ouest. L'église se distingue par un texte en grec, inscrit dans un parterre en mosaïque. Le sol était couvert de mosaïque colorée placée dans un cadre, avec des marques de croix illustrées de motifs géométriques.

4. L'église ouest : Elle consiste en deux parties. Dans la première, une abside semi-circulaire découpée dans la roche naturelle, et située sous le bassin qui se trouvait au nord-ouest. L'abside comprenait des niches à lampes creusées dans la pierre des murs sud et ouest. Les restes des fondations de la porte du chœur, en face de l'abside, peuvent encore être vus. La deuxième partie de l'église est faite de quatre bases de colonnes construites en blocs de grès bien taillés, créant ainsi une nef et deux bas-côtés.

5. La salle de prière : Elle est le plus ancien lieu de prière du site, datant d'avant le IV^e siècle après J.C. Elle est située près de l'angle sud-est de Tell-Al-Kharrar. La méthode de construction et l'emplacement laissent à penser que la structure servait de salle de prière au tout début de la période byzantine.

6. L'église de Jean-Paul II : Elle fut construite au V et VI siècles et était utilisée pour la prière. Elle possède un sol en mosaïque avec des décorations en forme de croix et des arches dont une fut reconstruite. Cette église reçut le nom de sa Sainteté le Pape Jean-Paul II afin de commémorer sa visite du site le 21 mars 2000.

7. L'ancienne piscine : Une grande piscine fut mise à jour lors des fouilles dans la zone basse de Béthanie. Cette piscine mesure 20 / 10 mètres. Elle aurait servi à des baptêmes de groupe à la période byzantine, car elle pouvait contenir 300 personnes.

8. La source de Jean-Baptiste : C'est le lieu où le Christ fut baptisé par Jean-Baptiste. Cette source jaillissait d'un point situé près de Tell Mar Elias et arrivait jusqu'à l'église de Saint Jean-Baptiste. L'eau de la source fut utilisée comme eau potable et on s'en servait pour baptiser. Plusieurs structures et piscines furent construites le long du trajet que parcourait cette eau douce.

⇒ Analyse :

Ces données sont des informations permettant aux étudiants d'être au courant des textes spécifiques concernant la description des sites touristiques à partir desquels ils pourront élaborer un circuit de visite guidée. Dans ce type de textes, l'utilisation de la description, des prépositions de temps et de lieu sont fréquentes, cela nous permettra de travailler sur ces aspects en classe de langue, notamment parce que le travail de guide touristique exige la maîtrise de ces aspects et de ces compétences. Ce type de textes entraîne également les apprenants à passer de la lecture à l'oralisation de l'information, surtout que le guide doit, par ses propres connaissances, recherches ou par les documents officiels, préparer les informations historiques, archéologiques et culturelles à transmettre aux touristes.

⇒ Déroutement de l'activité :

Activité I : Relever les expressions pour indiquer le temps et le lieu.

- Expressions du temps : au début du 1^{er} siècle, après J.C, au moyen-âge, datant des, etc.

- Expressions du lieu : se trouve, à l'est, à l'ouest, à l'entrée, etc.

Cet exercice permet de retenir et de réinvestir ces expressions qui sont utiles au guide touristique et sont fréquemment utilisées.

Activité II : Repérer les verbes au passé simple et les transformer au passé composé.

Exemples : vécut (a vécu), prêcha (a prêché), elle fut construite (elle a été construite), etc.

Cette activité permet aux apprenants de mieux maîtriser la forme orale de la langue et de prendre conscience des différences de fonctionnement entre l'oral et l'écrit.

En effet, le passé simple est utilisé surtout à l'écrit tandis que le passé composé est utilisé notamment à l'oral en face à face.

Activité III : Relever les formes descriptives et celles qui mettent en valeur le site.

Exemples : perdue de vue, se distingue par, étant entouré de, etc.

Cette activité permet aux apprenants de réemployer ces formes dans la description d'autres sites touristiques.

Activité IV : Lexique

Les apprenants doivent connaître un vocabulaire spécifique approprié qu'ils utiliseront dans leur métier de guide touristique comme, par exemple le vocabulaire spécifique servant à la description d'une Eglise (nef, chœur, mosaïques, sanctuaire, monastère, abside, etc.). Ils peuvent acquérir ce lexique à travers le plan d'une église où ils doivent reconnaître ses parties.

Activité V : Répondre aux questions des touristes

Exemple d'exercice : le guide ne doit pas seulement présenter un monument, commenter une visite. Il doit aussi répondre aux questions des touristes. Lisez les informations et répondez à sa place de la façon la plus complète possible :

- Pourriez-vous me montrer où se trouve la ville de Jéricho ?
- Pourquoi appelle-t-on ce lieu le Mont Elie ?
- Quelle est la date de la construction de l'église de Rhotorios ?
- Comment peut-on savoir que c'est une salle de prière ?
- Pourquoi appelle-t-on cette église l'église de Jean-Paul II ?
- Etc.

- Vous pouvez utiliser des formes comme, devant vous, à votre gauche, à votre droite, comme vous le savez, etc.

Activité VI : Indiquer un itinéraire

Cette activité permet de réinvestir le travail sur le savoir-faire *localiser*, qui doit être étudié dans la première partie du programme. Elle sert comme activité de compréhension du texte à caractère professionnel et permet aussi un travail sur les prépositions de lieu, les verbes de mouvement et le vocabulaire de la localisation et de l'orientation.

- A l'aide du plan du site qui se trouve dans la brochure distribuée aux apprenants, on peut leur demander de retrouver l'itinéraire indiqué pour ce circuit et de le donner à l'oral.

Activité VII : présenter un circuit

Cette activité a trois objectifs : le travail de la syntaxe, le réemploi du futur et le passage d'un texte écrit au discours oral.

- Les informations sont sous forme du texte écrit. Utilisez la 2^e personne de politesse en s'adressant aux touristes.

Activité VIII : Elaboration d'un circuit

Cet exercice met les apprenants en situation de réalisation d'une tâche professionnelle. On leur demande d'effectuer une extension du texte.

- Par groupe de deux, élaborer un circuit pour visiter ce site. Il comporte les mêmes lieux

que le circuit 1 et en plus :

- Visite d'autres lieux dans le site comme, par exemple, les caves, l'église Saint Jean-Baptiste ;
- Visite d'un magasin de souvenirs ;
- Un arrêt dans un restaurant pour déguster les spécialités jordaniennes.

C'est un exercice présenté à l'oral sous forme de visite guidée. Il faut veiller au réemploi du vocabulaire déjà acquis dans la formation et à ce que les éléments ajoutés soient bien ordonnés pour que le circuit soit logique.

Activité IX : Le cadre technique

Cet exercice place les apprenants dans la réalisation d'une tâche professionnelle.

A. Le circuit N° 1 est d'une durée de 4h 30 minutes. Pour accompagner les touristes lors d'un circuit, le guide prépare une fiche (le cadre technique). Complétez le cadre technique du circuit N° 1 : Mettez les éléments manquants de la colonne « arrêts et visites proposées ».

Circuit N° 1 :

Départ de l'hôtel *Belle vue* d'Amman à 8h. Arrivée sur le site à 8h50.

Arrêts et visites proposés	Durée des arrêts et des visites	Horaires
Le Mont Elie	20 mn	9h
Le monastère de Rhotorios	15 mn	9h 25
L'église nord	15 mn	9 h 45
L'église ouest	15 mn	10 h 05
	10 mn	10h 25
	20 mn	10h 40
	10 mn	11h 5
La source de Jean-Baptiste	15 mn	11h 20

Départ du site à 11h 40. Arrivée à l'hôtel Belle vue d'Amman à 12h 30.

B. Sur ce modèle, préparez le cadre technique du circuit 2 que vous avez fait lors de l'activité IX. Ce circuit a une durée de 6h 50 minutes.

Circuit 2 :

Départ d'Amman à 8h. Arrivée sur le site à 8h50.

Arrêts et visites proposés	Durée des arrêts et des visites	Horaires
Le Mont Elie	20 mn	9h
Le monastère de Rhotorios	15 mn	9h 25
L'église nord	15 mn	9h 45
L'église ouest	15 mn	10h 05
La salle de prière	10 mn	10h 25
L'église de Jean-Paul II	20 mn	10h 40
L'ancienne piscine	10 mn	11h 5
La source de Jean-Baptiste	15 mn	11h 20
Les caves	15 mn	11h 45
L'église st Jean-Baptiste	15 mn	12h 05
Un magasin de souvenir	30 mn	12h 25
Un restaurant	1 h	13h

Départ du site à 14h. Arrivée à l'hôtel Belle vue d'Amman à 14h 50.

Activité X : Réappropriation.

Cet exercice peut être proposé comme devoir à la maison. Distribuer aux apprenants une brochure touristique concernant un site touristique en Jordanie comme Pétra, par exemple, ou d'autres villes. On leur demande de souligner les éléments qui peuvent être utiles pour présenter rapidement le site choisi au cours d'une visite guidée.

- On peut leur demander d'enregistrer leur explication, commentaire et les faire écouter à l'ensemble de la classe pour une éventuelle utilisation à des fins didactiques. On peut aussi leur demander d'imaginer un dialogue avec des touristes francophones, tout en utilisant les formes étudiées dans le premier texte.

La construction des activités pour la classe de français du tourisme doit s'intéresser à la réalisation des tâches professionnelles à travers des jeux de rôle et des activités de simulation sur objectifs spécifiques telles que l'hôtel, le restaurant, etc. Ces activités, qui imitent ou reproduisent la réalité, permettent aux apprenants de se rapprocher de la réalité des tâches qu'ils auront à effectuer dans leur futur travail.

Conclusion.

Le français sur objectifs spécifiques est né du souci d'adapter l'enseignement du FLE à des publics adultes souhaitant acquérir ou perfectionner des compétences en français pour faire face aux situations de communication dans lesquelles ils pourront se trouver ultérieurement. Il « constitue aujourd'hui un domaine distinct (mais non autonome méthodologiquement parlant) dans le territoire couvert par la didactique des langues » (Holtzer, 2004: 9). Les demandes de formations pour ces publics bien identifiés ayant des objectifs et des besoins précis, constituent une part importante de l'activité des établissements de formation des publics adultes.

L'objectif des formations sur objectifs spécifiques n'est pas la maîtrise de la langue en soit, mais l'accès à des savoir-faire langagiers et à des savoir-être liés à des situations de communication professionnelles dument identifiées.

Les étudiants jordaniens inscrits au département du tourisme et qui suivent la formation linguistique en français constituent un public spécifique dans le domaine de FLE. Ils représentent un cas particulier en FOS pour plusieurs raisons, parmi lesquelles :

1. Ils ont des besoins précis : l'acquisition de capacités langagières et culturelles précises liées à leur discipline et que la formation linguistique doit intégrer ;
2. Ils doivent travailler dans des métiers liés au domaine touristique.

Dans cette recherche, nous avons mis l'accent sur la problématique du FOS qui nécessite une analyse de la situation (demande/offre), du public et de tous les

paramètres qui doivent être pris en compte lors de l'analyse de la situation. Elle implique également une analyse des besoins langagiers des apprenants, puis une collecte des données authentiques, ensuite un traitement et une didactisation de ces données pour arriver enfin à la construction des activités didactiques pour la classe.

Nous avons confirmé que la formation linguistique actuelle suivie par les étudiants jordaniens n'est pas du tout adaptée à leur situation puisqu'elle ne tient pas compte de leurs besoins et de leurs objectifs. Nous nous demandons alors pour quelles raisons il n'existe pas encore de programme de FOS mis en place au département de français adapté à ce nouveau public ?

Nous avons proposé dans ce travail de recherche une analyse détaillée de la démarche à suivre lors de l'élaboration d'un programme de FOS, tout en l'adaptant au contexte jordanien. L'objectif de ce travail est l'établissement effectif d'un programme de français du tourisme destiné aux étudiants jordaniens désirant suivre une formation en français. En fait, comme il s'agit pour l'instant d'un projet conçu pour être réalisé ultérieurement au département de langues modernes, il nous semble indispensable de souligner que ce programme pourra être expérimenté et complété lorsque le programme de formation sera mis en place.

Assurer une bonne formation linguistique en français aux étudiants leur offre beaucoup de perspectives professionnelles et attire donc de plus en plus d'étudiants souhaitant apprendre cette langue qui sera considérée comme langue du pain.

Pour conclure, nous tenons à mentionner que le FOS est considéré comme un atout pour développer l'enseignement du français en Jordanie et nous croyons que l'enseignement du français dans les universités jordaniennes doit nécessairement s'orienter vers le FOS pour répondre aux besoins du marché du travail au niveau linguistique, culturel et professionnel dans les différents domaines (tourisme, affaires, etc.).

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ARCHIBADL, J. (2006) : « la maîtrise de la langue professionnelle », in *le français dans le monde*, n°346, Clé international, Paris, 29-31.
- BEACCO, J.-C, LEHMANN, D. (eds), (1990) : « Publics spécifiques et communication spécialisée », in *le français dans le monde*, n° spécial, Hachette, Paris.
- BERARD, E. (1991): *L'approche communicative : Théorie et pratiques*, Clé International, Paris.
- BERCHOUD, M.-J, ROLLAND, D. (2004) : « Français sur objectifs spécifiques : de la langue aux métiers », in *le français dans le monde*, n° spécial, CLE International, Paris.
- BINON, J., VERLINDE, J. (2004) : « L'enseignement/apprentissage du vocabulaire et la lexicographie pédagogique du français sur objectifs spécifiques (FOS) : le domaine du français des affaires », in *Etudes de Linguistique Appliquée*, n°135, Didier, Paris, 271-284.
- CARRAS, C. TOLAS J., KOHLER P. SZILAGYI E. (2007): *Le français sur Objectifs Spécifiques et la classe de langue*, CLE International, Paris.

- CELOTTI, N., MUSACCHIO, M.-T. (2004) : « Un regard diachronique en didactique des langues de spécialité », in *Etudes de Linguistique Appliquée*, n°135, Didier, Paris, 263-270.
- CHALE, O. (2002): *Enseigner le français de spécialité*, Economica, Paris.
- COURTILLON J. (2008): *Elaborer un cours de FLE*, Hachette, Paris.
- COSTE, D. (1977) : « Analyse des besoins et enseignements des langues étrangères aux adultes : A propos de quelques enquêtes et de quelques programmes didactiques », in *Etudes de Linguistique Appliquée*, n°27, Didier, Paris, 51-77.
- CUQ, J.-P. (2003): *Dictionnaire de didactique du français. Langue étrangère et seconde*, CLE International, Paris.
- CUQ, J.-P., GRUCA, I. (2003) : *Cours de didactique du français langue étrangère et seconde*, PUG, Grenoble.
- DENNERY, M. (1999): *Piloter un projet de formation. De l'analyse de la demande au cahier des charges*, ESF éditeur, Paris.
- EURIN, S., HENAO, M. (1992) : *Pratiques du français scientifique*, Hachette, Paris.
- HALL, E. (1984) : *La danse de la vie - Temps culturel, temps vécu*. [1983] Seuil, Paris. Paris.
- HOLTZER G. (2004): « Du français fonctionnel au français sur objectifs spécifiques : Histoire des notions et des pratiques », in *le français dans le monde*, n° spécial « Français sur objectifs spécifiques : de la langue aux métiers », CLE International, Paris, 8-24.
- LARSSON, B. (1992) : « Enseigner quel français du tourisme », in *le français dans le monde*, n° 247, Hachette, Paris, 54-58.
- LEHMANN, D. (1993) : *Objectifs spécifiques en langue étrangère*, Hachette, Paris.
- LERAT, P. (1995) : *Les langues spécialisées*, PUF, Paris.
- MANGIANTE, J.-M., PARPETTE, C. (2004): *Le Français sur Objectif Spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*, Hachette, Paris.
- MOURLHON-DALLIES, F. (2006) « La langue des métiers, penser le français langue professionnelle », in *le français dans le monde*, n°346, Clé International, Paris, 25-28.
- MOURLHON-DALLIES, F. (2008): *Enseigner une langue à des fins professionnelles*, Didier, Paris.
- PORCHER, L. (1976) : « Monsieur Thibault et le Bec Bunsen », in *Etudes de Linguistique Appliquée*, n°23, Didier, Paris, 6-18.
- PORCHER, L. (1977) : « Une notion ambiguë, les besoins langagiers », in *Cahiers de CREFLEF*, n° 3, Université et CRDP, Besançon, 1-12.
- PORCHER, L. (1978) : « Interrogation sur le public : la langue, la formation », in *Etudes de Linguistique Appliquée*, n° 30, Didier, Paris, 4-17.
- PORCHER, L. (1995): *Le français langue étrangère*, Hachette, Paris.
- RICHTERICH, R., CHANCEREL, J.-L (1977) : *l'identification des besoins des adultes apprenant une langue étrangère*, Paris, Hatier.
- RICHTERICH, R. (1985) : *Besoins langagiers et objectifs d'apprentissage*, Hachette, Paris.
- TAGLIANTE, C. (2006): *La classe de langue*, CLE International, Paris.
- VIGNER, G. (1980) : *Didactique fonctionnelle du français*, Hachette, Paris.