



ISSN 1776-2669

ISSN en ligne 2260-6483

Le français du tourisme dans le contexte universitaire chinois : analyse comparative des besoins

LI Lu

Université Sun Yat-sen, Chine

lilusys@yahoo.com

Résumé

Cette recherche vise à dévoiler la situation de l'enseignement du français du tourisme dans le contexte universitaire chinois. A travers une analyse des besoins, nous tâchons de vérifier si la formation actuelle correspond aux besoins des apprenants ainsi qu'à la demande du marché du travail. Des enquêtes ont été menées auprès d'étudiants, d'enseignants et de professionnels. Les résultats montrent que les publics se diversifient avec des besoins variés et que la rupture de l'enseignement avec le secteur professionnel est évidente. Trois propositions sont ainsi formulées en vue de fournir des conseils à l'amélioration et à l'innovation de la formation du français du tourisme dans les universités chinoises.

Mots-clés : français du tourisme, universités chinoises, besoins, FOS

中国大学背景下旅游法语教学需求比较研究

摘要： 本文旨在揭示中国大学背景下旅游法语教学的情况。作者通过对学生、教师和旅游行业专家的调研，比较分析目前的教学是否适应学生以及就业市场的需求。结果表明教学对象多样化导致需求多样化，且教学与行业要求存在明显差距。为此，本文为中国大学的旅游法语教学的改进和创新提出了三项建议。

关键词： 旅游法语，中国大学，需求，专门用途法语

French for tourism in the context of Chinese universities: A comparative analysis of needs

Abstract

This study aims to reveal the situation of French language's teaching for tourism in the context of Chinese universities. Through an analysis of needs, we try to verify if actual programs meet the needs of learners and the demands of the labor market. Surveys were conducted with students, teachers and professionals. The results indicate that the public diversifies with varied needs, and the gap between teaching and tourism industry is evident. Three proposals are formulated in order to provide some advice to improve and innovate programs of Tourism French in Chinese universities.

Keywords: Tourism French, Chinese universities, needs, FOS

Introduction

L'enseignement du français du tourisme relève de la didactique du français de spécialité qui date des années 1960 en France et qui, souvent utilisé de façon équivalente au concept de français sur objectifs spécifiques (FOS ci-après), « *trouve son origine plus significative dans le cadre d'un enseignement fonctionnel du français* » (Paris, 2001: 243). Notre recherche porte sur l'enseignement et l'apprentissage (E/A ci-après) du français du tourisme dans le contexte universitaire chinois. Depuis que le Ministère de l'Éducation a déterminé en 1998² l'importance de la formation de talents en langues étrangères à pluricom pétences, beaucoup d'universités chinoises ont mis en oeuvre une série d'innovations pour associer certaines spécialités au FLE : soit en offrant aux étudiants de français une formation dans une autre spécialité (le tourisme dans notre cas) ou des connaissances relatives, soit en proposant une formation de FLE aux étudiants issus d'autres spécialités. Dès le début du XXI^{ème} siècle est apparu, en même temps que des échanges et des coopérations grandissantes entre la Chine et la France, de plus en plus de programmes de formations conjointes entre les établissements de ces deux pays, exigeant une maîtrise solide des savoirs de spécialité et de langue française spécifiques à chaque domaine concerné. Etant donnée la diversité des situations, l'E/A du français de spécialité est à varier en fonction des publics. D'où vient notre question de départ : l'enseignement du français du tourisme répond-il à la demande des étudiants et du marché ? Ce travail s'applique à bien faire comprendre la situation de l'enseignement du français du tourisme dans le contexte universitaire chinois, en espérant fournir des conseils concernant cette formation à travers une analyse des besoins.

1. Le contexte de l'enseignement/apprentissage du français du tourisme en Chine

L'E/A du français du tourisme reste assez récent en Chine. Nous allons d'abord faire le bilan sur cette formation autour de sa situation, ses aspects essentiels ainsi que ses publics concernés.

1.1. Le français du tourisme, un aspect tardif dans la didactique du FLE en Chine

En Chine, bien que l'enseignement du français de spécialité ait vu jour dans les années 70³, la distinction du FOS du français langue étrangère (FLE ci-après) a eu officiellement lieu vers la fin du XX^e siècle avec des recherches étudiant ce phénomène en milieu institutionnel chinois et cherchant à en dévoiler les spécificités

en vue de développer des méthodes pertinentes dans ce contexte⁴. L'enseignement du français de spécialité en Chine commence par le français des sciences naturelles et appliquées, tels que le français scientifique, le français médical, le français aéronotique, avant de s'intéresser aux sciences humaines comme le français juridique, le français des affaires, etc. Il faut attendre jusqu'en 1994 pour que le premier livre sur le français du tourisme apparaisse⁵.

L'intérêt tardif porté au tourisme résulte du développement tardif du tourisme en Chine. En réalité, le tourisme est un terme très récent dans l'histoire de la Chine et sa traduction en chinois *lǚ yóu* (旅游) n'est apparue dans *le Dictionnaire du Mandarin de Chine* qu'après 1985. L'Etat chinois a commencé à attacher de l'importance au secteur du tourisme à travers d'abord la promulgation de « la Décision de Promouvoir le Secteur Tertiaire » en 1992, qui précise davantage l'importance du tourisme dans le secteur tertiaire, et ensuite en 1998⁶ la confirmation de son statut clé pour la croissance de l'économie nationale, en parallèle avec les secteurs immobiliers et informatiques. Une série de règlements concernant les hôtels, les agences de voyage et les guides a vu le jour. Corrélativement, il est paru des guides : mots et expressions utiles pour voyager en France, conversations pragmatiques dans l'accueil des touristes français en Chine, ou encore simplement présentation de lieux touristiques en Chine ou en France. Ainsi, pour l'enseignement du français du tourisme en Chine, l'accent a notamment été mis sur la formation de guides-interprètes et de réceptionnistes dans l'hôtellerie. Bien d'autres métiers du tourisme ont longtemps été négligés malgré la multiplicité des composantes et des intervenants du domaine.

L'enseignement du français du tourisme ainsi que des recherches relatives au secteur clairement limités, ont eu pour conséquence de desservir ce secteur et son développement. Nous avons effectué une recherche dans des articles français et chinois abordant l'E/A du français du tourisme en Chine et en avons retenu sept, parmi lesquels deux sur l'enseignement du cours de traduction, deux sur les méthodes pédagogiques concernant les compétences de communication interculturelle, et trois sur la conception d'une maquette pédagogique de la formation des professionnels touristiques notamment celle des guides-interprètes. L'aspect « besoins » n'y est pas encore abordé malgré son importance primordiale dans l'E/A du français du tourisme.

1.2 La perception des besoins, primauté dans tout l'enseignement du FOS

Le français de spécialité, le français fonctionnel, ou encore le français sur objectifs spécifiques, sont des notions mettant toutes trois sans exception, bien

que nuancées, l'accent sur les publics. L'étape fondamentale dans l'élaboration d'une formation de qualité consiste à cerner les publics ainsi que leurs besoins (Sotomayor, 2007 : 25 ; Lion-Oms, 2011: 109 ; Hanak, 2014 : 263). Comme Paris (2001 : 243) l'a signalé, « *qui oserait parler aujourd'hui de centrer l'apprentissage sur les apprenants sans rien dire de leurs besoins ?* » Richer (2008 : 23) a aussi confirmé la primauté des besoins dans le FOS, qui le distingue du FLE.

Elie (2011 : 96) a interprété la proposition de Porcher (1995 : 23-24) en ce qui concerne les deux types de besoins de la manière suivante :

- « Des besoins ressentis » ou « besoins subjectifs ». Ces besoins relèvent des attentes des apprenants, leur désirs et ce qu'ils souhaitent apprendre.
- « Des besoins objectifs ». Il s'agit des besoins mesurés par quelqu'un d'autre que l'apprenant, comme par exemple, l'enseignant ou le concepteur du programme.

Les besoins subjectifs relèvent dans notre cas des étudiants chinois dont nous parlerons dans la section suivante. Quant aux besoins objectifs, ce « quelqu'un d'autre que l'apprenant » comprend tous ceux qui sont directement liés à la formation ou qui exercent une influence importante, exceptés les apprenants. Selon Richer (2008 : 24), ces besoins objectifs consistent en « *l'écart entre les connaissances déjà acquises et les connaissances requises par les situations cibles* ». Ces situations cibles, soit les objectifs à atteindre par la formation, impliquent non seulement des critères au sein du programme de formation, à savoir les exigences des enseignants ou des concepteurs de programmes comme indiqués ci-dessus par Elie, mais aussi les attentes de la formation approfondie dans la matière que les apprenants poursuivront ainsi que les attentes de la société, représentées le plus directement par le marché du travail. Il faut donc prendre en considération les demandes des entreprises touristiques ainsi que celles des établissements français du tourisme en vue de comprendre ce que l'on attend des apprenants à la sortie de la présente formation.

1.3 Les étudiants chinois, un public à part entière dans l'enseignement du français du tourisme

Le FOS est connu pour la diversité des publics incluant professionnels, étudiants, et émigrés (Qotb, 2008 : 82). Notre sujet de recherche touche des étudiants chinois : il s'agit d'un public à part entière dans l'E/A du FOS. Fu (2006 : 57) a décrit leur profil comme suit :

Bien qu'adultes, encore faut-il nuancer qu'ils sont pour la plupart âgés de 20 à 22 ans, sont étudiants de langue de 3^e et 4^e année. [...] faute d'expérience linguistique et professionnelle, nos étudiants de langue ne sont pas en mesure de présenter une quelconque priorité future et identifiable, tandis que les objectifs à atteindre sont pour ne pas dire « imposés », du moins indiqués par les institutions d'une manière plutôt floue que vague.

De ce fait, Fu a opté pour le concept du *FLE à orientation fonctionnelle* pour souligner un accès assez général et peu profond à la spécialité concernée ainsi qu'une certaine ignorance des étudiants de leurs besoins par rapport à la formation. C'est pourquoi il faut introduire les opinions de plusieurs formateurs et professionnels pour combler et rajuster les besoins de ces apprenants qui ne connaissent pas suffisamment la réalité de la société et qui peuvent parfois avoir des impressions déviées voire fausses sur ce qu'il leur faut vraiment, d'autant plus que les étudiants de langue n'ont pas une idée claire de ce qu'est le tourisme. Pourtant, il est à noter que ces publics se diversifient toujours avec la création en essor des facultés du tourisme ainsi que des programmes de formations conjointes en tourisme. Par rapport aux étudiants de français faisant l'objet de l'étude de Fu, leurs besoins seront certainement différents puisque ceux-ci ont déjà des connaissances prérequis en matière de tourisme et leurs débouchés sont en général plus étroitement liés au secteur du tourisme. Par conséquent, il faut tenir compte de tous ces publics ainsi que de leurs besoins dans l'E/A du français du tourisme ; différentes méthodes doivent être exigées pour répondre aux besoins variés.

2 Analyse comparative des besoins

Face à la diversification des publics, nous tentons de vérifier, à travers une analyse comparative des besoins, si l'offre de formation actuelle correspond à la demande.

2.1 Méthode

Comme il est préférable d'inclure une grande diversité d'étudiants pour avoir une vue globale sur leurs besoins, nous avons choisi de distribuer des questionnaires auprès d'étudiants qui suivent ou suivront des cours de français du tourisme. Il s'agit d'étudiants en français à qui sont offerts des cours sur le français du tourisme et des étudiants en tourisme inscrits à un programme de formation conjointe dont une partie se déroulera dans un établissement français. L'enquête a été menée en février-mars 2016 dans deux universités à Canton. Le nombre d'enquêtés s'élève

à 68 pour la première catégorie et 52 pour la deuxième. Le dépouillement des données a été effectué tout d'abord par un processus de « codage », puis par traitement statistique à l'aide du tableur « Excel ».

Quant aux personnes autres que les apprenants, nous avons inclus des formateurs et des professionnels afin de connaître les compétences attendues dans les situations ultérieures. Des entretiens approfondis nous ont semblé plus pertinents dans ce cas, puisqu'il s'agit de domaines très différents et que chacun peut donner des perspectives particulières.

Ainsi, nous avons interrogé une enseignante chinoise qui assure un cours de français du tourisme dans un département de français, un enseignant français spécialisé en tourisme venant d'un établissement français en partenariat avec un établissement chinois pour un programme de formation conjointe en tourisme, ainsi qu'un enseignant chinois donnant des cours de français du tourisme au sein de cette formation conjointe. Ces entretiens nous ont permis de comprendre, selon les expériences de ces enseignants, comment les cours de français du tourisme peuvent être utiles pour les étudiants et ce que les établissements français exigent des étudiants chinois qui prévoient un cursus « à la française ».

Deux professionnels dont un Français et un Chinois qui travaillent dans le secteur du tourisme ont été interrogés. Issus respectivement de la direction d'un tour-opérateur (agence de voyage) et d'un hôtel, deux secteurs les plus représentatifs du tourisme, ils ont pu nous offrir une idée claire sur les exigences du marché du travail auquel la formation est finalement destinée. De plus, ils connaissent concrètement les points faibles des diplômés ainsi que leurs difficultés dans le travail, ce qui nous a sensibilisé aux limites de la formation actuelle et permis de fournir des pistes pour l'E/A du français du tourisme.

Les cinq entretiens se sont déroulés en février-mars 2016. Chaque entretien contient 6 à 8 questions et a duré pendant une vingtaine de minutes. Une analyse de contenu a ensuite été faite pour dégager des points de vue significatifs.

2.2. Résultats

Parmi les 120 questionnaires distribués et récupérés, 104 copies ont été correctement remplies, offrant ainsi un taux de validité de 86,9%. Les résultats déduits des entretiens sont aussi satisfaisants. Nous allons les présenter selon les trois aspects suivants.

2.2.1 Coexistence de similarités et de différences entre les deux groupes d'étudiants

Au sujet de leurs objectifs dans l'apprentissage du français du tourisme, les deux groupes d'étudiants partagent certains points communs : tous deux choisissent ce cours pour étendre, premièrement, l'horizon de leurs connaissances et ensuite, mieux connaître la France et sa culture. Néanmoins, les étudiants en tourisme semblent plus motivés pour apprendre le langage académique et professionnel puisqu'ils se préparent pour étudier en France ou exercer un métier dans le secteur du tourisme. En revanche, les étudiants en français se contentent d'améliorer leur niveau de langue pour la pratiquer un jour dans le contexte d'un voyage en France ou d'une rencontre (personnelle ou professionnelle) avec des Français.

Au niveau des contenus souhaités du cours, les étudiants en français s'intéressent surtout à la présentation des lieux touristiques ainsi qu'aux us et coutumes locaux. Des expériences de voyages et des modèles de textes de guidage sont aussi parmi leurs préoccupations. Pourtant, des aspects plus étroitement liés au tourisme attirent plus les étudiants en tourisme : aperçu du secteur du tourisme en France, langage professionnel et termes techniques.

Les deux groupes attachent une grande importance à l'amélioration des compétences langagières, notamment au niveau de la communication contextualisée. De plus, les étudiants en tourisme apprécient plus le lexique de spécialité, et montrent de l'intérêt pour le langage scientifique et académique dans le cadre du tourisme. Étonnamment, les étudiants en français souhaitent acquérir des savoirs dans le domaine du tourisme, mais cette aspiration est plutôt réservée à des techniques de guidage, ce qui montre leurs connaissances assez restreintes en tourisme.

Quant aux méthodes d'enseignement du français du tourisme, les études de cas attirent clairement les deux groupes. Les étudiants en français sont plus inclinés aux tâches simulées alors que les étudiants en tourisme penchent plutôt vers des conversations. Cela peut être expliqué par le désir des étudiants en tourisme d'améliorer leur oral et par la curiosité des étudiants en français pour les métiers du tourisme.

Pour une partie des étudiants en français enquêtés suivant actuellement un cours sur le français du tourisme, le manuel utilisé n'est pas très satisfaisant : il se concentre sur le tourisme dans le contexte chinois en négligeant les faits en France. Par ailleurs, les livres semblent un peu démodés et nécessitent d'être actualisés. Tous les étudiants, quelle que soit leur spécialité, expriment leurs vœux pour l'utilisation de supports multi-média dans le cours ; tels que des images, des vidéos, et ont un attrait particulier pour les manuels rédigés par des spécialistes français.

A l'égard des qualifications des enseignants assurant ce cours, la première considération de ces deux groupes d'étudiants diffère : les étudiants en français apprécient par dessus tout les expériences de voyages, suivies par la maîtrise de la langue française et l'expérience pédagogique. Un enseignant qualifié pour les étudiants en tourisme doit d'abord bien maîtriser la langue française, ensuite avoir un parcours lié au tourisme, soit académique ou professionnel, et enfin posséder de riches expériences pédagogiques.

En résumé, ces deux publics ont des besoins à la fois similaires et différents. Les étudiants en tourisme s'orientent plus vers le savoir professionnel et académique du tourisme en mettant l'accent sur le lexique du tourisme et les actualités du secteur en France ; un entraînement sur les compétences communicatives est le plus souhaité. Les étudiants en français sont plus attirés par la présentation des lieux touristiques ainsi que des us et coutumes qui leur sont relatifs. Ils prétendent s'intéresser aux connaissances en matière de tourisme, mais cette curiosité est plutôt liée aux techniques de guidage ou aux astuces de voyages, aussi manifestent-ils rarement de la curiosité pour des définitions et théories très spécialisées.

2.2.2 Les compétences en langue française sont primordiales dans la formation

D'après les entretiens avec les enseignants, l'enseignement du français du tourisme a pour objectif principal de renforcer les compétences en langue française des étudiants concernés. Ces compétences impliquent plusieurs aspects dont l'importance varie selon les enseignants.

Pour l'enseignante qui enseigne le français du tourisme aux étudiants en français, la compétence communicative passe avant tout parmi les objectifs de la formation. Elle se traduit surtout dans le contact avec des clients dans le domaine du tourisme, y compris la gestion des groupes touristiques français (accueil, accompagnement, organisation des séjours : hébergement, nourriture, activités, etc.) et la négociation avec les prestataires touristiques pour élaborer des produits touristiques. Les mots et expressions de routine dans le guidage et la présentation de lieux touristiques chinois occupent aussi une place importante dans l'E/A du français du tourisme. Il est évident que l'accent est mis sur les compétences exigées pour être un guide local, ce qui est conforme aux besoins des étudiants en français, bien que le marché du tourisme évolue et exige plus de compétences autres que le guidage.

L'enseignant français spécialisé en tourisme souligne dans un premier temps les compétences de compréhensions orale et écrite, puisqu'il est essentiel pour les

étudiants de pouvoir suivre les cours de spécialité donnés en français. Le lexique du tourisme est décisif dans ce processus car beaucoup de termes spécifiques constituent la base de la doctrine. Ensuite, la familiarisation avec la société et la culture française est aussi importante dans la mesure où ils rencontreront dans leurs études beaucoup d'études de cas reposant sur des lieux et des événements français. Cela leur paraît d'autant plus utile qu'ils ont des offres d'embauche en France ou en lien avec la France.

Selon l'enseignant chinois qui a eu une formation en tourisme en France et qui enseigne le français du tourisme aux étudiants en tourisme, il existe des écarts entre la Chine et la France au niveau des termes spécialisés étant données les différences culturelles et sociales, c'est-à-dire que le « signifié » diffère entre le contexte chinois et le contexte français. Il est donc important de préciser les distinctions définitionnelles. Il en est de même pour les méthodes et les approches de recherche, qui ne sont pas tout à fait les mêmes dans les deux pays et qui nécessitent des clarifications.

2.2.3. La culture, un aspect indispensable dans l'enseignement du français du tourisme

Parmi les exigences du tour-opérateur chinois envers leurs futurs employés, les compétences communicatives occupent une place prédominante. Malgré des variations de fonctions, il est indispensable de communiquer avec les gens : clients, fournisseurs, administration du tourisme, offices du tourisme, ambassades et consulats étrangers, autres tour-opérateurs/agences de voyages, voire collègues de bureau, etc. Se basant sur les connaissances du métier et du secteur, les termes spécialisés du tourisme constituent une partie importante de ces compétences communicatives. Pourtant, il manque souvent aux débutants cette familiarité avec les activités du domaine, comme l'affirme la directrice enquêtée : « ... *l'insuffisance de connaissances sur le secteur est souvent un problème remarquable chez les nouveaux, même pour ceux qui sont diplômés en tourisme.* »

Comme l'hôtel dans lequel travaille le directeur français enquêté est un grand hôtel de chaîne internationale qui a du personnel et une clientèle de toutes les nationalités, il souligne plusieurs fois « la vision internationale ». Ceci implique en même temps une sensibilité aux différences culturelles et une bonne maîtrise d'une langue étrangère (souvent l'anglais en priorité dans le contexte chinois, le français pouvant être un atout supplémentaire, spécialement pour les hôtels français ou qui ont une clientèle française). Des connaissances solides sur les marques hôtelières ainsi que leurs exigences s'avèrent aussi des savoirs nécessaires.

A partir de leurs déclarations, nous pouvons déduire le mot clé concernant les attentes du marché du travail : la culture. Il s'agit d'abord des connaissances du métier et du secteur, y compris mettre l'accent sur les termes spécialisés et les savoir-faire du domaine concerné, qui relèvent en quelque sorte de la culture du secteur. Ensuite, une familiarisation avec la culture de l'entreprise, tels que son règlement, son organisation et son mode de fonctionnement, est aussi importante pour l'insertion dans l'entreprise que dans le secteur. Par conséquent, l'enseignement du français du tourisme ne concerne pas seulement la langue, mais aussi la culture ; ceci confirme le discours de Richer (2009 : 20) : « *La culture-civilisation tient une place centrale en FOS* ».

3. Propositions de remédiation

L'analyse des besoins des étudiants chinois ainsi que les attentes du marché du travail ont permis à nos enseignants de français du tourisme de vérifier les objectifs de la formation, de repérer des problèmes existants et de proposer de possibles remédiations.

3.1. L'enseignement du français du tourisme : une formation "sur-mesure"

Comme les étudiants chinois peuvent se subdiviser en deux catégories selon leur spécialité ainsi que leurs besoins dans l'apprentissage du français du tourisme, il faut différencier les préoccupations de la formation pour mieux les adapter aux publics. La formation généraliste ne conforme plus à la situation actuelle. Par conséquent, pour les étudiants en français, l'accent doit être mis sur la présentation des lieux touristiques et des us et coutumes locaux, le processus de réception et d'accompagnement des touristes ainsi que les techniques de guidage. Néanmoins, il faut conjointement leur donner un aperçu du secteur du tourisme pour ne pas les laisser dans l'idée que le tourisme se limite seulement au métier de guide, et pour leur faire découvrir le domaine intégral du tourisme. Quant aux étudiants en tourisme, puisqu'ils ont déjà une base en la matière, la priorité doit être accordée aux compétences communicatives orientées surtout vers les situations professionnelles et académiques, le lexique du tourisme en étant la composante clé.

Les anciens manuels ou livres de référence concernant les voyages et les guides ne satisfont plus aux besoins. De ce fait, il est impératif et urgent de publier de nouveaux supports avec des préoccupations ciblées pour les différents publics, en particulier pour les étudiants en tourisme. La méthode d'enseignement peut être construite à partir de tâches simulées et de conversations afin d'attirer les

étudiants en les mettant dans des situations de communication dans lesquelles ils pourront se trouver ultérieurement.

3.2. La langue et la culture, deux aspects complémentaires

Selon les souhaits des étudiants et les avis des professionnels, la maîtrise de la langue est sans aucun doute l'objectif principal de l'apprentissage. Pour tout ce qui concerne les compétences langagières, les compréhensions et expressions orale et écrite ne peuvent pas être séparées du contexte culturel. Puisque le tourisme implique dans un premier temps un contact interpersonnel, quelle que soit leur origine, la communication interculturelle est inévitable pour la majorité des métiers. De ce fait, il faut sensibiliser les étudiants aux différences culturelles et leur faire garder un esprit ouvert envers ces différences afin de leur permettre de mieux s'adapter à des situations éventuelles. Ensuite, il est nécessaire de souligner les différences culturelles dans le domaine du tourisme entre la Chine et la France. Étant donné des écarts sociaux et culturels entre ces deux pays, il arrive que des termes spécialisés équivalents dans les deux langues n'aient pas tout à fait le même sens et que des distinctions possibles apparaissent dans des approches de recherche. De plus, la situation du secteur, son règlement, son organisation et son opération, diffèrent entre les deux pays. Aussi, chaque entreprise, chinoise ou française, a sa propre culture. La culture occupe donc une place essentielle dans l'E/A du français du tourisme et il faut préciser les différences culturelles aux étudiants afin qu'ils puissent acquérir une vision interculturelle.

3.3. Une connexion étroite avec le secteur

Pour impliquer la culture dans la formation, il faut que l'enseignement soit étroitement lié au secteur du tourisme. L'élaboration du programme d'enseignement, y compris le choix des sujets ou des contextes, la création de tâches et de conversations, sans oublier le lexique et la grammaire, tout cela se rapporte à l'enseignant qui sert de passeur vers la culture touristique. Comme le note Lehmann : «... l'enseignant de français spécialisé devra d'abord mener à bien une acculturation personnelle (intra-culturelle si l'on veut) avant d'être en mesure de favoriser chez les apprenants avec qui il travaillera une autre acculturation, inter-culturelle celle-là. »(1993 : 13) Ainsi, pour « acculturer » les étudiants en français, il faut que l'enseignant connaisse au moins le domaine du tourisme en milieu chinois, soit par ses études ou ses expériences professionnelles. Quant aux étudiants en tourisme, surtout ceux qui poursuivront leurs études en France ou auront des liens avec la France dans leur futur travail, l'enseignant se doit de posséder des connaissances du secteur dans les deux pays afin de pouvoir repérer

les distinctions culturelles et y sensibiliser les étudiants. Dans ce cas, le profil idéal de l'enseignant recruté serait celui qui a suivi des études de tourisme en France ou a travaillé dans une entreprise touristique française.

Etant donnée la rupture entre la formation et le métier, fréquemment mentionnée dans les témoignages des professionnels, il faut que l'enseignement soit plus étroitement lié avec le secteur. Pour des enseignants qui n'ont jamais eu d'expériences professionnelles dans le tourisme, il est important qu'ils se mettent en contact régulier avec des professionnels pour connaître leurs besoins, comprendre le fonctionnement du secteur et suivre son développement. Des enquêtes auprès de professionnels, l'observation directe au sein de certaines entreprises touristiques, ou encore la participation aux activités organisées par des associations touristiques sont des canaux permettant aux enseignants d'accéder au secteur et d'acquérir des informations utiles et récentes.

Conclusion

Cette recherche a pour but de présenter l'enseignement et l'apprentissage du français du tourisme dans le contexte universitaire chinois et d'analyser les besoins de la formation afin de vérifier l'accord entre l'offre et la demande, spécialement face à un marché touristique en plein essor. Nous avons analysé à travers des enquêtes sous forme de questionnaires les besoins des étudiants chinois qui suivent ou suivront des cours de français du tourisme ; et ce, complété par des entretiens avec des enseignants et des professionnels du tourisme en vue de comprendre leurs attentes. Les résultats montrent que les publics se diversifient avec leurs besoins et que la rupture de l'enseignement avec le secteur professionnel est évidente. Afin de résoudre ces problèmes, nous avons proposé trois solutions possibles à partir des préoccupations du contenu de la formation, de l'implication de la culture surtout professionnelle, ainsi que le contact intime des enseignants avec le secteur.

A travers un point de vue chinois, ce travail peut contribuer à la recherche de l'enseignement du français du tourisme. A partir d'un aperçu sur l'enseignement du français du tourisme en milieu universitaire chinois, nous essayons de repérer les problèmes existants et offrons des conseils tendant vers la résolution du problème. Les résultats obtenus permettent de fournir des pistes pour améliorer des programmes actuels de français du tourisme voire élaborer de nouveaux programmes plus pertinents, et éventuellement former plus de futurs professionnels qualifiés et compétents qui correspondent aux attentes du marché du travail.

Il existe cependant quelques limites à cette recherche : l'échantillon d'étudiants est relativement restreint ; concernant exclusivement les étudiants du sud de la Chine, il couvre deux secteurs primordiaux dans le domaine du tourisme et les métiers enquêtés pourraient être étendus à d'autres secteurs du tourisme pour connaître d'une façon plus complète les attentes du marché du travail.

Enfin, des évaluations des programmes du français du tourisme en Chine, des méthodes scientifiques pour élaborer un programme pertinent ciblé, les difficultés et les expériences dans l'enseignement du français du tourisme en milieu universitaire chinois... tout cela reste à découvrir dans notre future recherche.

Biibliographie

- Elie, A. 2011. « L'élaboration d'un programme de français du tourisme dans le contexte universitaire jordanien ». *Thélème. Revista Complutense de Estudios Franceses*, vol 26, p. 89-110.
- Fu, R. 2006. « A la recherche d'un concept distinctif ». *Etudes françaises*, n° 1, p. 55-59.
- Hanak, N.A. 2014. « Analyse des besoins en FOS : Etude de cas des étudiants du tourisme et de l'hôtellerie en Jordanie ». *European Scientific Journal*, n° 1, p. 261-271.
- Lehmann, D. 1993. *Objectifs spécifiques en langue étrangère*. Paris : Hachette.
- Lion-Oms, L. 2011. « Le Français sur Objectifs Universitaires : Un essai de mise en oeuvre de formation en réponse à des besoins ciblés ». *Le Français sur Objectifs Universitaires*, p. 107-114.
- Paris, F.N. 2001. « Le français sur objectifs spécifiques ou français de spécialité : L'enseignement du français du tourisme ». *Revista de Lenguas para Fines Especificos*, n° 7, p. 242-258.
- Porcher, L. 1995. *Le français langue étrangère*. Paris : Hachette.
- Qotb, H. 2008. « Un site pour l'enseignement du français sur objectifs spécifiques : Le FOS. COM ». *Synergies Chine*, n° 3, p. 81-94. <http://gerflint.fr/Base/Chine3/qotb.pdf> [consulté le 30 septembre 2016].
- Richer, J.-J. 2008. « Le français sur objectifs spécifiques (F.O.S.) : une didactique spécialisée ? ». *Synergies Chine*, n° 3, p. 15-30. <http://gerflint.fr/Base/Chine3/richer.pdf> [consulté le 30 septembre 2016].
- Sotomayor, P.S. 2007. « Du français sur objectifs spécifiques pour les professionnels du tourisme ». *Letras*, vol 42, p. 23-60.

Notes

1. Voir « Quelques avis sur la réforme des spécialités des langues étrangères face à la formation du Benke au XXI^{ème} siècle » (教育部高教司转发《关于外语专业面向21世纪本科教育改革若干意见》)
2. Apparu en 1973, le premier manuel de français de spécialité porte sur la médecine : Deuxième école de médecine de Shanghai. 1973. *Le français de médecine : un manuel d'essai*, Shanghai : Deuxième école de médecine de Shanghai.
3. Voir La première thèse portant sur le français de spécialité en Chine : Fu, R. 2001. *L'enseignement/apprentissage à orientation fonctionnelle en milieu institutionnel chinois de langues : le ca du FLE juridique*. Université Paris III.
4. Meng, Q. 1994. *Le français de l'hospitalité touristique*. Qingdao : Université maritime de Qingdao.
5. Décision prise lors du Séminaire sur l'économie nationale tenue par le Comité central du Parti communiste chinois.