

# LES ECRITS TOURISTIQUES EN COURS UNIVERSITAIRE DE TOURISME : TYPOLOGIE TEXTUELLE ET DISCURSIVE

MARÍA LORETO CANTÓN RODRÍGUEZ  
Universidad de Almería (España)

## RESUMEN

La enseñanza del francés con fines específicos implica la creación y el desarrollo de un material lingüístico particular que favorezca el contacto de los alumnos con contextos reales de su ámbito turístico.

Queremos, en este trabajo, presentar los principios teóricos basados en la lingüística textual y análisis del discurso para posteriormente aplicarlos al análisis de textos turísticos en clase.

Daremos especial relevancia al modelo de matrice discursive preconizado por Béacco y retomado por Mourlhon-Dallies.

Los alumnos se iniciarán en una formación lingüística conociendo el funcionamiento de la comunicación turística.

## PALABRAS CLAVE

Análisis del discurso, francés para fines específicos, textos turísticos, comunicación turística.

## RESUME

L'enseignement du français sur objectifs spécifiques implique le développement et la création d'un matériel linguistique très particulier capable de favoriser le contact des élèves avec des contextes réels du domaine touristique.

Nous voulons présenter dans ce travail les principes théoriques basés sur la linguistique textuelle et discursive. Ensuite nous présenterons l'application de ces principes théoriques aux écrits touristiques pour leur analyse en cours. Nous allons suivre principalement le modèle de *matrice discursive* préconisé par Béacco et repris par Mourlhon-Dallies.

Les élèves pourront s'initier à une formation linguistique qui facilite le repérage de la communication touristique.

MOTS-CLES

Analyse du discours, français sur objectifs spécifiques, textes touristiques, communication touristique.

ABSTRACT

The teaching of French for specific purposes implies the elaboration and development of linguistic material that should grant students access to real contexts in their tourist environment. In the present article, the primary objective is to outline a number of theoretical principles drawing on text linguistics and discourse analysis and then go on to apply these to the analysis of tourist texts in class. Special attention will be devoted to the model of “matrice discursive” put forward by Béacco and then revisited by Mourlhon-Dallies. The overall aim of this article is to show how students can acquire a linguistic background while also becoming familiar with the dynamics of communication in a tourist context.

KEY WORDS

Discourse analysis, French for specific purposes, tourist texts, communication in a tourist context.

POINT DE DEPART

L'enseignement du français sur objectifs spécifiques implique le développement et la création d'un matériel linguistique très particulier capable de favoriser le contact des élèves avec des contextes réels en rapport à leur avenir professionnel.

Dans le domaine des métiers du tourisme, on produit constamment des écrits d'une nature très différente et diversifiée. Le professeur de français sur objectifs spécifiques (FOS) doit pouvoir les introduire dès le début du processus d'enseignement/apprentissage, notamment ceux destinés au grand public et conçus par les entreprises du secteur ou par les organismes officiels.

La plupart des écrits sont de caractère promotionnel (brochures, catalogues, dépliants), mais il en existe aussi d'autres, de type non-

promotionnel, dont l'objectif est de renseigner le grand public (guides ou reportages).

Le but de ces lignes est d'essayer de construire, d'un point de vue didactique, un cadre de référence permettant de cerner les caractéristiques générales et spécifiques de ce que nous pourrions appeler « discours professionnel touristique ». Bien entendu, n'ayant préalablement pas acquis de formation linguistique adaptée, les étudiants en tourisme n'établissent pas la connaissance des principes théoriques fondamentaux pour la compréhension et la conception de ce type de documents écrits en tant que but de leur apprentissage. Pour que nos élèves parviennent cependant à acquérir une bonne compétence textuelle, c'est donc à nous, professeurs, d'essayer d'introduire petit à petit ces principes à travers une certaine maîtrise de la terminologie et des aspects linguistiques.

Nous pouvons parler dans ce sens aujourd'hui d'interdisciplinarité entre les sciences de l'information et la communication et, les sciences du langage. Plusieurs projets se développent surtout en ce qui concerne l'analyse des discours médiatiques (discours journalistiques, discours publicitaires et discours politiques). Il faudrait citer le *Laboratoire d'analyse Linguistique des Discours Médiatiques* de l'Université de Lausanne. Ces membres considèrent la linguistique textuelle comme un sous-domaine du champ plus vaste de l'analyse des pratiques discursives. Les travaux de Jean-Michel Adam sont devenus la base des chercheurs en linguistique textuelle.

Dans l'ensemble des études sur les discours professionnels en France il faut compter aussi avec les apports du *CEDISCOR (Centre de recherches sur la didactique des discours ordinaires de l'Université de la Sorbonne Nouvelle, Paris III)* qui groupe un nombre des chercheurs autour de la figure de Sophie Moirand ; et, aussi avec le *CEDITEC (Centre d'Études des Discours, Images, Textes, Écrits et Communications de l'Université de Paris 12)*. Il existe, depuis une vingtaine d'années, partout dans la France et à l'étranger un développement de ce type de centres destinés à l'étude des genres discursifs et à l'analyse discursive et textuelle. Mais on a dû parcourir un long chemin pour cela. Nous voudrions exposer

brèvement quelques moments de la critique dans l'analyse du discours car, c'est à priori le point de départ de notre analyse didactique. Parmi tous les auteurs et théoriciens nous avons choisis ceux qui nous intéressent pour notre étude en cours universitaire dans le domaine du tourisme. C'est évident que l'analyse du discours et le français sur objectifs spécifiques ont des apports réciproques et nous citons : « Il existe donc une relation forte entre didactique du FOS et AD, l'analyse du discours étant régulièrement mobilisée pour enseigner le français à des publics spécifiques, notamment en amont de la classe de langue, lorsqu'il s'agit de préparer des cours à partir des documents authentiques ». (Mourlhon-Dallies, 2005 : 8). Elle ajoute que « De fait, l'AD assure bien souvent la description des discours spécialisés qui constituent l'environnement de travail des personnes à former en FOS ; les résultats de l'analyse sont alors « récupérés » en FOS, dans une perspective d'entraînement à la lecture et à l'écriture de textes professionnels ou de compréhension (voire de production) de conversations types ». (Mourlhon-Dallies, 2005: 8).

#### LES APPORTS THEORIQUES. UN PEU D'HISTORIE DE L'ANALYSE LINGUISTIQUE A L'ANALYSE DISCURSIVE

L'analyse linguistique en France se réalisait, à l'origine, soit d'un point de vue formel basé sur trois aspects fondamentaux (le lexique, le niveau syntaxique et le niveau morphologique), soit à partir d'une analyse idéologique.

Avec l'apparition et l'introduction en France du terme *discours* à partir des années 60, cette analyse s'enrichit alors avec les aspects contextuels. Dans ce sens, il faudrait revenir sur deux œuvres fondamentales de l'étude du discours en France :

- l'article de Harris « L'analyse du discours » publié dans la revue *Langages* en 1969 et,
- le livre de Pêcheux, de la même année *Analyse automatique du discours*.

Tous deux considèrent que ce qui compte c'est le contexte, le moment de production et le lien entre les traits linguistiques verbaux et non-

verbaux. Le texte est alors un *tout* qui dépasse le cadre de la phrase, un ensemble formé des aspects linguistiques, des contenus culturels et des moments de production. Quelques années plus tard, Ducrot développera d'ailleurs *les lois du discours*.

La sémantique en linguistique prend un nouveau sens dans le domaine de la pragmatique. Il s'agit, par conséquent, de relier les aspects internes de la langue –aspects syntaxiques et sémantiques– aux aspects contextuels –aspects pragmatiques– afin de considérer non seulement les émetteurs de ces discours mais aussi les récepteurs.

La prise en compte des aspects contextuels et cotextuels, de l'énonciation ainsi que de l'énoncé, a conduit à une multiplicité des typologies et variétés discursives d'une langue et, par rapport à ce qui nous intéresse ici, les différents genres discursifs produits en situation professionnelle. Si nous envisageons maintenant les discours dits scientifiques, selon D. Jacobi « il faudra tenir compte d'autres disciplines qui pourront aider à cette analyse d'un point de vue extra-linguistique » (Jacobi, 1984: 48).

À partir des années 80 le développement de la dimension culturelle vient s'ajouter à l'étude des discours. Louis Porcher parle de la relation entre langue et civilisation : « La langue est toute entière marquée de civilisation, d'une part parce qu'elle est un produit socio-historique et, d'autre part dans la mesure où elle est toujours une pratique sociale. Réciproquement, aucun trait de civilisation n'existe indépendamment de la langue » (Porcher, 1982: 40). Dans le discours des langues sur objectifs spécifiques, l'idée de dimension culturelle se développe en acquérant d'autres significations : il s'agit désormais de connaître les comportements sociaux mais aussi les différents groupes professionnels dont les discours se différencient.

Les premiers essais pour établir une différenciation entre les discours et les discours de spécialité vont commencer aussi dans les années soixante avec le développement des courants linguistiques. En 1968 la revue *Le français dans le monde* publie un numéro spécial intitulé *Le français langue des sciences et des techniques* dans lequel on essayait de déterminer les

caractéristiques –plutôt syntaxiques et sémantiques– de cette langue des sciences.

Il est certain que le développement des discours de spécialité commence avec l'étude de vocabulaires spécialisés. Il fallait déterminer une terminologie propre à chaque domaine scientifique et technique. Certains travaux importants peuvent être signalés : les vocabulaires spécialisés comme le *Vocabulaire d'initiation aux études agronomiques*, le *Vocabulaire d'initiation à la géologie* ; le *Vocabulaire Général d'Orientation Scientifique* (Le VGOS) et les Dictionnaires contextuels qui deviendraient par la suite le point d'union avec les discours. (Lehmann, 1988: 90-91)

Après les années 60, on se rend compte que la langue sur objectifs spécifiques ne se soutient pas seulement à l'aide de l'analyse terminologique reprise dans les vocabulaires et les dictionnaires. L'approche discursive prend sa place avec deux oeuvres fondamentales : *Le français technique* de G. Vigner et A. Martin en 1976 et *La langue française de la technique et de la science* de Kocourek en 1982.

#### VARIETES DISCURSIVES ET TYPOLOGIES TEXTUELLES EN F.O.S.

Parler de communication spécialisée se limitait au début à parler de français scientifique et technique sans nommer le français des discours professionnels.

Nous allons maintenant exposer ces différents genres discursifs pour essayer de déterminer les caractéristiques propres à chacun d'entre eux et la possibilité de création des modalités discursives à mi chemin entre la science et le discours de vulgarisation. On a choisi certains classements en fonction de la postérieure application didactique.

#### 1. PREMIER CLASSMENT

##### *1. Discours scientifiques et discours techniques*

Ces deux termes, « scientifique » et « technique », ont parfois été réduits à un examen lexicographique comprenant les domaines des

sciences en général. On a ensuite décidé d'établir les caractéristiques de fonctionnement de ce type de discours, mais d'un point de vue morphosyntaxique et sémantique. Ainsi, par rapport à d'autres typologies discursives, celle des discours scientifiques et techniques se caractérisait par : l'objectivité, l'emploi de la troisième personne du singulier, la cohérence sémantique, la phrase courte, et la nominalisation principalement.

Cependant, il existe certaines différences entre discours scientifique et discours technique. Pour Vigner et Martin le français technique est « l'ensemble du matériel lexical et syntaxique qui, dans le cadre du discours, est chargé de rendre compte de tous les procédés de mise au point, de fabrication et de reproduction d'objets, fondés sur l'application de règles et de normes rigoureusement déterminées » (Vigner et Martin, 1976: 4).

Le côté pragmatique dans ce type de discours est aussi très important, car s'il faut bien connaître les différents domaines d'analyse, il faut également prendre en compte le contexte, les moments de production, la situation de communication et les relations sociales établies entre les producteurs du discours et les récepteurs.

En réalité, on peut affirmer que les caractéristiques d'objectivité et de précision se développent de la même manière dans les deux variations discursives. Si le discours scientifique garde une structure formelle plus précise et plus fermée, le discours technique fait pour sa part appel à une construction lexicale et sémantique d'une grande rigueur : les événements se succèdent à une vitesse telle que cette dernière oblige en effet à une mise à jour constante pour instaurer l'équilibre entre texte et contexte, entre interprétation sémantique et interprétation discursive.

## *2. Discours professionnel*

La deuxième catégorie décrite correspond à un domaine d'une plus grande étendue. Qu'en-tend-on par « professionnel » ? Quelles sont les disciplines engagées dans ce sens ? On a toujours pensé que le domaine des langues de spécialité, dites professionnelles, ne donnait pas naissance à une

typologie discursive spécifique, constituant plutôt une déviation de la langue courante. Les travaux existants ont élaboré une analyse des situations de communication spécifiques, au lieu d'une analyse discursive proprement dite. Ce discours professionnel devenait synonyme de discours commercial et les recherches montraient leurs résultats dans ce domaine.

Les principales différences de fonctionnement entre cette modalité discursive et les discours scientifiques et techniques se trouvent à des niveaux différents. Quant au lexique, si le discours scientifique cherche le terme précis pour éviter des confusions de compréhension, dans les discours professionnels, et en particulier ceux appartenant à certaines disciplines qu'on hésite à classer parmi les disciplines humaines ou les disciplines scientifiques, un terme employé fréquemment en langue courante peut devenir spécifique selon les différents contextes dans lequel il est produit.

Dans l'analyse syntaxique les différences sont aussi évidentes. Il ne s'agit pas de trouver l'objectivité et l'impersonnalité des discours scientifiques, bien au contraire, la liberté de construction règne dans le discours professionnel surtout dans celui qui est pourvu d'une fonction pragmatique. Il s'agit ici de trouver le caractère communicatif de ce type de discours au lieu de la fonction argumentative et expositive, fonction principale dans le discours scientifique et technique.

Finalement, il est évident que les manifestations de ces deux types de discours diffèrent formellement. Le discours scientifique et technique est, la plupart du temps, un discours écrit à travers lequel une communauté expose de façon théorique ses raisonnements abstraits au moyen des formules de disposition textuelle déjà exposées auparavant. En revanche, dans la variété des discours professionnels, ce qui prime sur l'écrit c'est la situation de communication, le côté pragmatique du discours, le récepteur comme élément fondamental pour un correct fonctionnement discursif.

### *3. Les discours de vulgarisation scientifique et la vulgarisation des discours professionnels*

L'un des premiers problèmes que j'ai exposés au début de ces lignes était la réponse du grand public à ce développement scientifique si rapide. Comment fai-ton pour expliquer certains phénomènes scientifiques et techniques à des non-scientifiques. Il existe la possibilité d'une reformulation des termes par une personne qui se constitue intermédiaire entre le discours scientifique et ce public. Cette personne va créer une nouvelle variété discursive –nommée « discours scientifique de vulgarisation »– avec d'autres expressions linguistiques et sémantiques plus proches de la langue standard. Le nouveau discours obtenu se caractérise par son degré d'accessibilité pour le public, et ce dans plusieurs aspects. L'objectivité du discours scientifique se transforme en une certaine subjectivité appuyée par un lexique plus riche en connotations pour toucher un plus grand public. Le texte scientifique, très direct, avec une phrase courte, devient plus long avec les explications du vulgarisateur, ce qui peut donner un discours beaucoup plus imprécis que le discours d'origine.

Nous enrichissons finalement notre classement avec la vulgarisation des discours professionnels car je considère que même si ces discours sont plus proches de la langue quotidienne, et par conséquent du grand public, le développement fulgurant de certaines technologies adaptées à d'autres champs professionnels, entraîne aussi des variations dans cette typologie discursive, comme par exemple le discours d'une lettre commerciale et la transposition de cette lettre dans d'autres supports nouveaux comme le courrier électronique ou la télécopie. La disposition textuelle de ces derniers supports se perd, les formules de politesse se résument et nous assistons à une espèce de vulgarisation de ces discours professionnels sans le médiateur, sans l'aide du vulgarisateur. Le producteur modifie le message, conscient du changement, et n'accepte pas les normes standardisées pour cette typologie discursive.

## 2. LE CLASSEMENT DE BRONCKART (1985)

Cet auteur établit une typologie textuelle centrée sur l'analyse des unités linguistiques propres à chaque texte. Les différentes situations de

production offrent trois situations d'énonciation contrastées qui déterminent trois modalités discursives générales selon la présence ou absence d'unités linguistiques: le discours en situation (DS), le discours théorique (DT) et la narration (N). Dans le premier, le DS... le texte est produit en relation directe avec le contexte. Le DT se caractérise par son indépendance par rapport à une situation d'énonciation particulière. Normalement il est produit en situation professionnelle surtout scientifique. La narration, correspond par contre, à un espace référentiel littéraire et les événements narrés ne correspondent pas à une situation d'énonciation déterminée.

Nous pensons pour notre part que l'analyse de Bronckart est importante dans le choix de textes analysés surtout dans les deux premiers groupes. Pour les discours en situation il y aurait trois modalités: les dialogues oraux enregistrés dans des lieux d'interaction sociale ou commerciale; les dialogues oraux transcrits à partir d'une interaction scientifique; et, les dialogues de théâtre contemporain (qui ne font pas l'objet de mon travail). Dans les discours théoriques, un premier groupe serait composé par les ouvrages qui traitent les sciences naturelles (biologie, médecine, physique et chimie); un deuxième groupe, les ouvrages des sciences sociales (psychologie, linguistique, économie politique, droit et sciences de l'éducation; et, pour finir, un troisième groupe avec les ouvrages de philosophie et épistémologie (Bronckart, 1985 : 68).

Selon le premier classement les discours scientifiques et techniques seraient, pour cet auteur, et en analyse linguistique, des discours théoriques appartenant aux sciences naturelles, tandis que les discours professionnels pourraient appartenir à deux catégories: ou bien il s'agit de discours oraux du domaine économique ou touristique et, par conséquent, de discours en situation; bien, il s'agit de textes écrits qui appartiendraient aux sciences sociales et, alors, ils sont classés dans les discours théoriques. Mais, où peut-on classer les discours appelés de vulgarisation scientifiques?. Dans la plupart des cas, ils présenteraient des caractéristiques propres aux discours en situation, car nous avons déjà dit que c'est une manière de toucher le grand public sans l'objectivité d'un ouvrage scientifique. Néanmoins, certains textes qui appartiennent à des ouvrages de sciences sociales

peuvent être considérés aujourd'hui comme des discours de vulgarisation en raison de la prolifération de ce type d'œuvres.

### 3. LE CLASSEMENT DE MAINGUENEAU (1998, 2000)

#### 1. *Typologies communicationnelles*

Le premier classement proposé par Maingueneau répond au classement textuel traditionnel qui reprend les fonctions du langage de Jakobson (1963). Il s'agit d'une classification d'ordre communicationnel dans laquelle on peut extraire le schéma de communication suivant :

Un *contexte* comme fonction référentielle, un *émetteur* qui joue une fonction émotive face au *destinataire* avec une fonction conative. Le *message* à transmettre (fonction poétique) et le *contact* et le *code* de transmission ayant respectivement des fonctions phatiques et des fonctions métalinguistiques. Ce classement donne lieu à des textes :

Textes émotifs
Textes référentiels
Textes conatifs
Textes métalinguistiques
Textes phatiques
Textes poétiques

Une autre classification d'ordre communicationnel répond aux fonctions sociales : fonction ludique, fonction de contact, fonction religieuse, etc. Ces fonctions, selon Maingueneau, sont communes à de multiples genres de discours, la fonction de contact se retrouve par exemple dans une conversation de café ou sur une carte postale.

Ce même classement est aussi proposé par un autre théoricien de la linguistique textuelle : J.M. Adam qui offre plusieurs œuvres avec des exemples pratiques qui suivent cette analyse traditionnelle.

## *2. Les typologies des situations de communication*

Les genres de discours relèvent de divers types de discours, associés à de vastes secteurs d'activité sociale. On peut constituer des genres de discours à l'intérieur d'un type de discours classé par secteurs d'activité. Dans notre cas, le secteur d'activités touristiques produit des brochures, programme, circuit, guides...

Ces typologies se différencient des typologies communicationnelles par leur caractère historiquement variable.

## *3. Typologies linguistiques et discursives*

Cette typologie est basée sur l'opposition établie par le linguiste Benveniste entre discours et histoire. Cette opposition donne lieu à des textes classés selon leurs énoncés et leur situation d'énonciation mais qui ne rendent pas compte de leur situation sociale. Par contre, pour l'analyse des discours il faut s'appuyer sur des typologies discursives qui unissent les deux facteurs, à savoir, d'un côté les fonctions, et de l'autre l'énonciation. C'est ainsi que l'on retrouve les modalités du premier classement exposé, surtout dans le discours dit de vulgarisation dans lequel on ne peut séparer les deux aspects.

APPLICATION DIDACTIQUE : « TEXTE ET DISCOURS DANS LES ECRITS  
TOURISTIQUES »

*Les objectifs :*

Nous allons considérer maintenant toutes les données exposées ci-dessus dans notre cours. Avant d'établir tous les objectifs nécessaires au développement du cours, il est nécessaire de les situer par rapport au niveau que nous voulons atteindre dans le parcours de notre matière. Les élèves qui suivent les études de tourisme dans notre université ont la possibilité d'étudier le français dans les trois années de la *Diplomatura de Turismo*. Le texte de base pour l'enseignement/apprentissage des langues étrangères et le *Cadre européen commun de référence pour les langues*. Selon le

*Cadre...* ont établi six niveaux «le système proposé adopte une arborescence du type des ‘hipertextes’ à partir d’une division initiale en trois niveaux généraux A, B, C» (*Cadre*, 2001: 25). De ces trois niveaux nous pensons que nos élèves peuvent acquérir le niveau B : utilisateur indépendant, en deuxième année un niveau B1 : niveau Seuil ou, en troisième année ils peuvent essayer d’arriver à des compétences d’un niveau B2 : avancé ou indépendant.

Suivant aussi le *Cadre commun...* «on appelle ‘texte’ toute séquence discursive orale ou écrite que les usagers/apprenants reçoivent, produisent ou échangent. En conséquence, il ne saurait y avoir acte de communication langagière sans texte». (*Cadre*, 2001: 75)

Notre objectif général sera, alors, essayer que les élèves puissent acquérir une compétence textuelle à partir de l’analyse des séquences écrites reprises dans les documents authentiques. C’est-à-dire, nous allons centrer notre attention dans le développement des stratégies de compréhension et production écrite.

Pour déterminer les objectifs spécifiques, nous avons repris ceux sélectionnés par Rück (1991: 55) pour après les adapter aux compétences du groupe et aux contenus. Selon cet auteur on peut classer les objectifs suivant deux aspects principaux qui correspondent à la maîtrise des detresses communicatives.

*Aspect réceptif: (Compréhension écrite et orale)*

L’élève doit apprendre à:

- Saisir promptement et sans hésitation, au vu des signaux textuels et extratextuels, le thème d’un texte oral ou scriptural.
- Saisir les grandes relations d’un continuum textuel.
- Reconnaître les microarticulations structurelles d’un texte un tant que système directeur et, grâce à elles, à saisir également de façon correcte des informations isolées et des arrangements spécifiques.
- Distinguer les types et les catégories textuelles et à y réagir de façon adéquate.
- Reconnaître la littérarité dans diverses catégories textuelles.

*Aspect productif: (Compréhension et expressison écrite)*

L'élève doit apprendre à:

- Concevoir un thème ou une intention expressive.
- Esquisser mentalement ou par écrit un contexte global.
- Structurer un texte conformément aux types et aux catégories.
- Combiner correctement ses phrases avec l'aide des moyens mis à sa disposition par la langue étrangère.
- Expérimenter dans des jeux de langage, les possibilités mêmes littéraires de la langue.

Dans le *Cadre commun européen de référence* les objectifs choisis se réfèrent aussi aux détresses langagières. En ce qui nous concerne dans notre analyse textuelle de l'écrit nous citons les objectifs des niveaux B1 et B2 de ce document. (Cadre, 2001: 51 et 57)

### **Production écrite générale**

B2	Peut écrire des textes clairs et détaillés sur une gamme étendue de sujets relatifs à son domaine en faisant la synthèse et l'évaluation d'informations et d'arguments empruntés à des sources diverses.
B1	Peut écrire des textes articulés simplement sur une gamme de sujets variés dans son domaine en liant une série d'éléments discrets en une séquence linéaire.

### **Compréhension générale de l'écrit**

B2	Peut lire avec un grand degré d'autonomie en adaptant le mode et la rapidité de lecture à différents textes et objectifs et en utilisant les références convenables de manière sélective. Possède un vocabulaire de lecture large et actif mais pourra avoir des difficultés avec des expressions peu fréquentes.
B1	Peut lire des textes factuels directs sur des sujets relatifs à son domaine et à ses intérêts avec un niveau satisfaisant de compréhension.

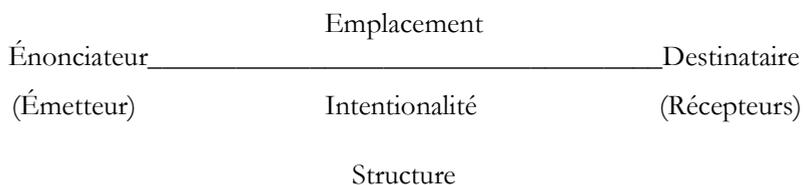
Notre programme en troisième année de tourisme présente un rapport entre ces objectifs et les contenus de la programmation spécifique en FOS :

- Savoir reconnaître et utiliser les ressources de la publicité pour promouvoir une ville, un pays...
- Analyser toute la typologie de documents mis à disposition de la promotion touristique.
- Savoir faire la promotion de tous les services offerts par l'agence en ce qui concerne les voyages, les séjours et les visites guidées.

Ces objectifs s'encadrent dans notre programme de contenus :

- Les écrits touristiques: Définition
- Le classement des écrits touristiques
- La communication touristique: Moyens de promotion touristique
- Nouveaux moyens de promotion touristique: Internet
- L'industrie touristique et la publicité

Étant donné tout ceci, nous commençons par expliquer le schéma de la communication générale adapté au fait qu'il existe un type de communication dite « touristique » :



Plusieurs emplacements sont possibles : les points d'information touristique publics ou privés. Les énonciateurs sont normalement les entreprises du secteur. Les destinataires les clients potentiels. Quant à l'intentionnalité tout va dépendre du type de texte analysé, ou bien il s'agit de vendre un produit touristique, ou bien il s'agit de renseigner ou de faire connaître. La structure est aussi très variée selon le type de texte

avec une mise en page différente, une typographie des images, des plan des textes aussi différents.

*Écrits touristiques.* Après notre objectif est de faire connaître les écrits touristiques aux élèves. Ce sont normalement des écrits « gratuits » qui servent de supports de vente à divers professionnels. Un texte touristique répond au schéma argumentatif présenté par S. Moirand (1990: 138)

- la conclusion est de l'ordre du "faire agir" (le message essaie d'avoir un effet sur le client).
- la production du texte (le rédacteur publicitaire) part d'une "représentation" qu'il se fait du client potentiel; les études de marché et les enquêtes de motivation fournissent souvent des données sur ses croyances, ses expériences, ses comportements.
- les arguments sont choisis pour amener le client à changer de croyance ou de comportement, à faire une nouvelle expérience.

Les différentes opérations, selon Moirand, pour la production de ces textes sont :

- *Opérations de référence* : le choix du lexique qui représente la réalité à laquelle on se réfère.
- *Opérations de caractérisation ou de prédication* : Précisions sur la situation et la description de personnes et choses.
- *Opérations d'énonciation* : Opérations liées à la situation de communication (composante pragmatique)

D'autres opérations ont été établies par Pendax :

*Opérations de haut niveau.*

- Reconnaissance du domaine référentiel auquel appartient le texte ou le document.
- Reconnaissance et saisie de la fonction sociale et communicative du texte, des éléments culturels et situationnels pertinents, et de tout ce qui contribue au cadre de la communication.
- Reconnaissance et saisie de l'organisation du texte, de sa consatruccion, de sa cohérence et de sa cohésion.

*Opérations de bas niveau.*

- Reconnaissance et saisie d'éléments de signification: marques de l'énonciation, intonations, lexique, éléments morphologiques, unités phonologiques à l'oral signes graphémiques à l'écrit (Pendax, 1998: 86)

*Classement :*

Nous pouvons signaler un premier classement général qui présente les écrits touristiques comme une partie de la communication interne et externe de l'entreprise.

Catalogue / Brochure / Prospectus  
Dépliant  
Feuillet publicitaire  
Affiche publicitaire  
Encart publicitaire  
Petite annonce  
Programme  
Mini-guide / Guide / Circuit

---

Facture  
Devis  
Cotation  
Bon d'échange  
Bon de forfait / bon de dépôt

---

Note d'information  
Note de service  
Compte-rendu  
Rapport

---

Lettre commerciale / circulaire  
Publipostage  
Télécopie  
Courriel

---

Menu

Recette  
Prise de commande

En second lieu, nous allons exposer un deuxième classement par secteur d'activité qu'on va utiliser avec les élèves :

HOTELES	Fiche de réservation, fiche pour les messages, bon de réparation...
AGENCIAS	Fiche de coût, mini-guide, circuit,...
HOTELES AGENCIAS	Catalogue, brochure, prospectus, dépliant, feuillet publicitaire, affiche, encart, petite annonce, plaquette, ...
RESTAURANTE	Menu, recette, prise de commande,...
TODOS	Facture.

#### MODELES A SUIVRE

La méthodologie dépend du choix du matériel, mai l'on peut utiliser plusieurs modèles tous appartenants à une méthodologie pragmatico-communicative avec une typologie de documents authentiques dont le choix est fait par le professeur à l'avance, selon le niveau des élèves.

En général, nous allons analyser ces documents dès différents points de vue :

1. Une analyse externe permettant une première lecture visuelle (Maingueneau, 2000) pour accéder à la spatialité du texte. Selon Maingueneau le texte exploite de plus en plus le fait qu'il occupe un certain espace matériel. Il s'agit de l'analyse des éléments iconiques et du paratexte.
2. Un modèle linguistique proposé par S. Moirand avec trois types différents d'approche :
  - Les conditions de production du texte: Dans les écrits touristiques émetteur et récepteur appartiennent au même temps mais pas nécessairement au même espace.

- Une approche linguistique: Cette approche permet d'étudier les fonctions du langage, les marques formelles de l'énonciation, et les modalités pragmatiques.
- Les stratégies de mise en texte: Les éléments de référence externes et internes.

3. Le modèle de *matrice discursive* préconisé par Béacco et repris par Florence Mourlhon-Dallies pour l'appliquer au domaine touristique.

Dans la thèse de Béacco, la matrice a l'allure d'un tableau synthétique à deux colonnes, regroupant d'un côté les différentes opérations linguistiques mises en jeu pour produire des comptes-rendus historiques, de l'autre les marques textuelles correspondant à ces opérations. Il y a là comme une première tentative d'articuler des dérivés d'actes de parole à la description linguistique d'un genre textuel. (Mourlhon-Dallies, 1993: 29)

## ACTIVITES

Nous allons présenter maintenant certaines activités générales qu'on pourrait appliquer à l'analyse de n'importe quel type de document authentique écrit pour l'analyser en cours avec les élèves. Nous avons divisé ces activités en deux catégories : les activités de présentation, plutôt théoriques, et, les activités pratiques orientées par le professeur et réalisées par les élèves.

### *Activités de présentation*

- Le professeur explique aux élèves le schéma de la communication touristique, les différents partenaires et la place des écrits dans ce schéma.
- Le professeur présente aux élèves les différents types d'écrits touristiques. Étude du lexique et l'on essaie d'établir les différences entre les divers classements.

### *Activités pratiques*

1. À partir les divers classements présentés les élèves doivent étudier le lexique. On réalisera un exercice de traduction en langue maternelle pour établir les liens et les différences entre les divers types d'écrits de promotion touristique. On fait un choix avec certains termes qui posent des problèmes et le professeur donne la définition du dictionnaire : Par exemple :

*Catalogue:*

Liste souvent illustrée, de marchandises, d'objets à vendre.  
“Catalogue publicitaire”

*Brochure:*

3. (1718) Ouvrage imprimé et broché ou sommairement assemblé, dont le nombre de pages est trop réduit pour constituer un livre.  
“Brochure publicitaire”.

*Prospectus:*

2. Fin XVIII è. Annonce publicitaire, le plus souvent imprimée, brochure ou simple feuille, dépliant, destinée à vanter auprès de la clientèle un établissement public, un commerce, une affaire.

*Encart:*

Fraction de feuille en page isolée que l'on place à l'intérieur d'un cahier (1930). Feuille volante ou petit cahier que l'on insère dans une brochure. “Un encart publicitaire”

*Dépliant:*

2. Album d'images qui se déplie. Feuille, page d'un format plus grand que celui où elle est insérée et qu'on déplie pour consulter.

Les trois premiers se réfèrent à une même réalité contextuelle et ce sont les termes les plus généraux. Le dernier *dépliant* offre divers problèmes de traduction en espagnol. La dimension culturelle de la langue entre en jeu. Le concept implique un morceau de papier qui se plie de différentes manières et en différentes parties. En espagnol le terme est traduit la plupart des fois par *tríptico* mais ce n'est pas exactement la même idée, car ce document doit être plié alors que parfois par analogie on l'applique à tout type de document plié.

Le mot *prospecto* fait référence aux instructions des ordonnances ou les notices des appareils par exemple même s'il peut être utilisé dans le domaine touristique. Le terme de *encarte* est plus loin encore d'un emploi touristique et pour *plaque*, il s'agit d'un galicisme introduit dans la langue espagnole sans application au domaine de la communication touristique.

2. Faire une analyse externe des documents, des écrits touristiques. Pour cela il faut connaître les éléments propres à la communication non-verbale : les éléments paratextuels, les illustrations, la typographie, etc. On peut ainsi décrire la spatialité du texte.

Pour les documents de promotion touristique privés ou publics on joue maintenant avec la dimension culturelle de la langue. C'est ce qu'on appelle la culture de l'autre. Le potentiel client a besoin d'information sur l'espace étranger qu'il va visiter, il a le rêve du voyage. C'est la culture de l'exotisme, du désir accompagnée par le discours de la séduction, typologie discursive proche à celle de la publicité.

C'est cette image de la culture de l'autre, celle qui arrive à nos cours de français de tourisme : toute la typologie d'écrits touristiques offre une image stéréotypée de l'autre et le discours informatif, dans un premier temps, répond plutôt à l'analyse de la séduction, de l'idéalisation et de la recherche de l'ailleurs le plus lointain. Les mass-média jouent un rôle très important dans la détermination de l'image que nous recevons de la culture de l'autre. (Cantón Rodríguez, 2003: 127)

Cette analyse externe des documents comme les brochures d'hôtels joue beaucoup avec cette culture stéréotypée: les photos de l'environnement de l'hôtel, les symboles des chaînes hôtelières.

Le professeur demande d'analyser ces images :

- Quelle est l'image offerte par cet établissement?
- S'agit-il d'une image stéréotypée ?
- Existe-t-il des éléments de la culture du pays dans ces images ?

- Quel est le but du rédacteur publicitaire ?

On passera après en cours à l'analyse des éléments para-verbaux en petits groupes : la typographie des mots, les informations complémentaires, le coin des informations pratiques dans la brochure ou le dépliant analysé.

### 3. Réaliser une analyse interne.

Quelles ont été les conditions de production du texte ? Pour répondre à cela le professeur reprendra le schéma de la communication touristique pour l'appliquer au document. Qui est l'émetteur : une entreprise du type hôtel ou tour-opérateur. Qui est le récepteur : Un potentiel client (on peut extraire le niveau social, le type de tourisme, etc.).

Ce type d'analyse entraîne l'indication des stratégies de mise en texte et les traits linguistiques. On analyse de cette manière le *descriptif de l'hôtel* dans certaines brochures de présentation d'hôtels :

- Comment on fait le descriptif de l'hôtel ?
- Exercice de révision : Travailler le lexique de l'hôtel : Il y a une brève énumération des caractéristiques de l'établissement et sa situation par rapport aux moyens des transport alors il existe un mouvement de l'intérieur vers l'extérieur : Chambres, services des chambres, services complémentaires de l'hôtel internes et externes, distances.
- Exercice de traduction: Introduire le lexique de différentes activités touristiques qu'on étudie en troisième année et les divers types de tourisme (tourisme vert, tourisme d'affaires, tourisme de santé...).
- Analyser la disposition textuelle et la nominalisation.

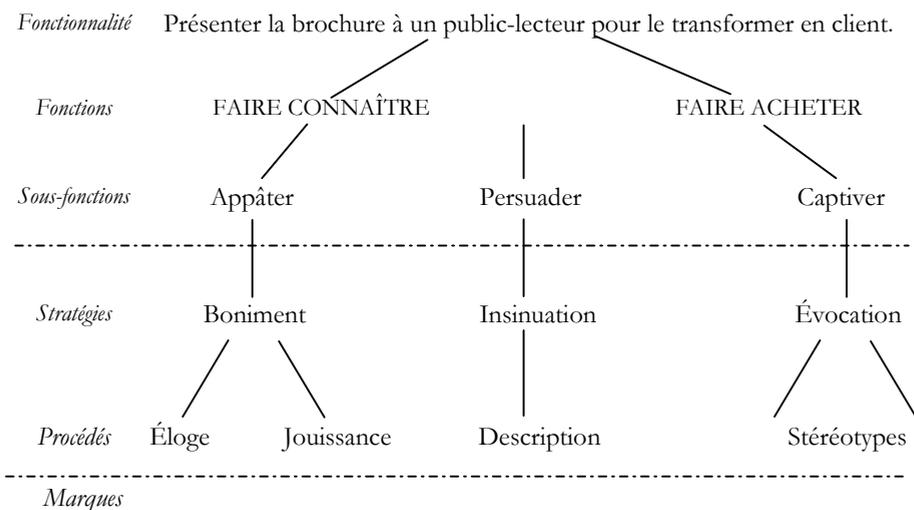
### 4. Dernière activité :

Appliquer le schéma de *matrice discursive* : Le professeur explique les différentes fonctions qui se développent dans ce modèle. Ce modèle reflète l'union entre le discours publicitaire et le discours professionnel du tourisme. En se basant sur un système de fonctions du langage à

partir de l'analyse d'un texte (dépliant, brochure, circuit), ce modèle peut faire connaître la manière de production de ce texte. De cette façon, on peut synthétiser les objectifs du texte publicitaire dans le domaine du tourisme. Mettons un exemple :

Les élèves, à partir de la spécification de sous-fonctions, par exemple *appâter*, *persuader*, *captiver*, ils cherchent dans les documents les éléments linguistiques qui définissent chacune des fonctions déterminées. Après on va repérer les procédés qu'on a mis en fonctionnement pour chaque stratégie définies à partir des fonctions. Chaque écrit touristique repète plus ou moins le même schéma des fonctions. La partie la plus élaborée sera la détermination des marques dans le modèle, c'est-à-dire, les verbes, adjectifs, expressions qui attireront les éventuels clients, les expressions stéréotypées dont on se sert la langue pour atteindre l'objectif proposé.

### SCHÉMA DE FONCTIONS



### RESULTATS

Cette expérience nous offre vraiment des résultats surprenants dans notre groupe-classe. Certainement, les élèves qui n'ont pas de connaissances préalables, arrivent à construire des schémas sur le modèle de matrice discursive où l'on apprécie qu'ils ont bien compris le texte écrit analysé.

De notre part, il faudrait ajouter qu'il est nécessaire tout un travail fait surtout en ce qui concerne le lexique et les structures linguistiques du discours publicitaire (les superlatifs, la nominalisation, etc.).

Les élèves, avec ce type d'expériences, essaient de construire un modèle de texte écrit valable. Ils fabriquent, eux mêmes des brochures, de petits textes publicitaires du domaine de tourisme avec tous les éléments verbaux mais aussi para-verbaux.

#### BIBLIOGRAPHIE

La bibliographie que nous présentons ci-dessous correspond aux travaux consultés généralement dans nos cours. Quant à l'analyse du discours le choix est immense et nous pensons que les nouveaux outils nous facilitent l'accès immédiat. Nous exposons des titres de base qui nous semblent importants pour notre exposé.

ADAM, Jean-Michel (1992), *Les textes: types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue*, Paris : Nathan.

ADAM, Jean-Michel (1999), *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes*, Paris : Nathan.

ALCARAZ VARÓ, Enrique (2000), *El inglés profesional y académico*, Madrid: Alianza Editorial.

ANGENOT, M. (1988) « Rhétorique du discours social », *Langue française*, 79, Paris, Larousse, pp. 24-36.

BRONCKART, J.P. (1985) *Le fonctionnement des discours*, Paris, Delachaux-Niestlé.

CANTÓN RODRÍGUEZ, M<sup>a</sup> Loreto (2003) "Images et discours de l'autre en français du tourisme: une approche didactique" en CHAVES, M<sup>a</sup> José, et DÚCHENE, Nadia. (eds), *Identités culturelles francophones: de l'écriture à l'image*. Huelva. Universidad de Huelva, pp. 121-132.

- CARRÉ, Pierre. (1991) Organiser l'apprentissage des langues étrangères, Paris, les Éditions d'Organisation.
- CONSEIL DE L'EUROPE (2001) Cadre européen commun de référence pour les langues : apprendre, enseigner, évaluer. Paris, Didier.
- HENAO, Martine. (1989) « Formation linguistique professionnelle », *Reflét*, pp. 18-23.
- JACOBI, Daniel. (1984) « Du discours scientifique, de sa reformulation et de quelques usages sociaux de la science », *Langue française*, 64, Paris, Larousse, pp. 38-52.
- KOCOUREK, R. (1991) La langue française de la technique et de la science, Wiesbaden : Brandstetter Verlag.
- LEHMANN, D. (1993) Objectifs spécifiques en langue étrangère, Paris, Hachette.
- MAINGUENEAU, Dominique. (1991) L'analyse du discours, Paris, Hachette.
- MAINGUENEAU, Dominique. (2000), Analyser les textes de communication. Paris: Nathan (1998)
- MOIRAND, Sophie. (1990): Une grammaire des textes et des dialogues. Paris: Hachette.
- MOIRAND, S., ALI BOUACHA, A., BEACCO, J.C., COLLINOT, A. (1994), « Présentation », *Parcours linguistiques de discours spécialisés*, Peter Lang, 1995.
- MORTUREUX, M. Françoise. (1995) « Les vocabulaires scientifiques et techniques », BEACCO, Jean-Claude. et Sophie. MOIRAND, Les enjeux des discours spécialisés, Cediscor 3.
- MOURLHON-DALLIES, Florence (1993), « Que faire des matrices discursives mises à jour par l'analyse de discours? ». *Les pratiques de classe en langue étrangère. Actes du 3<sup>e</sup>. Colloque international ACEDLE*, 29-36.
- MOURLHON-DALLIES, Florence (1994), « Vers une stylistique de spécialité: Les écrits touristiques comme chaîne discursive », *Presses de la Sorbonne Nouvelle*. Pp. 112-118.
- MOURLHON-DALLIES, Florence (2005) : *Analyse du discours et Français sur Objectifs Spécifiques : des apports réciproques. Points communs n°26*. Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, pp. 8-11.
- PENDAX, Michel. (1998) Les activités d'apprentissage en classe de langue, Paris: Hachette.
- PEYTARD, Jean et MOIRAND, Sophie (1992), *Discours et enseignement du français*. Paris: Hachette.
- RÜCK, H. (1991) Linguistique textuelle et enseignement du français, Paris: Hatier/Didier, "Coll. LAL"
- VIGNER, Gérard., A. MARTIN (1976), *Le français technique*, Collection Le français dans le monde, Paris: Librairies Hachette et Larousse.