

# La culture dans l'élaboration d'une méthode de français du tourisme

FRANCIS CARTON

Université de Nancy 2

Centre de recherche et d'applications pédagogiques en langues (CRAPEL), France

La méthode *Vacances cubaines* a été conçue par une équipe d'enseignants-chercheurs du CRAPEL (Université de Nancy 2) et de formateurs cubains de l'École des hautes études d'hôtellerie et de tourisme de La Havane, dans le but de rendre plus efficace l'apprentissage du français dans le réseau de formation cubain des professionnels du tourisme (FORMATUR).

## ***I. Principales options méthodologiques***

### **I.1. Modularité et progressions variables**

Les 50 métiers du tourisme recensés à Cuba ont fait l'objet d'une analyse systématique par tâches langagières. Celles-ci ont été ensuite regroupées en ensembles qui forment des modules d'apprentissage indépendants les uns des autres, eux-mêmes regroupés en trois ensembles de métiers : fonctions d'animation (guides, animateurs...); relations avec la clientèle (vente, relations publiques...); fonctions de service (service en chambre, restauration, chauffeurs, sécurité...).

L'approche modulaire consiste à faire abstraction, pour l'organisation des contenus, du niveau de compétence linguistique : il s'agit, au sein de chaque module, de progresser vers une compétence professionnelle plus grande en français. Chacun travaille donc directement les aspects du métier qui le concernent, et ne travaille que les compétences qui lui sont nécessaires : il s'agit d'apprendre à faire son travail en français.

La méthode ne préétablit aucune progression, ni entre modules, ni à l'intérieur même des modules, où le travail en compréhension est séparé du travail en expression. En effet, les rôles du client et ceux du professionnel n'étant pas les mêmes, ce que doit apprendre ce dernier en compréhension ne coïncide pas avec ce qu'il doit apprendre en expression. Cette approche permet une réactivité efficace et une adéquation étroite aux demandes de formation, ainsi qu'aux conditions de travail imposées par la formation professionnelle (peu de temps disponible, hétérogénéité des élèves).

### **I.2. Orientation sur l'apprentissage plutôt que sur l'enseignement**

Les modules sont autosuffisants et peuvent être mis en œuvre directement par les apprenants, s'ils le souhaitent, sans qu'il y ait obligatoirement médiation d'un enseignant. Cette orientation entraîne les exigences suivantes :

- la réalisation de chaque activité est prévue et présentée dans son entier : désignation et justification d'un objectif clair d'apprentissage, préparation si elle est nécessaire (lexicale, grammaticale, fonctionnelle), mode de réalisation, évaluation (fourniture ou réflexion sur les critères linguistiques, communicatifs, culturels), corrigé ;

- les consignes sont explicites, s'adressent aux apprenants (en langue maternelle), et décrivent en détail les modes de réalisation des exercices.

### **I.3. Développement de la compétence d'apprentissage**

Corrélativement à cette possibilité d'apprentissage autodirigé que donne la méthode, celle-ci vise à fournir aux élèves le moyen de perfectionner leurs capacités à apprendre (phases Apprendre à apprendre).

### **I.4. Pédagogie à géométrie variable**

Les formes de travail sont suffisamment souples pour permettre la mise en place, en fonction des caractéristiques des élèves présents et de leurs objectifs d'apprentissage, des moments de travail individuel, de travail à deux ou en petits groupes, ou de travail en grand groupe, de travail avec ou sans enseignant.

### **I.5. Adaptabilité des ressources et des supports pédagogiques fournis**

Les décisions pédagogiques n'y étant pas figées, la méthode se présente comme un ensemble de ressources (activités, supports constitués essentiellement de documents authentiques et ressources méthodologiques) parmi lesquelles chaque enseignant ou apprenant peut sélectionner et construire son programme, en ayant la possibilité d'y ajouter ce dont il peut avoir besoin et qui ne s'y trouve pas. *Vacances cubaines* est ainsi un matériau d'apprentissage adapté (produit d'une analyse approfondie des besoins et des attentes dans le domaine professionnel, ce que les professions attendent comme compétences, ce que chaque apprenant veut savoir faire dans sa future prise en charge de son rôle de professionnel), en même temps qu'il est adaptable, c'est-à-dire utilisable dans de nombreuses situations d'enseignement, par différents types d'apprenants.

## ***II. Dimensions culturelles***

### **II.1. Définition des contenus d'apprentissage et dimensions interculturelles**

La méthode a été élaborée par une équipe de 3 Cubains formateurs en français du tourisme et 4 Français familiers de Cuba et des spécificités de l'industrie touristique dans ce pays. Outre que cette collaboration a permis une adéquation étroite aux demandes de formation, elle a placé d'emblée le travail dans une perspective interculturelle.

### **II.2. Dimensions culturelles du perfectionnement professionnel en français : problématique**

L'identité des élèves peut se définir dans deux dimensions :

- l'*identité sociale* caractérise la personne publique assurant des tâches définies par son statut professionnel (serveur, réceptionniste, vendeur, guide...);

- ***l'identité personnelle***, issue de l'histoire sociale et psychologique de l'individu, rend celui-ci unique. C'est cette identité personnelle qui fait que chacun interprète son rôle à sa façon (et le « négocie » avec autrui au sein des interactions professionnelles), à partir de l'idée qu'il se fait de son métier et de l'image qu'il souhaite donner de lui-même.

À ces deux dimensions de l'identité, il faut ajouter la caractéristique « apprenant », qui détermine le statut spécifique, les attitudes et les comportements qu'adopte la personne en formation.

### ***L'identité professionnelle***

Une méthode comme *Vacances cubaines* vise à perfectionner la compétence communicative, linguistique et culturelle des élèves. Le statut de serveur, de guide, de réceptionniste peut être défini en termes de tâches régies par des règles socioculturelles, c'est-à-dire de devoirs (être au service du client, par exemple), mais aussi de droits (être respecté, par exemple). La compétence communicative consiste dans la capacité à assumer les rôles liés au métier.

Mais client et professionnel peuvent avoir des représentations différentes des droits et devoirs liés à leur statut, si bien que des ajustements sont souvent nécessaires. Ces ajustements (on parle de « négociation » des rôles) s'accomplissent au sein des prises de contact et des interactions : *réagissant aux signaux langagiers et non langagiers que m'adresse mon partenaire communicatif et qui me fournissent une certaine image de la façon dont il joue son rôle, je manifeste, à mon tour, par mon comportement la façon dont moi-même je souhaite jouer le jeu.*

Ce qui est vrai dans des interactions endoculturelles l'est encore plus dans le cas de métiers comme ceux du tourisme, exercés au contact de personnes venant de pays étrangers. Par exemple, la notion d'efficacité pour un serveur, ou de compétence pour un guide, ou l'image que l'on se fait d'un animateur « sympa », peuvent être très différentes d'un pays à un autre, d'un type de touriste à un autre. Le développement d'une compétence interculturelle devient alors crucial. Cette compétence interculturelle peut être définie comme la capacité à être sensible aux différences, à observer, à essayer de comprendre, et enfin à s'adapter. En termes de formation professionnelle, il faut prendre en compte le fait que la réussite de l'ajustement mutuel entre client et professionnel est à la charge de celui-ci. Le « client étant roi », le but du professionnel doit être de satisfaire le client. Le client n'est d'ailleurs roi que jusqu'à un certain point, et un professionnel doit être capable aussi de remettre un client à sa place si son comportement excède les limites permises par son statut (comportements que l'on qualifie de *sans gêne, grossièreté, culot...*).

### ***L'identité personnelle***

La compétence communicative doit être, en outre, définie à un autre niveau qu'à celui de la compétence professionnelle, qui est celui des modalités de prise en charge individuelle des différents rôles professionnels. Chaque

élève possède une personnalité propre, et peut choisir d'être, en français, un barman ou une femme de chambre bavards ou réservés, ou un guide qui s'intéresse ou non à la vie personnelle de «ses» touristes, qui parle de façon normée, qui aime les contacts personnels, qui adopte un style jeune, qui est ponctuel, réservé, extraverti, souriant, etc. Chaque professionnel doit ainsi pouvoir définir une prise en charge personnalisée de son rôle professionnel : sa méthodologie ; et les formateurs doivent viser pour chaque élève la capacité de se déterminer face à chaque touriste en étant conscient de son comportement.

La problématique est complexe : les partenaires d'une interaction exoculturelle peuvent s'interroger sur ce qui, chez l'autre, relève de la personne (trait de caractère, identité personnelle) et ce qui relève de la culture (trait social). Dans le cas qui nous occupe : les personnels des hôtels, les guides, les chauffeurs, les vendeurs, etc., sont pour les touristes, les premiers, voire les principaux, représentants du pays qu'ils visitent, si bien que les touristes vont avoir tendance à interpréter les comportements de ces représentants particuliers du pays comme des traits typiques. Par exemple, ils diront non pas *ce serveur est envahissant*, mais *les Cubains sont envahissants*. Du point de vue de la formation professionnelle, il est important que les élèves aient conscience de cette représentativité qu'ils vont avoir, et apprennent à faire la différence entre ce qui, dans leur comportement, est culturellement déterminé et ce qui relève de leur personnalité propre. En même temps, les touristes veulent pouvoir les identifier comme des Cubains, pas seulement comme des professionnels : derrière le professionnel, beaucoup de Français peuvent apprécier de pouvoir rencontrer un représentant de la culture cubaine, et, au-delà encore, une personne. Les modules dits de «socialisation» de la méthode *Vacances cubaines* visent à répondre à cette exigence.

### **II.3. Mise en application de ces problématiques dans *Vacances cubaines***

Voici quelques-uns des aspects méthodologiques, mis en place dans *Vacances cubaines*, qui tentent de répondre aux problèmes évoqués ci-dessus.

1. Le développement des compétences dont il a été question, aussi bien dans la dimension professionnelle que dans la dimension personnelle, ne peut se faire de façon théorique, mais en observant et en participant à du discours réel, à des interactions réelles (réalistes). Les documents fournis par la méthode sont conçus, non pas comme des ensembles fermés de formulations définies à l'avance, en référence à des déroulements communicatifs canoniques, modélisés, identiques pour tous les apprenants, mais comme des ensembles ouverts, larges et variés : chaque apprenant doit pouvoir y retrouver les caractéristiques communicatives des situations travaillées, et déterminer individuellement le comportement qu'il souhaite adopter, en tant que personne. En effet, pour que la compétence communicative ne soit pas étroitement fonctionnelle (formulations stéréotypées), l'apprenant doit pouvoir repérer,

en quantité suffisante, à travers des documents réalistes et non stéréotypés, les éléments langagiers et les comportements obligatoires (qui permettent de réaliser la tâche professionnelle visée), et ceux qui relèvent d'une façon personnelle de la prendre en charge. C'est pourquoi les documents sont authentiques ou réalistes, présentent une grande variété de locuteurs et sont fournis en grande quantité (8 heures d'enregistrements avec leurs transcriptions).

2. En matière d'acquisition de connaissances sur la France et les Français, une rubrique dans chacun des modules intitulée *S'informer: nous et les autres* a pour but de fournir les informations nécessaires pour traiter les situations abordées. Ces informations sont de différentes natures :

- connaissance, directement utile pour les professionnels concernés, des habitudes différentes des Français en matière de tourisme, de transports, de loisirs, etc.;
- connaissance, à travers le résultat d'enquêtes, des attentes et représentations des clients. Par exemple, pour un guide, ce qu'attendent les Français d'un guide touristique (compétence professionnelle, linguistique, attitudes, ponctualité...). Par exemple encore, avoir une idée sur les attentes des clients en matière de service hôtelier (restauration, confort, propreté, bruit...) est nécessaire pour pouvoir répondre de façon adéquate aux éventuelles plaintes et réclamations;
- connaissance de la perception que peuvent avoir les Français de Cuba, utile, par exemple, dans les conversations où l'on passe du temps à comparer les pays entre eux.

L'acquisition de ces connaissances se fait dans une perspective comparatiste, dans un aller-retour entre les représentations et les valeurs exprimées par les élèves et celles qui sont attribuées aux clients français. Il est, en outre, proposé aux élèves d'apprendre à s'informer par eux-mêmes (des activités spécifiques sont prévues pour prendre conscience de ce sur quoi il est important de se tenir informé, des ressources documentaires locales, et des manières efficaces de les exploiter) : aucune méthode ne peut en effet prétendre être exhaustive, et le tourisme est en constante évolution.

3. L'acquisition d'une compétence interculturelle, définie comme la capacité à observer, à comprendre, et à ajuster ses comportements, fait, elle aussi, l'objet d'activités spécifiques.