

Communication professionnelle et approche interculturelle

Esmeralda KROMIDHA¹

Abstract

The article deals with the best way of drawing up a curriculum for French for tourism which should include linguistic and cultural elements enabling future professionals to properly communicate with French tourists. To establish the components of the curriculum, the authors reviewed various sources such as: the results of a survey among professionals concerning their tasks and the difficulties they were faced with when accomplishing such tasks, university curricula for future tourism specialists, curricula of trainings provided by the Chamber of Commerce, textbooks of French for tourism and anthropological studies. The curriculum thus drawn up contains various communicative activities starting from exercises and ending with face-to-face communication whose all levels (verbal, para-verbal and non-verbal) are taught and examined.

Keywords: curriculum, French for tourism, verbal and non verbal communication, intercultural communication

Didactique des langues et interculturel

La mondialisation des marchés économiques et le flux croissant des populations qu'elle engendre amènent de plus en plus les individus à communiquer à l'échelle planétaire, à rencontrer, échanger, vivre et travailler avec des interlocuteurs issus de contextes linguistiques et socioculturels extrêmement variés. Se former à ces rencontres, à ces échanges, à ces coopérations, à ces conflits est une tâche qui nous concerne tous. Dans ce contexte, enseigner une langue étrangère ne se limite pas à transmettre un savoir formel grammatical ou lexical. Il doit finalement permettre de mieux comprendre l'autre, de mieux communiquer avec l'autre. Il doit donner aux étudiants, futurs professionnels, des supports multiples et variés pour comparer, opposer les spécificités, dépasser les préjugés, démonter les mécanismes d'exclusion, s'adapter et aussi acquérir un discours professionnel et social efficace. Dans une démarche interculturelle, parler une langue étrangère c'est parler la culture de cette langue et de toutes ces générations d'êtres humains qui, au fil des siècles, l'ont tissée, se différenciant par là même de toute autre culture.

La conscience interculturelle fait partie des compétences générales mentionnées par le *Cadre européen commun de référence pour les langues (CECR)*, à acquérir par tout apprenant de langue étrangère. Dans le cadre de l'enseignement/apprentissage d'une langue étrangère, l'interculturel doit être pensé en tant qu'outil pour appréhender la langue/culture cible et pour être capable

¹ Université de Tirana, Albanie, aldanushi@yahoo.fr

d'interagir avec des locuteurs natifs. Dans cette perspective, la seule compétence linguistique ne suffit plus: l'apprenant doit mobiliser des compétences spécifiques. Celles-ci sont mentionnées dans le CECR sous l'intitulé «Aptitudes et savoir-faire interculturels » (5.1.1.3) et comprennent:

- la capacité d'établir une relation entre la culture d'origine et la culture étrangère;
- la sensibilisation à la notion de culture et la capacité de reconnaître et d'utiliser des stratégies variées pour établir le contact avec des gens d'autres cultures;
- la capacité de jouer le rôle d'intermédiaire culturel entre sa propre culture et la culture étrangère et de gérer efficacement des situations de malentendus et de conflits culturels;
- la capacité à aller au-delà de relations superficielles stéréotypées.

A condition que ceci s'inscrive dans une perspective communicationnelle, la dimension interculturelle d'une langue se justifie alors pleinement à travers les composantes sociolinguistique et socioculturelle de la compétence de communication, définies par Claes comme étant « l'habileté à interpréter et à utiliser différents types de discours en fonction des variables de la situation de communication » et « la connaissance de la culture de l'interlocuteur. » [2]. Toujours selon Claes, cette capacité à respecter les règles régissant l'usage de la langue dans la situation de communication où l'on se trouve, constitue précisément la « dimension interculturelle de la compétence de communication » et se révèle indispensable dans le cadre d'une rencontre interculturelle, d'une ouverture à l'Autre. En effet, pour communiquer et interagir avec les membres de la culture cible, la seule compétence linguistique ne suffit pas, il faut aussi mobiliser une « compétence culturelle ». Christian Puren la définit comme un ensemble de capacités relevant à la fois « des connaissances, des représentations (prise en compte de l'image que l'on se fait de cette culture, et de l'image que ses membres se font de leur propre culture), des comportements (prise en compte des normes régissant les manières d'agir avec les autres dans cette culture), des conceptions (objectifs et normes régissant les manières d'agir avec les autres dans cette culture), des valeurs (prise en compte des grands principes philosophiques, religieux, éthiques, esthétiques des membres de la culture étrangère). »[6 : 128]

En effet, dans le cadre de l'enseignement/apprentissage du FLE, la compétence interculturelle s'inscrit dans les courants actuels de l'approche communicative et de la perspective actionnelle, où les apprenants deviennent de véritables acteurs sociaux, capables de communiquer en situation réelle, en fonction de la situation de communication afin de pouvoir interagir et surtout agir avec des locuteurs natifs. Cependant, pour amener les apprenants à développer et à

acquérir une véritable compétence interculturelle, l'apprentissage de la langue doit suivre les orientations d'une pédagogie interculturelle.

Comment tout cela se traduit-il dans le domaine de la didactique des langues-cultures pour une communication professionnelle? Quels moyens sont mis à disposition des apprenants pour permettre ce processus d'ouverture aux autres cultures dans le but d'une grande efficacité de communication dans le milieu du travail ? Nous nous interrogerons ici sur les possibilités d'appréhender l'interculturel pendant l'enseignement de la communication touristique aux étudiants qui effectuent des études de deuxième cycle (3+ 2) en « Communication interculturelle et touristique » à la Faculté des Langues Etrangères. Au début du cours, nous nous sommes demandés : « Quels savoirs et savoirs –faire devons nous transmettre aux étudiants qui se destinent à des carrières internationales, et à des postes de travail en contact avec des touristes francophones et des professionnels homologues à l'étranger » ?

A. Le problème didactique du français pour la profession

Les objectifs fixés à l'enseignement des langues de spécialité se sont modifiés au cours du temps. Jusqu'au début des années 80, ils se résumaient à la compréhension de textes écrits ou oraux de spécialité et dans une moindre mesure à la production de textes traitant de thèmes spécifiques, l'attention se portant surtout sur le code écrit et l'acquisition du lexique [4 :41]. Mais on a assisté depuis à un développement privilégiant certains savoirs et savoir-faire. On parle ainsi de « compétence opérationnelle spécialisée en langue étrangère » qui se traduit didactiquement par un matériel d'enseignement et d'apprentissage plus communicatif et axé sur le destinataire, par de nouvelles formes d'exercice et par une revalorisation de la compréhension orale spécialisée qui avait été négligée jusque là.

Baumann définit cette expression comme « la capacité de produire ou de comprendre les textes spécialisés comme des unités linguistiques, déterminées inter culturellement, socialement et fonctionnellement, construites logiquement, structurées sémantiquement, organisées séquentiellement, linéairement et hiérarchiquement » [1 : 333]. Dans cette perspective, la didactique du français pour la profession se doit donc de procéder à une nouvelle sélection de contenus linguistiques et d'intégrer deux nouvelles composantes : les pratiques langagières et les éléments culturels nécessaires à l'acquisition de cette compétence.

Selon Mourlhon-Dallies, « l'enseignement du Français Langue Professionnelle, qui se fixe comme objectif de préparer à l'exercice des professions en français, articule plusieurs pôles: un pôle centré sur les aspects langagiers et linguistiques, qui revisite la notion de discours professionnels, lesquels permettent de cadrer les exigences de formation en matière d'enseignement du français; un

pôle «activité de travail» qui implique une réflexion sur les dispositifs, les rôles, les échanges, les responsabilités. Les hiérarchies, dans une optique transversale aux différents domaines d'activité et aux différents postes occupés; - un pôle «métier», qui demande d'entrer plus avant dans l'exercice des professions et d'être au contact des terrains et des différents domaines. [...] L'apprenant doit notamment être capable d'identifier les nœuds de variations potentiels dans les gestes et discours professionnels» [5 : 81, 243].

Comme nous venons de le voir, l'enseignant de français de spécialité est donc confronté à une double problématique : effectuer d'une part une sélection des contenus linguistique, langagier et culturel, d'autre part ne pas simplement juxtaposer ces éléments mais les articuler de façon à permettre à ses apprenants d'atteindre une compétence communicative opérationnelle. L'enseignant se trouve ainsi dans l'obligation de sélectionner les aspects culturels. Et pour effectuer ce choix, pourquoi ne pas recourir aux situations professionnelles vécues dans les agences de voyage en Albanie ?

B. Les besoins culturels dans le domaine du tourisme comme objet d'étude

Afin de disposer de données fiables sur lesquelles établir son choix, la didactique de spécialité se doit d'analyser les situations de la vie professionnelle et d'en extraire les éléments significatifs linguistiques, langagiers et, dans notre cas, les besoins culturels.

J.-J. Richer précise que « Par besoins culturels, il faut entendre les savoirs socio-historico-géographiques (faire du français de l'économie nécessite de connaître le découpage administratif de la France en régions/départements, la législation économique européenne), mais aussi les "outils" (fournis par exemple par l'anthropologie culturelle) pour décoder ces "évidences invisibles" que constituent pour chaque culture les rapports au temps, à l'espace, aux relations sociales, au contexte qui marquent de leur empreinte particulière le rapport à l'autre et sont souvent causes de chocs culturels et de dysfonctionnements dans l'univers professionnel » [7 : 25].

A part nos lectures sur le domaine du tourisme, nous avons effectué une mini enquête auprès des professionnels du tourisme en Albanie.

Premièrement, nous nous sommes informés sur les tâches que ces professionnels ont à réaliser. Elles sont nombreuses.

Un professionnel peut travailler pour la conception, la promotion et la vente d'un produit touristique. Il peut rédiger des brochures et des dépliants. Il peut guider un groupe et commenter un circuit touristique. Il négocie avec les clients touristes et les homologues à l'étranger, etc. La communication touristique est orale et écrite. Dans les deux cas, pour réussir la communication, il faut

connaître le destinataire. Kerbrat-Orecchioni, dans une étude sur des écrits touristiques - les approches discursives dans les guides de voyage - précise « pour que cette entreprise de valorisation puisse être menée à bien, encore faut-il que l'émetteur ait quelque idée même approximative du système de valeurs de son destinataire, afin de "cibler" au mieux son discours [...] leurs goûts et attentes, cultures et habitus savoirs préalables et représentations a priori, sont extrêmement variables » [3 : 147]. La première question que les rédacteurs des guides et les agents de vente des produits touristiques se posent c'est : *à qui ai-je donc affaire ?*

Pour réaliser toutes ces tâches, il paraît nécessaire une formation aux besoins culturels que nous venons de citer ci-dessus. D'un côté les analyses des discours écrits et oraux et de l'autre la connaissance du comportement des touristes et de leur manière de vivre et de juger servent à concevoir le programme du cours.

Plusieurs axes de recherche s'offrent pour analyser le domaine :

- ✓ les programmes d'enseignement du BTS du tourisme (Brevet du Technicien Supérieur) pour identifier les compétences du professionnel du tourisme ;
- ✓ les formations proposées par des institutions telles que la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris ;
- ✓ les contenus des manuels de français du tourisme et de l'hôtellerie ;
- ✓ l'expérience des entreprises du tourisme ;
- ✓ les études anthropologiques et les analyses sur les techniques discursives dans le domaine du tourisme, etc. ;

Dans une perspective didactique, il faut veiller à la complémentarité des données recueillies. Etudier les écrits touristiques : brochures, dépliants, affiches, etc., les dialogues entre l'agent de vente et le touriste, nous fournira une grande partie des informations nécessaires. L'expérience des professionnels du tourisme nous est absolument nécessaire pour compléter les composantes langagières et culturelles. Nous avons effectué une enquête auprès des professionnels albanais du tourisme dans le but de connaître l'expérience des hommes de terrain. Il s'agissait en effet, dans notre cas, de découvrir les difficultés langagières et culturelles des professionnels pendant la communication avec les touristes français sans leur imposer une grille d'interprétation préétablie dans le but de favoriser l'éclosion d'une expression libre.

Notre entretien exploratoire a eu lieu dans trois agences de tourisme qui ont des relations de travail avec des agences du même type en France et reçoivent chaque année des touristes français et dans le Musée National, lieu où les touristes à le visiter sont nombreux.

Constatations relevées :

- Ils ont observé que les Français auraient peu de connaissances sur la façon de vivre des Albanais.

- Importance de la ponctualité de la part des touristes français par rapport aux Albanais.
- Difficulté de constituer la forme d'adresse : distinguer les degrés de politesse ou de cordialité entre les différents actes de salutation, de présentation, etc.
- Difficulté de comprendre les signes non verbaux : la mimique, les gestes, étaient source de malentendus.
- Difficulté de saisir les aspects para verbaux : le débit, l'intonation.
- Changement de type d'interaction. Peut – on créer des confidences? Existe-t-il des normes, des limites à ne pas dépasser ?
- Difficulté dans la correspondance écrite – rédiger une lettre commerciale, utiliser les formules de politesse de clôture.
- Difficulté de reconnaître les différents registres de langue.
- Manque d'informations au niveau proxémique : la posture, la distance, etc.
- Difficultés de connaître les besoins et de comprendre les goûts de vacances des français.

De tout cela résulte que les modèles phonétiques, lexicaux, discursifs, les composantes référentielles n'existent pas indépendamment de toute socialisation. Il s'agira de montrer aux étudiants comment s'interpénètrent et s'influencent réciproquement les éléments linguistiques, langagiers et culturels.

C. Choix méthodologique

Tous ces éléments et pas seulement ont constitué des prétextes de travail en classe.

Le but des activités développées était de faire acquérir aux étudiants les savoirs et savoirs faire qui leur font défaut. Elles devraient permettre : de sensibiliser les étudiants, puis de développer avec eux une compétence interculturelle : savoirs sur la culture cible, acquisition des méthodes ou d'instruments d'analyse et savoir-faire ; - de faire réagir directement à travers une grande variété d'activités communicatives : mise en situation de communication ; études de cas touchant à tous les domaines abordés, proposées par le formateur ou créées par les étudiants eux-mêmes ; exercices de compréhension écrite et orale et d'argumentation à références culturelles ; exercices lexicaux contextualisés ; résolution de situations inter-culturelles conflictuelles ; travail sur les idiomatiques et leurs interprétations ; mise en place de moyens de reconnaissance de la culture de l'autre. En ce qui concerne les documents écrits, leur présentation et leur rédaction obéissent à des modèles culturels. Le travail avec les étudiants portera à la mise en évidence de ces modèles. La communication face à face se déroule en parallèle sur trois niveaux : verbal, para verbal et non verbal.

Le niveau verbal comprend d'une part le matériel phonétique et d'autre part sa mise en discours sous forme d'unités monologiques (actes de langage et interventions) et dialogales (échanges et séquences). Lehmann précise que « le traitement pédagogique des publics spécifiques ne présente pas de spécificités telles qu'il soit en rien justifié de lui appliquer d'autres règles que celles qui valent pour l'apprentissage des langues étrangères en général : nécessité, ici comme ailleurs, d'une part des savoirs – et plus encore des outils de savoir-concernant les réalités culturelles en contact, d'autre part des instruments didactiques permettant l'intégration de ceux-ci dans les programmes d'apprentissage » [4]. Pour connaître et comprendre à minima les fondements et les déterminants de la culture de l'autre, le formateur pourrait se servir du matériel sous forme authentique (articles de presse, ouvrages, émissions télévisées...), soit sous forme didactisée (méthode de civilisation...). On peut envisager un moyen d'enregistrements audio, vidéo des exercices de compréhension orale sur les registres de langue, les accents régionaux et les appels téléphoniques, la gestuelle et les expressions de mimique. Le but n'est pas de réaliser un mimétisme culturel de la part des étudiants, mais de leur permettre de prévoir le comportement linguistique, langagier et culturel de leur interlocuteur.

Références

1. Baumann K.-D., 1995, « Fachsprachen und Fachsprachendidaktik » in Bausch K.-R., Christ H., Krumm H.-J. (Ed.), *Francke Verlag*, Tübingen-Bâle, p. 332-338
2. Claes Marie-Thérèse, 2003, « La dimension interculturelle dans l'enseignement du français langue de spécialité », dans *Dialogues et cultures*, n°47
3. Lehmann D., 1993, *Objectifs spécifiques en langue étrangère*, Hachette, Paris, p. 41
4. Kerbrat-Orecchioni C., 2004, « Suivez le guide ! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques: l'exemple de l'île d'Aphrodite », in *La communication touristique : Approches discursives de l'identité et de l'altérité*, L'Harmattan, Paris, p. 157
5. Mourlhon-Dallies F., 2008, *Enseigner une langue à des fins professionnelles*, Didier, Paris, p. 81-246
6. Puren Ch., *Chapitres 1 et 2* de Galisson Robert, Puren Christian. 1999. *La formation en questions*, Paris: Clé International, p. 128
7. Richer J.-J., 2004, « Le FOS est-il soluble dans le FLE ? Pour une didactique spécialisée du Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) », *Synergies Pérou*, p. 20-28, <http://cla.univ-fcomte.fr/gerflint/Perou2/Richer.pdf>