

**La politique linguistique et les  
problèmes identitaires**



Rodica-Doina GEORGESCU  
Doctorante, Université de Craiova, Roumanie

Cecilia CONDEI  
Professeur, Université de Craiova, Roumanie

## **L'identité culturelle et linguistique à travers le discours touristique proposé par les manuels roumains de FLE**

### **1. Introduction**

#### **1.1 Éléments civilisationnels**

Cette notion de «civilisationnel» formé de «civilisation» provient du mot latin *civis*, désignant *citoyen*. Il s'agit, donc, de *civiliser le /les citoyens*.

Son évolution historique nous permet de retenir qu'elle signifiait «l'ensemble des traits qui caractérisent l'état d'évolution d'une société donnée» sur le plan technique, intellectuel, politique, moral. Mise en corrélation avec les notions de culture, de religion, et de société, cette notion sera associée aux termes de progrès (à l'époque des Lumières), d'idéal (l'idéal consistait à civiliser les peuples pour atteindre de hauts degrés de civilisation).

Actuellement, le contenu sémantique de la notion de «civilisation» se fonde sur les faits linguistiques, culturels, sur l'histoire, la géographie et la politique des peuples.

On parle aussi de dialogue des langues et des civilisations, implicitement, de dialogue entre les peuples ou de dialogue interculturel.

Nous nous intéressons à *La communication touristique (le concept est en cours d'élaboration, voir le site [www.calenda.org>societes>sociologie>sportsetloisirs](http://www.calenda.org/societes/sociologie/sportsetloisirs))* qui a pour but d'harmoniser les relations humaines.

La notion de *civilisationnel* se rapporte au mot *civilisation* qui signifie:

- fait de civiliser,

## La politique linguistique et les problèmes identitaires

- ensemble des caractéristiques d'une société humaine développée,
- ensemble des caractéristiques sociales (religieuses, morales, esthétiques, techniques...) communes à une société ou à un groupe de sociétés.

- civilisation égéenne – nom donné à l'ensemble des civilisations helléniques de L'Âge du bronze qui se sont constituées et développées autour de la mer Égée aux alentours de IIème millénaire avant Jésus Christ. ([www.dictionnaire.reverso.net/français-définition/civilisationnel](http://www.dictionnaire.reverso.net/français-définition/civilisationnel), page consultée le 19 août 2014).

L'étude des contenus d'apprentissage des manuels roumains de FLE nous a permis de dresser un tableau portant sur les éléments civilisationnels les plus fréquents:

Thèmes. Unités d'apprentissage/ Manuels de FLE	Éléments civilisationnels
I. 1. <b>La France et les stéréotypes culturels.</b> 2. Unité 0/ IX <sup>e</sup> cls.,	– produits culinaires français, mode, Tour Eiffel; habitudes et comportements des touristes étrangers; fiche d'identité d'une personne;
II.1. <b>Tourisme / Voyage / Loisirs</b> 1.1. <b>Voyage en France.</b> Régions françaises: Flandre, Île-de-France, Normandie, Bretagne, Bourgogne, Savoie, Midi méditerranéen. 1.2. <b>Voyage à l'étranger.</b> Unités: u [Unité (désormais u.)].no.8 <i>Et si on parlait de la France...</i> , u. 9 <i>Recettes de vacances-</i> IX <sup>e</sup> cls.; u.no7. <i>Les gens d'en Haut</i> , u.n°8. <i>Le terroir retrouvé</i> – X <sup>e</sup> cls; u.n°5 <i>La France – Entrez par la Grande porte</i> , u.no.7. <i>Plus loin, toujours plus loin!</i> -XI <sup>e</sup> cls; u.n°3. <i>Le revers de la médaille</i> , u.n°4 <i>Quand les jardiniers s'en vont</i> – XII <sup>e</sup> cls.; toutes les six unités: <i>Un Roumain à la découverte de la France</i> , <i>Un après-midi agréable</i> , <i>Autour d'un week-end</i> , <i>Chic, alors on est invités!</i> , <i>Sur la Côte d'Azur</i> , <i>Il faudra se quitter</i> (manuel pour l'école professionnelle); <b>D'autres destinations:</b> en Afrique, au Maroc, (u. n°9 IX <sup>e</sup> cls.), aux Antilles, en Polynésie française (u. n°7- XI <sup>e</sup> cls);	<b>Flandre:</b> le patrimoine culturel et naturel, les modes de vie, le progrès technologique, les moyens de transport modernes en Flandre; <b>Île-de-France:</b> le patrimoine culturel (châteaux, musées); les modes de vie des Franciliens; les moyens de transport; les arts plastiques: les peintres paysagistes de Corot à Renoir; <b>Normandie:</b> la découverte de la ville du Havre; les contes de Maupassant; <b>Bretagne:</b> paysages, fêtes et traditions; <b>Savoie:</b> lieux et traditions en Haute-Savoie; <b>Bourgogne:</b> le tourisme de masse et les vacanciers; <b>Le Midi:</b> Côte d'Azur, séjours, lieux touristiques; <b>En Afrique:</b> Maroc et ses traditions culturelles; écrivains francophones; <b>Aux Antilles:</b> l'Île d'Haïti, rendez-vous avec des écrivains francophones; <b>En Polynésie française:</b> Tahiti, les paysages naturels, les peintres impressionnistes;

<p><b>III. La vie de famille</b> / Unité no. 1. <i>Les mots de tous les jours</i>, u.n°4 <i>Le choix du cœur</i> (IX<sup>e</sup> cls), u.n°6 <i>Tel oncle, tel neveu</i> (X<sup>e</sup> cls); u. n°2 <i>Tableaux de famille</i>, u. n°3. <i>Le revers de la médaille</i> (XII<sup>e</sup> cls).</p>	<p>– Le dialogue des générations; – la solidarité sociale; les actions humanitaires; – fêtes et traditions familiales: La Fête de Noël en famille;</p>
<p><b>IV. Le parcours professionnel. Le monde du travail.</b> u.n°5 <i>Quel métier est fait pour vous?</i> (IX<sup>e</sup> cls); u.n°5 <i>C'est mon parcours</i>, u. n°9 <i>Réussir sa vie</i> (X<sup>e</sup> cls); <i>En avant pour le succès</i> u.n°7 (XII<sup>e</sup> cls); u.n°5. <i>Focus 1-6 métiers</i> (manuels de IX<sup>e</sup> -X<sup>e</sup> cls. Pour l'école professionnelle).</p>	<p>– les professions; la réussite professionnelle; – les carrières artistiques, politiques et sportives;</p>
<p><b>V. La musique / le film francophone.</b> u.n°1 <i>Les mots de tous les jours</i>, u.n°2 <i>Tout pour la musique</i> (IX<sup>e</sup> cls); <i>Mon cœur qui bat</i>, u.n°5. <i>C'est mon parcours</i>, (X<sup>e</sup> cls); u. n°1. À la recherche du soi-même (XI<sup>e</sup> cls);</p>	<p>– les festivals de la musique francophones; les vedettes de la chanson française; les genres musicaux: techno, rock, etc.</p>
<p><b>VI. L'Univers des ados.: la nourriture et la santé physique et mentale.</b> u.n°4. <i>Le choix du cœur</i>, u.n°6 <i>Halte aux complexes!</i> (IX<sup>e</sup> cls); u.n°1 <i>Un Roumain à la découverte de la France</i>, <i>Focus1 métiers</i>, <i>Focus 2 métiers</i>, <i>Focus3 métiers</i> (manuel pour l'école professionnelle).</p>	<p>Les plats en France; les hôtels de France;- parler de son état physique; le système de santé en France;</p>
<p><b>VII. Les hautes technologies en France</b> u. n°8 <i>Et si on parlait de la France.../ IX<sup>e</sup> cls</i>; u.n°3 <i>L'atout créatif / XI<sup>e</sup> cls</i>; u.n°6. <i>Il faudra se quitter</i> (IX<sup>e</sup> -X<sup>e</sup> cls. L'école professionnelle):</p>	<p>– le progrès technologique en France;</p>
<p><b>VIII. L'Internet</b> u.zéro (XI<sup>e</sup> cls.); u.n°8 <i>Boulou – Finie la paperasse!</i> (XII<sup>e</sup> cls).</p>	<p>– le mode d'emploi d'Internet; – les défis de l'avenir professionnel;</p>
<p><b>IX. La vie sentimentale des ados.</b> u.n°1 <i>Mon cœur qui bat</i> (IX<sup>e</sup> cls); u.n°8 <i>Et moi... émotions</i> (XI<sup>e</sup> cls);</p>	<p>– la naissance de l'amour; – l'émotion amoureuse;</p>

Le tableau réalise un inventaire général des éléments, mais nous traiterons seulement ce qui se trouve dans les parties I et II, c'est-à-dire ce qui se trouve en rapport direct avec la communication touristique.

Il faut noter que, dans le contexte d'enseignement du FLE, plus précisément dans le contexte des discours de la classe, les apprenants, mis en situation de communication où prédominent les éléments du discours touristique, deviennent eux-mêmes ce que nous appelons «apprenants-

touristes», personnes qui reconstruisent, à côté de à l'aide de l'enseignant, les situations des discours touristiques. De tous les rôles qu'un apprenant peut avoir dans la classe de FLE, nous ne retenons que le rôle de «touristes», «apprenant-touriste» par lequel nous entendons l'élève en situation de touriste, engagé dans une communication touristique, basée sur un vocabulaire de spécialité du domaine du «tourisme».

Les activités portent sur la description d'une région, sur la lecture d'une image représentant des montagnes, la nature, des paysages pittoresques, la mer, etc., et des châteaux, des églises, des musées, etc. Les apprenants peuvent monter des dossiers sur l'espace francophone, et utiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Parler de l'espace et de l'environnement leur fournit l'occasion de s'approprier les informations culturelles en s'imaginant sur le terrain ou à l'intérieur des édifices religieux, culturels. Les informations culturelles peuvent être transmises soit par écrit (par des compositions libres, par des essais, par des affiches publicitaires, des posters, etc.), soit oralement (par des réunions, par des travaux en groupes, etc.).

Par conséquent, les apprenants ayant le rôle de touristes se retrouvent dans des situations interculturelles et communicationnelles assez complexes qui favorisent la transmission des informations et le partage de...) de l'espace «guidé» au sein d'une collectivité plus ou moins hétérogène.

## **1.2 Didactique des langues-cultures: aspects généraux conduisant à une vision interculturelle**

La didactique des langues-cultures étrangères (désormais DLCE) est une discipline qui se rapporte à *la didactique des langues-cultures en milieu scolaire, un point d'appui dans l'enseignement/l'apprentissage du FLE*. La didactique des langues-cultures est une discipline très récente qui appartient à la didactique et qui s'intéresse également à d'autres disciplines dites *connexes*: les sciences du langage, les sciences de l'éducation, l'anthropologie culturelle.

Le niveau «didactologique» (Purin 10) recouvre un champ plus large. La didactologie s'appuie également sur des facteurs externes: sociaux, politiques, religieux, touristiques, etc.

Nous allons regrouper dans les tableaux suivants la DLCE (appliquée à la culture *touristique selon le modèle proposé par Christian Puren* (16), en fonction de trois niveaux: didactique, méthodologique et didactologique.

**Niveau didactique: Objectifs culturels / les composantes de la compétence de culture**

La «composante culturelle»	La «composante inter-culturelle»	La «composante co-culturelle»
– L’acquis culturel fourni par le locuteur / l’enseignant-guide;	– les images / les perceptions ou les représentations du destinataire / l’apprenant- touriste;	– les valeurs culturelles communes; – les conceptions / les visions d’ensemble;

**Niveau méthodologique / Types d’approches de la culture *touristique***

– par le contexte social et institutionnel; – par le contexte linguistique: la grammaire (les tournures / les expressions linguistiques), le lexique: les termes de spécialité- domaines divers);	– par les modèles, les repères; – par la langue en tant que moyen de <i>communication touristique / phénomène social.</i>	– par le contact direct avec la culture de L’AUTRE;	– par le parcours;	– par des approches spécifiques; proposées jusqu’à présent;	par l’action sociale commune;
--	--	---	--------------------	---	-------------------------------

**Niveau didactologique des langues-cultures / Relation solidaire: La culture de l’AUTRE et la culture du Sujet**

l’ «interculturel»	le «co-culturel»
– la découverte de la culture de l’Autre «imprégnée» de la subjectivité du sujet; – le contact direct avec la culture étrangère: discours objectif; – la culture – mode de transmission / partage du savoir interculturel par le sujet-apprenant;	– l’élaboration d’une culture commune par les sujets d’origines et de cultures différentes pour vivre, cohabiter et travailler ensemble dans le nouvel espace multiculturel: dans un milieu scolaire, professionnel, etc.

## Commentaire

Cette hiérarchie de la didactique des langues-cultures selon les niveaux méthodologique, didactique et didactologique, met en relief non seulement la mise en corrélation de ces niveaux, mais aussi diverses approches interculturelles en didactique du FLE. C'est un point d'appui dans l'activité didactique et culturelle de l'enseignant-guide dont la tâche sera de concevoir un discours touristique basé aussi sur la compétence culturelle. Ce classement met en relief la relation solidaire entre la culture des apprenants et la culture de l'Autre qui entraîne également la coopération et la création d'une culture commune qui fortifie leur dimension interculturelle dans un milieu scolaire, institutionnel, professionnel, etc. Le bien vivre ensemble et le bien travailler ensemble forment un enjeu idéal de la DLCE.

Question: Quel est le rapport de la didactique des langues-cultures avec les discours touristiques présents dans des manuels roumains de FLE?

### 1.3 Le discours touristique – ancrages théoriques

L'élaboration d'un discours, en général, et d'un discours touristique, en particulier, se fonde sur l'identité culturelle du lecteur. Le responsable de ce discours – le guide – se retrouve dans une situation ou bien dans des situations interculturelles qui rendent possible la construction d'une identité culturelle et linguistique. Ces situations interculturelles placent le touriste-lecteur dans un espace connu ou moins connu dans lequel les dispositifs linguistiques mettent au point des stratégies et des techniques discursives qui assurent le choix des outils linguistiques dans le discours.

En général, le discours touristique du guide est structuré sur plusieurs axes: le premier réunit les aspects géographiques, historiques, culturels du site; le deuxième englobe la/les représentations de l'espace qui se développent dans le discours; le troisième axe est la mise en discours touristique de l'espace «guidé». Nous parlons de «guide», mais, pour ce qui est du discours des manuels, le «guide» est perçu à travers le contenu de ces manuels, contenu activé et réorganisé par l'enseignant.

Il convient de signaler que l'espace géographique ou historique et culturel – un espace réel – peut devenir un espace touristique, il acquiert cette dimension à travers le discours. C'est le discours touristique qui permet le changement de son statut: un espace extra-discursif, au début, qui, ensuite, devient discursif. Cette discursivité ressort du choix des formes linguistiques mises en fonctionnement discursif par les stratégies

et les techniques discursives utilisées par les actants. La découverte de cet espace relève également de plusieurs types textuels (selon la formule de J.M. Adam): descriptif, narratif, informatif, etc. Le destinataire-touriste accomplit plusieurs actes de parole: décrire un site, exprimer ses préférences, raconter / narrer une expérience vécue pendant le séjour, donner des renseignements pratiques à quelqu'un, etc.

Le discours favorise aussi le passage du Dire au Faire, de la communication touristique à l'action proprement dite, par exemple, dans une perspective actionnelle conforme au CECRL qui met l'apprenant, devenu touriste, dans le / les contextes d'accomplir une tâche, c'est-à-dire de créer sa propre communication / son propre discours à caractère touristique. Chaque touriste perçoit l'espace d'une manière différenciée en fonction de ses dimensions spatiale, temporelle et contextuelle ou discursive. Le touriste découvre l'espace «guidé», le recrée et ensuite le transmet à ses semblables. Ayant une fonction d'agrément et de plaisir et une visée touristique, l'espace va s'enrichir d'une visée didactique. Il contribue à renforcer la dimension interculturelle des apprenants, leur interaction et, par conséquent, à leur instruction et à leur éducation.

#### 1.4 Identité

L'identité repose sur «le principe de l'altérité qui met en rapport, dans des jeux subtils d'attraction et de rejet, le *même* et l'*autre*, lesquels s'auto-identifient de façon dialectique» (Charaudeau [en ligne]).

En analyse du discours, c'est «l'identité du sujet», «l'identité du moi» de l'individu, de celui qui parle, qui produit un discours. Patrick Charaudeau fait la distinction entre «l'identité psychosociale dite «externe», celle du sujet communicant, [...] et une identité discursive dite «interne», celle du sujet énonciateur, ...» (300). La première catégorie se rapporte à «[...] un ensemble de traits qui le définissent en fonction de son âge, son sexe, son statut, sa place hiérarchique...» (idem). La deuxième a pour trait les «... modes de prises de paroles, de rôles énonciatifs ou de modes d'interventions...» (idem). Il parle également «d'une identité de positionnement», la position qui le situe dans «un champ discursif» (idem).

Bref, l'identité résulte des caractéristiques communes au sujet, de ses manifestations discursives et des conditions de communication inscrites dans la situation communicationnelle. Nous allons y rajouter «[...] des

stratégies discursives que celui-ci met en œuvre de façon plus ou moins consciente» (idem).

### 1.4.1 L'identité culturelle

Étant donné ses affinités avec les droits culturels des gens et des peuples, avec le développement culturel, la didactique des langues-cultures, la composante interculturelle et la composante co-culturelle, l'identité culturelle est envisagée selon «quatre polarités catégorielles: l'objectif et le subjectif, l'universel et le singulier, les élites et les masses, le permanent et l'évolutif» (*Persée*). L'identité «apparaît comme un ensemble de structures objectives ...» (idem) envisagées dans des dimensions sociales, collectives et comme «un processus de subjectivation ...» (idem) portant sur le vécu, sur «l'individualité «consciente» ou «inconsciente<sup>1</sup>». Le deuxième pôle, l'universel et le singulier, se rattache à la singularité des peuples, des groupes et de leurs langues-cultures qui conduisent à l'universel. Cette diversité des langues-cultures induit une communication entre les langues-cultures ou entre «les porteurs de cultures singulières ...» (idem).

Quant aux élites et aux masses, notons la distinction classique entre la culture scientifique, technique, littéraire et «...les cultures expressives des groupes sociaux [...] en ce sens elle ne fait que projeter dans le champ historico-sociologique la «dialectique» précédente de l'universel et du singulier» (idem). Le dernier pôle a comme référence le temps, donc l'identité est pensable dans la dimension de l'historicité, dans son évolution et, implicitement, dans son changement continu qui engendrent la création, le développement. Ceci conduit, donc, à *la culture* et à sa durée temporelle.

### 1.4.2 L'identité linguistique

La langue et la culture constituent le fondement de l'identité linguistique. Moyen de communication, la langue est également porteuse d'une culture. Instrument d'expression individuelle et, également, *identitaire*, d'intégration sociale ou collective, la langue est un signe d'appartenance à un certain groupe ou à une certaine communauté avec sa culture et sa langue spécifiques.

---

1. *Idem*

La connaissance extralinguistique, le préconstruit (notion rattachée à l'interdiscours; concept postulé par P. Henry, puis développé dans M. Pêcheux, P. Charaudeau, D. Maingueneau (Charaudeau 464) renvoient à des discours antérieurs présents dans le discours conçu au moment de l'énonciation. Le but est de distinguer ce qui est dit antérieurement et de repérer ce que le touriste dit et veut faire. La tâche est commune à plusieurs genres de discours, elle consiste en la réalisation de productions langagières partagées avec les autres.

Pour conclure, le nouveau discours élaboré comportera des outils linguistiques appropriés qui seront transmis dans un univers discursif où «[...] l'analyste du discours est amené à découper des champs discursifs, où un ensemble de formations discursives (ou de positionnements) sont en relation de concurrence au sens large, se délimitent réciproquement...» (Charaudeau 97).

### 1.5 Images identitaires

Notre travail de recherche vise à présenter et à décrire aussi l'identité d'un pays, d'une région, etc. Nous allons nous rapporter aux éléments qui transmettent leur unicité, leur spécificité. Chaque pays / chaque coin du monde se sert de moyens divers qui peuvent mettre en avant son caractère spécifique, ce qui le différencie des autres pays / des autres destinations du monde entier.

La responsabilité du guide touristique est, donc, de construire son discours basé sur des mots, des structures linguistiques, sur des symboles qui traduisent la personnalité d'un pays, d'une région, etc., qui leur confèrent un nouveau statut, et leur donnent une place privilégiée à travers le discours touristique.

Par conséquent, *l'identité linguistique et l'identité culturelle* découlent de ce discours touristique composé de structures linguistiques et d'emblèmes qui incitent à la découverte.

Dans un premier temps, nous allons établir les emblèmes identitaires. Chaque pays a son/ses icônes, son/ses symboles ou son/ses emblèmes qui le représentent et qui le rendent célèbre. Témoins de l'histoire, par exemple, les châteaux, les palais, les musées, les cathédrales, les églises, etc., et témoins de l'époque moderne: le quartier de la Défense, la Tour Eiffel, la Pyramide en verre du Louvre, le Centre Georges Pompidou, etc., ces composantes de la Culture de l'AUTRE possèdent une charge civilisationnelle, puisqu'elles

sont porteuses de messages historiques, géographiques et sémantiques. Elles portent la marque de leurs créateurs, de leur personnalité et de leur esprit inventif. Ces emblèmes définissent le lieu, le rendent connu dans le monde. Ils «projettent» de multiples images: d'une part, c'est leur propre image (leur apparence, leur allure), l'image transmise par le guide et, d'autre part, l'image / leurs images rendues par les arts plastiques ou graphiques, la photographie, les films, les médias, la publicité. Nous pourrions y ajouter encore une image, celle que le destinataire-touriste perçoit, en les regardant ou en les contemplant. Ce sont également les images qu'ils se forgent par l'intermédiaire de la lecture ou du discours oral de l'enseignant-guide. Ensuite, ce sont les images qu'ils veulent «partager» avec les autres ou qu'ils tâchent de «partager» avec leurs semblables. Il tend à se former une image globale qui dépasse, en quelque sorte, ses frontières naturelles, pour qu'elle devienne plus universelle.

C'est justement le dispositif linguistique qui fixe leur place dans le discours, leur positionnement en début ou au cœur du discours touristique pour les mettre en valeur, pour éveiller l'intérêt du grand public, susciter le désir de les visiter et, finalement, pour les former / les éduquer à travers la Culture de L'AUTRE.

Bref, c'est l'image qui les désigne et leur redonne une nouvelle identité ou plusieurs identités à travers le discours touristique.

## **II. L'identité culturelle et linguistique à travers le discours touristique proposé par les manuels roumains de FLE.**

### **L'analyse du corpus**

#### **L'identification de construction des images identitaires; description**

##### **2.1 La France et les stéréotypes culturels**

Nous avons retenu ici (voir supra, le tableau) les éléments civilisationnels suivant: «les produits culinaires français, la mode, la Tour Eiffel; les habitudes et les comportements des touristes étrangers; la fiche d'identité d'une personne». Parmi eux, la Tour Eiffel, les habitudes et le mode de conduite des touristes étrangers: Allemands et Italiens en voyage dans la capitale française, sont en relation avec le discours touristique. Dans leur discours, les touristes insèrent des clichés dont certains se retrouvent dans les aventures

d'Astérix le Gaulois sur le mode humoristique. Les deux extraits de presse (le journal *Le Point*, page 7, **Les mots sont des miroirs**) reflètent les clichés que les touristes étrangers, par exemple les Italiens, associent aux Français: la mode représentée par le fameux designer Christian Lacroix, la cuisine française; à la différence des Allemands qui apprécient, particulièrement, les produits alimentaires. **Du point de vu allemand**, un extrait du compte-rendu du Guide publié dans *Le Monde*, définit le Français comme: «[...] un rien discipliné, fantaisiste, mais imaginatif et expressif» (IX<sup>e</sup>, page 7). Cependant, la vision de l'Allemand de l'Hexagone est en train de changer: il porte un jugement favorable au patrimoine culturel, culinaire et à la diversité régionale. Le chapitre *Révision initiale (X<sup>e</sup> classe)* comporte une image avec **La Grande Arche de la Défense** (la rubrique) *À vos marques*, page 7), l'Arche des droits de l'Homme, situé dans le quartier de la Défense, à Paris. La leçon **La Place hexagonale** (la rubrique *Découvrez le monde en français*), englobe les réflexions de l'auteur sur l'espace francophone. Le texte tiré de la *Préface* de l'ouvrage **La France, Monde et Voyages** d'après Max Gallo propose un «voyage historique» à travers l'Histoire de la France et de ses symboles architecturaux: menhirs, arènes romanes, le mur d'enceinte de Philippe Auguste, lieux et places célèbres pour leur architecture, pour leur art, en général, et pour l'art de vivre, en particulier. Il existe également des images avec des places et des constructions célèbres pour leur architecture: *La Place des Vosges à Paris, la Place de la Concorde et l'Obélisque, Le Palais des Papes à Avignon* (page 8). L'image dominante de **la Tour Eiffel** à minuit, le premier Janvier 2000 – lors du passage à la Nouvelle Année – donne lieu à un nouveau voyage vers le troisième millénaire, un voyage magnifique vers l'avenir (9).

Les images support: *Le Clos de Vougeot en Bourgogne* (la rubrique: **Le monde comme il va**, page 88, X classe), *Maisons blanches en Grèce* (la rubrique: **Le monde comme il va, page 88**), *L'Église Notre-Dame de Semur, L'Abbaye de Fontenay-* patrimoine mondial culturel UNESCO (la rubrique: *Éclairages – Un haut lieu de spiritualité*, page 89), *L'Île de Santorini en Grèce*, (la rubrique: **Entraînez-vous, page 93**) accompagnées de quelques aspects théoriques, méritent d'être intégrées dans un futur «grand circuit» grâce à leurs attractivités touristiques.

La rubrique *Éclairages* (page 69) comporte des éléments civilisationnels: quelques données sur l'écrivain français, Jules Verne et quelques références historiques, économiques sur sa ville natale, Nantes. L'image du **Château de**

*Nantes* dans un décor naturel fabuleux est un véritable emblème historique de la ville.

Avec le chapitre **Bilan I**, page 62, «Évaluation des connaissances de grammaire» dont l'objectif essentiel est de «*maîtriser le discours indirect*», les apprenants ont l'opportunité d'admirer l'architecture de la Place Vendôme, renommée aussi pour l'élégance et la splendeur de L'Hôtel Ritz, une résidence de luxe pour les touristes qui viennent s'y installer.

L'unité d'apprentissage n°3, «*Latout créatif*», met en avant les atouts de la France, les réalisations notables dans les domaines de la technique et de la science; le texte «*Dans la lignée de la Tour Eiffel*» est une rétrospective des avancées technologiques françaises qui ont marqué le début du XIX<sup>ème</sup> siècle: *La Grande Arche de la Défense, la Cathédrale de Notre-Dame, la Cour Carrée du Louvre, l'Arc de Triomphe de l'Étoile, la Bibliothèque Nationale*. Les images-supports représentant la Grand Arche, placée en marge de la page 37, la Bibliothèque Nationale et le Futuroscope de Poitiers, placées au milieu de la page 37 (À la découverte du texte), constituent de véritables repères culturels dans *la lignée de La Tour Eiffel*.

De nouveau, *l'image de la Tour Eiffel* et le texte – document, *Splendeur et décadence de l'architecture métallique (Passerelle* d'après Sophie Coisne, 1900-2000, *Le Futur de grand-papa*, Science VI Junior no.124, Janvier 2000) attirent l'attention des apprenants qui visionnent *Le grand Panorama de L'exposition universelle de 1899-1900*.

L'image comportant le *Château de Versailles* et la grille d'honneur (Unité d'apprentissage n°5, *La France – entrez par la grande porte Page d'ouverture*, page 65), chef-d'œuvre architecturale de la région Île-de-France, fait l'honneur à plus ancienne province française. Les images du *Bassin Latone*, de *Neptune*, de la façade occidentale du château (*Repérages*, page 67) et l'image du *Château de Fontainebleau* avec l'escalier en fer à cheval attestent la maîtrise et l'art des grands architectes français. *Le Musée du Louvre* sous le règne de Charles V et *la Chambre du roi* transformée par Napoléon en salle du trône à Fontainebleau, représentés sur les images situées en marge de la page 67, sont des «pierres vives») – rubrique qui offre aux apprenants quelques informations concernant les rois de France.

Le texte descriptif *Un regard ému sur La Seine* d'après Anatole France est «un regard» sur le passé historique à travers ses symboles: *l'Arc de Triomphe, le Pont Neuf, le Chaillot, le Louvre, le Paris de monuments*. L'auteur y a inséré deux tableaux fameux avec *le Pont Neuf* appartenant aux peintres célèbres, Renoir et Pissarro.

Le texte d'application *La Forêt de Fontainebleau (Entraînez-vous, L'Éducation sentimentale* d'après Gustave Flaubert, page 71) est accompagné aussi d'un tableau du *Château de Gandolfo*, d'après Camille Corot.

**Tour d'horizon** offre une grande perspective, un ensemble culturel *Vue aérienne du Palais de Versailles* (page 76,) précédé d'un petit texte, extrait de l'ouvrage *La Diversité française au cœur même du pays, La France et ses trésors*, d'après Jacques Rigaud, (Éd. Larousse, 1987).

**Le manuel de douzième classe «pose un regard»** sur la France et sur la Francophonie. «Regards sur la France» et «Bonjour de La France» réunissent dans *une bulle* quelques symboles de la France: *la Tour Eiffel, la Basilique du Sacré-Cœur, l'Arc de Triomphe de l'Étoile, le Carrousel du Louvre et la statue équestre de Louis XIV*, entourés d'informations et de citations sur l'histoire (rubrique: À la une, page 6, **Révision initiale**). «Des liens solides» (rubrique **S'ouvrir au monde en français, pp.6-7**), texte tiré du supplément du Monde du jeudi 18 octobre 2001, souligne les liens entre la France et la Roumanie, la tradition des relations amicales, interculturelles des deux pays. L'un des symboles roumains ***La Colonne sans Fin***, (image placée en marge de la page 7) jaillit vers le ciel pour attester de la coopération entre la Roumanie et la France. *La Francophonie est là (S'ouvrir au monde en français, page7)* contient un message du Secrétaire général de l'OIF, Boutros Boutros-Ghali, parlant de la Francophonie et comportant des félicitations adressées à la Roumanie pour ses activités mises au service de la Francophonie.

La sculpture de Brâncuși *Mademoiselle Pogany* et les références culturelles sur l'architecte Le Corbusier (***Les mots-Fenêtres sur le Monde***, page 67, unité d'apprentissage n° 5, ***Au rendez-vous des artistes***) sont des stéréotypes culturels qui portent la marque de leur génie.

Il convient de signaler que l'image de *l'Arc de Triomphe de l'Étoile* attachée au symbole de l'ancienne monnaie française – le franc français (page 110, **chapitre Bilan 2, Évaluation**) se retrouve également sous l'étiquette ***Rue du Bac, Aire d'entraînement***, page 120. *L'Arc de Triomphe* est non seulement un monument historique, mais aussi un monument de l'aire touristique.

## Tourisme / Voyage / Loisirs

### 2.1.1 Voyage en France. Régions françaises: *Flandre, Île-de-France, Normandie, Bretagne, Bourgogne, Savoie, Midi méditerranéen.*

Les concepteurs des manuels ont introduit dans le contenu d'apprentissage des valeurs socioculturelles dans un tour d'horizon sur les provinces françaises dont la diversité des paysages, la thématique des voyages et les emblèmes identitaires incitent le touriste à les visiter / explorer.

### 2.1.2 Nord-Pas-de Calais: le patrimoine culturel et naturel, modes de vie en Flandre, les progrès technologiques, les moyens de transports modernes en Flandre

L'unité d'apprentissage n°8 *Et si on parlait de la France... (IX<sup>e</sup> classe)* «intègre» les apprenants-touristes dans un espace touristique, une région en plein renouveau: le *Nord-Pas-de-Calais*. Le journaliste-guide place, dès l'incipit, son commentaire sur la région qualifiée de «pays noir» et de «plat pays brumeux», deux clichés stéréotypiques associés habituellement aux régions minières **du Nord** et à la Flandre.

Le texte est divisé en quatre paragraphes. Le premier paragraphe offre des informations géographiques et touristiques sur les stations balnéaires de *Berk-Plage*, de *Boulogne-sur-Mer*, du *Touquet* et sur la *Côte d'Opale* avec ses deux «sublimes joyaux»: le *Cap Gris-Nez* et le *Cap Blanc-Nez* (manuel de IX<sup>e</sup> classe, page 86). Le parcours «continue» dans le deuxième paragraphe: les touristes vont jouir des paysages naturels pittoresques de Flandre et peuvent «[...] apercevoir, par temps clair, les infrastructures du port Dunkerque» (idem).

L'idée essentielle qui se dégage du troisième paragraphe est la variété des endroits à visiter. Le journaliste souligne l'importance industrielle de la zone, fait un classement des villes: villes minières et villes de fabriques (Roubaix, Calais). Cependant, les habitants peuvent redécouvrir l'héritage architectural, culturel de la région Nord-Pas-de-Calais: *le Beffroi de Calais*, *la Grande Place d'Arras*, *la cour flamande ou la Vieille Bourse de Lille*. Les images privilégiées avec *la Vieille Bourse* (située en bas de la *Page d'ouverture* suivie d'une citation de «Discours et Conférences» d'Ernest Renan, page 85), *Le Cap Gris-Nez* (*Le monde comme il va*, page 86), *Le Beffroi de Calais*, *la Grande Place d'Arras* (À la découverte du texte, page

87), le *quartier Euralille* de Lille (*Au rendez-vous des mots*, page 88), la cathédrale *Notre- Dame d'Amiens* en Picardie (*Entraînez-vous*, page 91) focalisent l'attention des apprenants-touristes sur le beau, le pittoresque, sur l'art gothique, flamand et sur l'importance économique de cette région. Le dernier paragraphe «promeut» un tourisme culturel du type: «randonnées-découvertes», «sentiers thématiques (découverte du patrimoine rural)», «des promenades à pied dans les villes du Nord (découverte de l'héritage culturel des villes du Nord de la France)». Le journaliste conclut que «Rien n'est plus charmant qu'une visite en Flandre à l'époque du carnaval...» (Idem), son discours touristique à caractère informatif se transforme en discours laudatif.

Concernant les outils linguistiques, nous avons noté l'emploi d'indicateurs spatiaux et temporels, de qualificatifs, de pronoms relatifs simples, de verbes au présent et au passé composé, de pronoms et adjectifs indéfinis, etc. Les dimensions spatiale et temporelle de l'espace, explicitées linguistiquement par des adverbes de lieu et de temps, privilégient leur positionnement discursif et leur moment discursif dans une situation donnée, à un moment donné. Les qualificatifs positifs, par exemple *sublime*, *fin*, et moins positifs: *sombre*, *monotone* accentuent les impressions des apprenants, leurs propres émotions, et, par conséquent, les paysages visent à produire un effet. La répétition du pronom indéfini «on» dans les interrogatives à forme négative «Ne parle-t-on pas des randonnées-découvertes...? Ne parle-t-on pas des sentiers thématiques...? (idem) renferme également la participation socio-affective des apprenants-touristes au voyage-découverte et, implicitement, le partage du savoir interculturel, «la coappartenance» des instances énonciatives (Seoane).

L'emploi du gallicisme *c'est* et *des pronoms relatifs simples* met en relief la grandeur des sites naturels et les aspects géographiques, culturels du Nord du pays. Le temps du passé (le passé composé est le plus fréquent) réactualise dans le discours le cognitif culturel ou bien il apporte des détails supplémentaires sur l'objet de référence. Le passé composé accentue aussi l'antithèse entre le passé historique de la région du Nord, caractérisée par une forte industrialisation, et le présent beaucoup plus moderne.

La *Cathédrale Notre-Dame d'Amiens* en Picardie est un haut lieu de spiritualité où les apprenants-touristes peuvent acquérir aussi «un savoir de croyance» selon le concept de Patrick Charaudeau (Seoane 42). Le concepteur du manuel leur propose aussi une activité de création (*Entraînez-vous*, 140 *km de plage et de falaise – Un tour dans le Nord-Pas-de-Calais*, page 93)

tout en s'aidant des trois images qui évoquent des loisirs sportifs, culturels. C'est toujours **un mode de donation et de «partage» du savoir interculturel** et la responsabilité en revient aux apprenants-touristes de créer des discours touristiques attractifs et pertinents.

L'extrait «Sortez vos géants! (*Passerelle*, page 94, Label France, no.40, juillet 2000) est consacré à la ville de Lille et à ses manifestations culturelles, une très belle occasion pour les touristes de visiter le *Palais des Beaux-Arts*. De plus, les visiteurs auront la possibilité d'assister aux carnivals et de se familiariser avec *les figures emblématiques* du fameux carnaval de Douai: *Les Gayant de Douai*. Le journaliste met à leur disposition des informations culturelles rattachées aux fêtes foraines du Nord du pays, aux fêtes traditionnelles de printemps à Dunkerque.

Le texte-support ***Au carrefour de L'Europe*** contient aussi un commentaire du journaliste placé en début du texte (***Eurêka – Apprendre à apprendre, page 96***). Le journaliste insiste sur le développement économique et industriel de la région du Nord.

Il constate que les gens préfèrent «le tourisme populaire pratiqué essentiellement par les gens du Nord-Pas-de-Calais» (Dan Ion Nasta et all. 96) et ils y viennent se divertir et se jouir de la beauté des sites naturels, des bases d'agrément «implantées dans les anciennes friches industrielles, des innombrables manifestations populaires» (idem). Sa position stratégique «Au carrefour de L'Europe» favorise des échanges sur tous les plans: économique, culturel, etc.

**Bilan 2** (page 107) a pour objectifs culturels de: ***savoir décrire une région française***, évaluer les connaissances visant le tourisme. Le concepteur du manuel demande aux apprenants de trouver dans le texte de presse *la première eurorégion* (page 107, article extrait de Label France, no.40, juillet 2000) tous les arguments pour justifier le thème «la région au carrefour de l'EUROPE».

Les apprenants doivent faire la lecture des images de la ville de Douai et la ville de Lille (page 107). L'image de la ville sur le cadran d'une montre suggère son évolution continue dans le sens des aiguilles d'une montre qui indique l'heure européenne. La deuxième image représente un jeune homme arborant le drapeau de l'UE pendant une cérémonie et, au second plan, s'élèvent des édifices devant lesquels sont arborés les drapeaux des pays membres de l'UE. L'activité n°4 (page 108) porte sur la construction de deux exposés: Ier exposé; *Travailler dans le Nord-Pas-de-Calais*; Iie exposé; *Une région moderne et ses partenaires*. Les apprenants peuvent consulter

la fiche d'identité de la région extraite de Label France, dans la rubrique *Chiffres clés*. L'activité n°5 a comme consigne: *Mobilisez vos connaissances pour décrire une région française*, pour les sections bilingues. Le but de cette activité est de rassembler les adjectifs qualificatifs et les participes à valeur adjectivale pour dresser trois listes portant sur la région des points de vue *géographique, économique et touristique*. Le poster montrant le *port de Calais* leur indique l'essor des activités maritimes et du tourisme en bateaux sur *la Mer du Nord*. L'activité n°6 leur propose de faire une description rapide d'une région française. Les autres groupes devront identifier la région d'après la description et ses traits caractéristiques. La dernière activité leur demande de décrire une région roumaine qu'ils apprécient particulièrement. Pour les classes de français renforcé, spécialisées en philologie et les classes bilingues, le concepteur du manuel a choisi une activité dont l'objectif est de raconter une excursion à la montagne.

*Les Tests d'Évaluation III et IV* (pp.113-114) ont comme objectifs d'évaluer leurs connaissances des renseignements pratiques et leur capacité à exprimer / défendre leurs opinions sur les loisirs. À partir de l'image des *falaises d'Etretat* (p.113), les apprenants devront imaginer le séjour à *Etretat* de deux touristes suédois, en utilisant des articulateurs propres au récit. L'activité n°3 repose sur le choix des images placées en bas de la page, les apprenants doivent argumenter leur choix des images. Ceux qui préfèrent voyager à la montagne pourront choisir la troisième image: une ascension en haute montagne leur redonnera le goût de l'aventure.

**Bilan 2**, page 107 contient des textes de presse qui se rapportent au tourisme et à la Nature. Ces textes promeuvent un autre type de tourisme: *le tourisme vert, le tourisme dans son rapport étroit avec l'environnement naturel*. Les apprenants doivent élaborer des projets sur les valeurs du patrimoine naturel, des affiches bilingues dans le but de sauvegarder la Nature et un essai sur la protection de la faune et de la flore marines en partant de la lecture d'une affiche publicitaire conçue pour la sauvegarde des mammifères marins (pp. 107-108). Les images de paysages marins et de vacances au bord de la mer (page 107) renforcent cette solidarité entre **la Nature et le Tourisme**. «Êtes-vous prêts à défendre l'Europe verte?» (extrait d'une interview publiée dans *Naturoipa*, n°9 1999) marque l'engagement de F. Back pour la protection de la Nature.

Le cinéaste Frédéric Back a réalisé des films dédiés à La Nature, à la nécessité vitale de préserver l'équilibre naturel pour sauver notre Planète.

### 2.1.3 La Normandie: la découverte de la ville du Havre, les contes de Guy de Maupassant

Les apprenants-touristes ont la possibilité de «débarquer en Normandie» pour découvrir le pays à travers le conte de Guy de Maupassant «Mon oncle Jules» («Faire fortune», fragment tiré du conte «Mon oncle Jules», inclus dans le recueil *Mis Harriet* en avril 1884). La rubrique Éclairages s'inscrit dans «un élargissement culturel»: des informations géographiques et historiques sur *la ville portuaire du Havre* et un coup d'œil sur la Normandie (XIIe, page 35). *La ville portuaire du Havre* est en train de devenir un pont qui relie les voyageurs venant de l'Amérique, de l'Extrême-Orient et des pays de la Mer du Nord.

Le poster avec le Transatlantique du Havre reliant le Havre à New York (*Le monde comme il va*, page 34), la photo représentant le port moderne du Havre (au milieu de la page À la découverte du texte-document «Faire fortune», page 35) et les *toiles Régate à Argenteuil* (C. Monet, page 38, page Grammaire, *Situer dans le temps et dans l'espace*) et le *Pauvre Pêcheur* (Pierre Puvis de Chavannes, *Pour aller plus loin*, page 43) invitent les apprenants à une croisière sur la Mer du Nord à la recherche du soi-même et de nouvelles identités qui les aident à cohabiter dans le même environnement culturel.

### 2.1.4 La Bretagne: Fêtes et traditions

**Prière à l'océan** (tiré du roman «Solitudes», H. Queffélec) présente la prière du capitaine du navire *Le duc d'Aumale* adressée à l'océan, dans l'espoir de pouvoir pêcher plus de morues. L'image d'un port de pêche en Bretagne (**Pour aller plus loin**, p.55) met en exergue l'une des occupations traditionnelles des Bretons: la pêche. Un voyage au large de l'océan nous rappelle, en quelque sorte, l'épisode de la Bible où J. Christ fait une prière à Dieu et accomplit l'un de ses multiples miracles: la multiplication de poissons et de pains.

La page de synthèse **Tour d'horizon: Le Pays de Dinan – festivals, lieux de rencontres** (XII<sup>e</sup>, p. 56, u. 6 **Quand les jardiniers s'en vont**) est une sorte d'agenda culturel qui offre aux apprenants des informations concernant les attractions du pays et leurs traditions. Chaque pays a son image identitaire: la ville de Dinan se présente par un symbole historique: les remparts et le château de la duchesse Anne de Bretagne, par une image clichée d'un «pays de granit et de tailleurs de pierres», par le symbole musical et culturel qu'est

la harpe celtique et par la Fête des remparts (une sorte de festival médiéval). Pleudihen sur Rance (le 9 août), célèbre pour la fabrication du cidre et du pain au feu de bois, et Lorient connu pour son Festival Interceltique, où la cornemuse est l'instrument musical privilégié, sont des destinations qui méritent d'être inscrites dans un agenda personnel. Les images et les cartes qui encadrent le contenu culturel «dirigent» les apprenants – touristes vers cette destination, la Bretagne, pays de la légende du roi Arthur et des Chevaliers de la Table ronde, dans un voyage initiatique en quête du soi-même.

### **2.1.5 L'Île-de-France: le patrimoine culturel (châteaux, musées); les Franciliens – modes de vie; les moyens de transport; les arts plastiques: les peintres paysagistes de Corot à Renoir**

Le texte-document **Le prestige de la région-capitale, L'Île-de-France**, (XI<sup>e</sup>, unité **La France – entrez par la grande porte**) est une invitation à la découverte de la plus ancienne province française ayant une triple importance: historique (le berceau historique et le foyer culturel), linguistique (le dialecte francien) et économique (toutes les branches de l'industrie y sont concentrées). L'apprenant-touriste «plonge» dans un passé historique, à l'époque des bals, des réceptions royales et, en même temps, découvre les progrès technologiques de la région: les moyens de transports les plus modernes et les plus rapides. Les attractions de la région immortalisées par des artistes, des peintres et des écrivains, révèlent à l'apprenant l'art du savoir-vivre et du savoir-faire des créateurs de ces œuvres. Nous y rajoutons aussi le vouloir-penser des philosophes.

Le texte d'application *La Forêt de Fontainebleau (Entraînez-vous, L'Éducation sentimentale* d'après Gustave Flaubert, page 71) est accompagné aussi d'un tableau du Château de Gandolfo, d'après Camille Corot.

Concernant **la Grammaire du texte**, le concepteur du manuel a opté pour un article de presse «La région la plus riche d'Europe?», extrait de Label France, n°39, avril 2000, écrit par Louis Boscar. Les apprenants doivent résumer cet article de presse et en extraire l'essentiel. L'article est accompagné d'une fiche statistique de la région. Le journaliste fait référence à des institutions et à leurs responsables qui ont contribué au développement de la «grande couronne» (page 72). Il fait aussi éloges à l'Île-de-France: la région dispose d'un réseau de communication suffisamment solide pour

pouvoir gagner «[...] la grande bataille pour le leadership économique européen» (page 73).

Le chapitre **Passerelle**, page 75, est consacré aux peintres impressionnistes: des tableaux de paysages pittoresques de la région francilienne. Le texte support «La Seine se sent chez elle», (tiré de l'ouvrage «La diversité française au cœur même du pays» de Jacques Rigaud, unité d'apprentissage n°5, page 74) est un témoignage personnel sur la zone francilienne riche en souvenirs historiques et destination touristique idéale pour les touristes. À travers son témoignage, il y a plusieurs genres de discours qui s'entremêlent: l'explicatif, l'informatif, le descriptif. Son discours a également un caractère laudatif. Cette région abrite des trésors historiques, culturels qui lui confèrent sa propre identité dans la géographie et dans l'histoire de la France. Les célèbres toiles des peintres impressionnistes français: *En bateau* de E. Manet, *Les Glaneuses* de Jean François Millet, de l'École de Barbizon (page74) et *l'Église d'Auvers-sur-Oise* peint par Vincent Van Gogh, le pont d'Argenteuil de Claude Monet, *le déjeuner des canotiers* d'Auguste Renoir, *Claude Monet dans son atelier*, peinte par Edouard Manet (page75) «reflètent» une lumière «qui n'existait pas avant eux et qui, s'étant acclimatée, est restée accrochée à notre ciel» (manuel de XIe, page 74), et placent la diversité française au cœur même du pays.

**Tour d'horizon** contient un autre fragment de l'ouvrage cité, où l'auteur fait une proposition: «[...] remettre en bonne perspective un ensemble qui n'est pas seulement géographique ou administrative, mais une réalité sensible, une donnée culturelle» (page 76).

L'apprenant-touriste se retrouve dans des circonstances diverses qui l'encouragent à coopérer avec les autres et à partager sa propre expérience de voyage.

### 2.1.6 La Bourgogne: le tourisme de masses et des vacanciers

*Entraînez-vous* (l'unité d'apprentissage n°4 *La joie de partager*, X<sup>e</sup> classe) se veut un «entraînement» des apprenants à explorer d'autres régions de France: *La Bourgogne*. Le texte d'application portant le titre «*Bienvenue au Pays de L'Art et du Plaisir de Vivre!*» (page 51) tiré de la «Bourgogne, Comité régional du Tourisme», est une sorte de message publicitaire du Comité du tourisme de Bourgogne adressé aux touristes. Cette devise de la Bourgogne fait valoir les atouts de sa région connue pour ses vignobles et pour son patrimoine naturel et culturel. La plupart des verbes sont à

l'impératif. Ils indiquent le conseil, l'incitation au voyage, les consignes, etc.: «**Venez en Bourgogne! Découvrez un pays qui vous fera du bien**» (page 51). C'est un communiqué de L'Office du Tourisme qui leur présente ses offres de voyage: «routes champêtres et sentiers de randonnée» à emprunter ou bien «à parcourir à pied et à cheval, à vélo ou en voiture; voies navigables, enfin, le royaume des plaisanciers. [...]

Les invitations à la croisière sont multiples. Les touristes pourraient accomplir leur grand rêve: «réalisez votre rêve d'enfance» (idem). Les images-support «Les canaux de Bourgogne, le plaisir des vacanciers», «Randonnée dans le Morvan, au cœur de la Bourgogne», et «Les toits de Beaune, en Bourgogne» sont de beaux exemples pour «le Pays de l'Art et du plaisir de Vivre» (page 5).

La leçon *Pour une raison fort simple (Le Terroir retrouvé*, unité d'apprentissage n°8, page 88) est un récit de voyage en tant que découverte et connaissance de soi-même. Le voyage a une double connotation: la mobilité et la réflexion sur la vie. L'auteur-narrateur nous offre des détails sur son existence pleine de voyages: l'évocation de la Grèce marque sa vie de voyages fréquents, le retour au village natal, en Bourgogne, accentue le voyage-redécouverte de ses propres racines, *le terroir retrouvé*. L'espace est un élément déclencheur d'une gamme variée de sentiments comme la nostalgie, le regret ou le bonheur, l'émerveillement, la béatitude, etc.

### 2.1.7 La Savoie: lieux et traditions en Haute-Savoie

«*Même eux, là-haut, dans leur village...*» (unité n°7 *Les Gens d'en Haut*, page 78, X<sup>e</sup> classe) est une remarque d'un jeune Savoyard à son retour au village natal situé en haute montagne, *en Haute-Savoie*. La journaliste Fanny Deschamps rédige un reportage sur un village de Haute-Savoie dévasté par la pollution. Le Parisien savoyard revient *en touriste* dans sa région natale et constate avec stupeur que la Nature n'y est plus dans son état primordial.

Le texte est illustré par des images: une image d'un village de Haute Savoie (page 78), des images représentant des paysages des Alpes (pp 79, 85, *Les mots-fenêtres sur le monde et Entraînez-vous*), une image d'Annecy, une charmante petite ville des Alpes du Nord. Il y a aussi des images montrant les traditions culinaires: le farçon – un plat traditionnel, les fromages, le célèbre fromage beaufortin.

La «*Désalpe*» – une fête pour les «gens d'en Haut» (*Passerelle*, page 86) est une incursion à travers les traditions et les fêtes populaires dans les Alpes françaises et dans les Alpes suisses. Le texte (tiré de «Pays et gens de France», Éd. Larousse, 1983) fournit des informations détaillées sur la Fête de l'Alpage en France et en Suisse. La tonalité du récit est solennelle. L'auteur utilise des termes qui rendent la solennité de la Fête de l'Alpage (la fête de l'alpage marque le printemps dans les Alpes): *arborer, cortège, défiler, la reine, les célébrations*. Il existe aussi des termes qui marquent le faste de cette cérémonie: *bijou, guirlandes, le cœur ou la croix en argent*. Les qualificatifs «*les plus beaux costumes traditionnels*», «*d'une charmante corolle de dentelle noire*», «*des fêtes très appréciées*» (page 86) lui confèrent un coloris et une grandeur inoubliables. Les apprenants voient s'alterner des images de paysages montagneux et des images de gens déguisés en costumes traditionnels dans «Procession dans un village savoyard» (page 86).

### 2.1.8 Le Midi: Côte d'Azur, séjours, lieux touristiques

Page Grammaire (unité n°4, *Chic alors, on est invités!*) *Situer des actions dans le temps*, propose aux apprenants des exercices visant les rapports temporels. L'exercice n°3 porte sur des projets de vacances (page 72). À partir de deux images de paysages de montagnes, ils feront des projets de vacances en utilisant des verbes au futur. *Parcours 2, page 75* invite les apprenants à visiter la Côte d'Azur et Monaco.

*Parcours 2, Le texte, à partir du texte*, (unité 5, *Sur la Côte d'Azur*, page 86, manuel de IX<sup>e</sup>-X<sup>e</sup> cls., L'école professionnelle) est, en quelque sorte, un prolongement de l'unité 4. *Les Mégalithes de Monténeuf* (page 86, Grammaire du texte, sous la rubrique *Mon Dictionnaire*) tiennent du registre du mystérieux, à côté de l'immensité de cet alignement en pierre.

L'unité n°3 *European? Européen? Europeo? Moi aussi!* (IX<sup>e</sup> classe) leur recommande un séjour linguistique en France et un voyage culturel dans le Sud de la France, fameux pour ses attractions touristiques. L'auteur a placé une image du Sud de la France au chapitre portant sur le texte: *Les mots-fenêtres sur le monde*, page 35.

Le chapitre *Passerelle* propose un texte, *Le Bon usage des vacances* (X<sup>e</sup> cls. page 106), extrait du roman *Vacances à tout prix*, de Pierre Daninos. L'auteur du manuel leur donne un petit lexique d'appui: le lexique des vacances utile pour «l'Époque des voyages». Les paragraphes «étiquetés»: «L'Époque des vacances», «Les cartes postales», «La langue» et «la

Tranquillité» ressemblent plutôt à des consignes. L'écrivain leur offre des conseils liés au voyage. Il y a aussi de petits commentaires pleins d'ironie sur la circulation automobile, sur l'hébergement à l'hôtel et sur les difficultés des voyages organisés par les agences de tourisme. L'image intitulée «Vacances au bord de la mer» met au premier plan un groupe de jeunes qui passent un séjour idéal au bord de la mer (page 106).

L'unité n°5 *C'est mon parcours (le chapitre Passerelle)* leur présente une image de la petite ville portuaire (de pêche) qu'est La Rochelle (située au bord de L'Atlantique), où les apprenants peuvent acquérir aussi un savoir interculturel.

## Voyage à l'étranger.

### Voyage au Maroc: ses traditions culturelles et écrivains francophones

*Le soleil à tout prix* (texte-document inséré dans l'unité d'apprentissage n°9 *Recettes de vacances, IX<sup>e</sup> cls.*) leur propose de suivre d'autres itinéraires au sein de pays d'**Afrique du Nord**, comme **au Maroc** pour en découvrir les attraits, et leur propose de «pratiquer» un tourisme culturel sans frontières. Le texte est illustré par des images de la vieille capitale marocaine, la ville de Marrakech, célèbre pour ses palais et ses minarets (*Le Monde comme il va, page 98*) et comporte quelques indications concernant l'histoire et la géographie de cette ville.

Le dialogue entre un client et l'employé d'une agence de voyage qui vend «Le Soleil à tout prix» révèle la décision ferme de l'employé de lui proposer une destination-soleil. L'employé devient un marchand et les pays des produits touristiques «Claude, tu as encore un peu de Tunisie?» (manuel de IX<sup>e</sup> cls., page 98). Leur conversation fait rire les lecteurs et leur dévoile une autre facette du tourisme. Les deux termes *le terrorisme et le tourisme*, termes appartenant à des registres différents de langue et à des domaines divers, marquent, à la fois, le contraste et le comique de langage. Les pronoms démonstratifs à valeur neutre renvoient toujours aux pays convertis en produits de consommation. Le pronom indéfini «on» (son emploi est plus fréquent dans le premier paragraphe) exprime la conduite générale des touristes qui prennent d'assaut cette agence de voyages. Les qualificatifs et le gallicisme c'est: «La Tunisie. [...], mais c'est un pays sympathique» (idem), «C'est le nouveau tourisme» (idem) traduisent plutôt la subjectivité

du vendeur que son objectivité. «Marrakech! [...], c'est un délice» (idem) exprime clairement la destination touristique favorite de l'employé.

L'image de l'Oasis de Tinerhir (*Au rendez-vous des mots*, page 100), dirige l'attention des touristes vers le pittoresque du lieu situé dans le désert africain.

L'idée centrale de l'article est la tendance dominante du tourisme de l'époque: *la transformation des produits touristiques en produits de consommation*.

L'image d'une agence de voyage (*Au rendez-vous des mots*, page 100) renforce l'idée de *tourisme de consommation*. À l'inverse, l'image du souk des teinturiers (À la *découverte du texte*, page 99) révèle aux apprenants-touristes une tradition spécifique marocaine, celle des artisans-tanneurs. Les touristes peuvent «adhérer» à une visite-découverte de cette tradition. La rubrique Éclairages comprend des informations concernant le statut de pays francophone et l'histoire du Maroc (page 99).

### Voyage au Québec

La publicité faite pour *Le Québec Sauvage (Les mots-fenêtres sur le monde*, page 101) s'adresse aux sections bilingues. L'image est accompagnée d'un petit questionnaire (page 101) et de l'activité n°3 qui consiste à constituer un dossier «Voyages et Publicités» (travail en groupe).

### Voyage sur une île exotique

Le texte d'application *Robinson, Vendredi et Tenn (Entraînez-vous*, page 103) d'après «Vendredi ou la Vie sauvage» de Michel Tournier, comporte des détails sur la vie sauvage sur une île. Les apprenants doivent analyser les verbes descriptifs et leurs rapports temporels.

### Voyage aux Antilles

**La bénédiction, la vie** (fragment tiré du roman *Les Gouverneurs de la rosée*, d'après J. Roumain, p. 90) permet au lecteur-touriste de faire connaissance avec un écrivain francophone d'expression française: J. Roumain (Haïti). La rubrique Éclairages leur fournit des informations géographiques et historiques sur les Antilles, sur l'Île d'Haïti et les États indépendants, que sont les îles des anciennes colonies françaises: la

Guadeloupe, la Martinique, etc. Les images-documents de la montagne Pelée (page 91) et des Pitons (p. 95) montrent la nature à l'état pur des montagnes des Antilles.

### **Voyage en Polynésie française: Tahiti**

**Le mirage des origines** (extrait d'un ouvrage sur la vie du peintre impressionniste Paul Gauguin, d'après René Huyghe, page 98), entraîne les apprenants à la découverte de la vie dans les îles du Pacifique, une vie pure, au milieu d'un paradis naturel. **Toujours plus loin, toujours plus loin!** (unité d'apprentissage n°7, XI<sup>e</sup> classe) est une invitation à explorer des espaces naturels et à saisir la pureté originelle de la condition humaine. L'apprenant-touriste s'enrichit d'une double identité linguistique et culturelle dans un espace de rêve: les toiles de P. Gauguin «Arearea», «Ta Matete» (pp 98-99), «Le concert champêtre» (Giorgione) et une photo avec Bora, Bora (page 99) en témoignent. Remonter à la nature dans son état primordial est un double voyage: un retour en arrière, au paradis perdu et à l'enfance pure, innocente.

L'auteur place aussi une image d'**une île exotique, l'Île de Moorea, en Polynésie française** (page 99), précédée de la rubrique Éclairages portant sur la Polynésie française.

### **Voyage en Égypte**

L'image de la Pyramide de Gizeh, de la Vallée des Rois (des pharaons de la Vallée du Nil en Égypte), placée par le concepteur du manuel dans le chapitre dédié à la Grammaire du texte, **Entraînez-vous** page 105, sert de «repère historique et culturel» pour les activités étiquetées **Mises en situation(s)**:

- La première activité porte sur un dialogue relatif à un séjour de deux semaines en Tunisie;
- La deuxième activité repose sur un dialogue concernant un séjour de deux semaines en Égypte.

## Voyage-découverte d'autres destinations du monde

Le texte d'application «L'Aéroport» (*Les mots-fenêtres sur le monde*, page 91, d'après J. Lacarrière, *Ce bel aujourd'hui*, Éd. J.-C. Lattès, Xe classe) envisage l'aéroport comme «...un lieu où le plus routinier des voyages possède une part de rêve».

L'aéroport n'est pas seulement un lieu transitoire vers d'autres horizons, mais est aussi un lieu de rencontre entre des gens de tous les coins du monde. C'est un endroit qui permet l'interaction entre les gens, le dialogue de civilisations diverses, c'est «une ville où nul n'habite,...» (idem), une ville où l'on travaille sans y résider. L'extrait s'achève par la conclusion de l'auteur «...tout est conçu pour adoucir, agrémenter ce sentiment du transitoire:...» (idem). Ce passage d'un endroit à un autre aide les touristes à «s'initier», à accéder et à recevoir les informations culturelles de l'Autre dans un espace convivial, aménagé pour rendre agréable *ce sentiment du transitoire* (Xe, idem).

Si le texte de Lacarrière nous dévoile une nouvelle philosophie du voyage, le texte de Pierre Daninos *L'armée des vacanciers* (*Passerelle*, page 96, texte extrait du roman «Le majeur tricolore», Éd. Hachette) aborde un certain type de tourisme: *le tourisme de masse*.

L'auteur évoque le départ des Français en vacances en termes militaires: une armée de vacanciers prennent d'assaut les gares pour voyager vers d'autres destinations.

Les lecteurs assimilent un lexique spécialisé: le langage militaire; le texte regorge de termes appartenant au domaine militaire: *dispositif d'alerte renforcé, conseil de guerre en rase campagne, état d'alerte*, etc. Le rythme alerte augmente la tension et la fièvre des journées d'été, la saison des grandes vacances et des voyages.

## Voyage en Belgique

«Conjuguer le passé et le présent» (*Passerelle, Wallonie/Bruxelles* page 84) comprend le témoignage d'un jeune architecte, féru d'archéologie et d'histoire romaine. À l'occasion des Journées du Patrimoine en Wallonie, le jeune architecte Nicolas Gilsoul, originaire de Bruxelles, participe à un chantier archéologique en Italie, à Rome. Il parle de ses projets d'aménagement du Palatin à Rome. Les images qui accompagnent le texte-document, le Château de Bois-Seigneur-Isaac, le jardin du Musée Van Bueren de Bruxelles, le tapis floral de la Grand-Place de **Bruxelles** et l'image

de L'Atome de Bruxelles (pp. 84-85), certifient la liaison entre le passé et le présent, entre l'architecture ancienne et l'architecture moderne actuelle (unité n°6, *Lycéens – citoyens, le chapitre Passerelle*, la rubrique *Pour aller plus loin*). L'architecte belge nous dévoile sa conception du site archéologie, envisagé comme un lieu d'aventure, un lieu sacré, un lieu de culture, ou une composante du patrimoine culturel du pays. Ses réflexions sur ces témoins d'une civilisation ancienne vont plus loin: le lieu est non seulement une destination touristique, un endroit du patrimoine national ou bien universel, mais aussi un «lieu d'une aventure avec soi-même [...]» (*Conjuguer le passé au présent*, page 84).

Il propose «d'intégrer le concept de patrimoine à celui de patrimoine naturel?» (idem); il faut, donc, associer les deux concepts *de patrimoine et d'écologie* «qui, après tout, sont une quête de soi» (idem).

### **Voyage d'un apprenant-touriste étranger dans l'espace francophone**

Le manuel de l'École des Arts et Métiers «guide» les apprenants-touristes: *De la France du Nord vers le Midi*. L'unité n°1: *Un Roumain à la découverte de La France* met à leur disposition une carte touristique (*Page d'ouverture*, page 5) avec les principaux monuments de chaque région française. Les apprenants visionnent la carte touristique de la France et identifient les monuments historiques, les édifices culturels – symboles de chaque région.

La leçon de grammaire: *En et ses valeurs (Parcours 2, Page Grammaire* page 19) contient l'image du *château D'Amboise*, image placée en marge de la page.

*Le Magazine Documentaire*, pp. 20-21, constitue un excellent «savoir interculturel» assez complexe. Le journaliste-guide conseille aux apprenants de visiter les provinces françaises du Nord vers le Midi en passant par la Flandre, l'Alsace, la Bretagne, la Touraine, la Provence et la capitale. Chaque province attire l'attention d'une manière complexe, d'abord visuelle, par les mots écrits en gros caractères et, ensuite, par la présentation des atouts de chaque zone. Le texte-document *La France du Nord vers le Midi* est richement illustré par des images placées au milieu et en tête de page. Le texte leur offre également des informations sur les *Châteaux de la Vallée de la Loire, les châteaux d'Amboise, de Chenonceau et de Chambord; sur le*

*Musée du Louvre – la Pyramide en verre; sur le Palais de Versailles et sur la ville de Lille.*

Les activités proposées par les concepteurs du manuel consistent à réaliser *des portfolios* sur la France contenant des informations supplémentaires sur les régions évoquées.

L'image support de l'Arc de Triomphe (*Ils parlent pour, leçon de grammaire: Localiser / situer dans l'espace, page 75*) sert de repère pour les apprenants. Leur tâche à effectuer: repérer les institutions, les édifices culturels, historiques, savoir donner / partager des renseignements sur ces repères historico-culturels.

L'unité suivante, *Il faudra se quitter*, place l'image du *Quartier de la Défense de Paris* dans la *Page d'ouverture*, page 101. Marin Toma, le personnage principal de chaque unité, a l'occasion de visionner *l'image de la Conciergerie*, image placée en marge de la page 102, *On fera ses adieux!*. Chaque unité comporte *le Magazine Documentaire* au moyen duquel les apprenants se documentent sur *Paris et les Parisiens*.

*Paris et les Parisiens* constitue un bref aperçu historique et géographique de la France et de sa capitale. Le texte est «orné» d'images grandioses d'un Paris monumental: *La Tour Eiffel* (deux images, pages 110-111), *la Cathédrale Notre-Dame*, *la Basilique du Sacré Cœur*, *la Place des Vosges* (page 110) *Saint-Germain-Des-Près*, *l'Opéra Garnier de Paris*, *les Champs-Élysées*, *la Place de la Concorde* (page 111).

Il y a des activités à propos des monuments parisiens: questionnaire sur le «Paris monumental», sur le repérage de ces monuments: voir la carte touristique, page 110, leur positionnement par rapport au fleuve qui traverse la capitale. «**Pour lire et imaginer**» comporte des exercices qui favorisent le travail en groupes: réaliser un sondage parmi leurs camarades au sujet des sites et des monuments parisiens, savoir décrire leur région / pays natal, concevoir des posters pour un portfolio sur *le Paris monumental*, participer aux concours *Parisposter* (page 112). La leçon *Coup d'œil sur l'architecture moderne* (la rubrique *Pour lire et imaginer*, page 112) leur rappelle les atouts technologiques de la France.

Bref, l'itinéraire réalisé par le Roumain venu en touriste dans l'espace francophone avec ses traditions lui a permis un double voyage: un voyage d'études (un séjour linguistique) et un voyage-découverte du pays. Le «bain de langue» lui a permis de perfectionner ses connaissances de FLE et d'interagir avec des amis francophones d'origines / de cultures différentes (de se forger une identité linguistique). Le deuxième type de voyage lui a

donné la chance d'élargir son horizon culturel (de construire son identité culturelle).

### **B. Stratégies et techniques discursives qui favorisent le partage du savoir interculturel**

Selon l'approche interprétative sociolinguistique de Gumperz, *une stratégie discursive* s'appuie sur trois éléments: la compétence communicative des interactants (communicative competence), le principe de cohérence stratégique (a principle of strategic consistency) et le processus d'interprétation reposant sur les inférences conversationnelles (conversational inference). La compétence communicative permet le choix de la bonne stratégie (meaningful strategy), c'est-à-dire de la stratégie la plus adéquate, dans une situation d'interaction spécifique.

La compétence communicative permet aux locuteurs de se faire comprendre et la compétence linguistique leur permet de s'inscrire dans le discours. Il y a également l'expérience communicative et interactive des interlocuteurs qui les dirige vers l'interprétation des stratégies discursives, car «tout ce qui sera interprété doit être d'abord créé au cours de l'interaction» (Gumperz 206).

Tout énoncé / tout discours peut être compris et interprété de nombreuses manières. On interprète une énonciation donnée dans une interaction entre les deux actants: le locuteur et l'interlocuteur. Il faut envisager la manière dont l'interlocuteur interprète le contenu sémantique, en fonction de ses compétences sociolinguistique, pragmatique et interculturelle.

La connaissance extralinguistique peut être perçue par des «indices de contextualisation», par exemple, la prosodie (idem, page 157). Ceci est notamment visible dans les interactions, et c'est justement sur leur repérage que se fonde l'identification des stratégies discursives mises en œuvre.

Les identités linguistiques découlent du choix des formes linguistiques inscrites dans l'énonciation: structures lexico-grammaticales, sémantiques, verbales, les procédés artistiques, etc. susceptibles de rendre des images artistiques, poétiques. Dans ce sens, nous mentionnons *l'image stylisée*, c'est-à-dire, l'image ornée de procédés stylistiques: métaphores, épithètes, personnification, synecdoque, métonymie, etc. Nous y ajoutons *l'image esthétisée* (c'est le côté esthétique qui compte le plus) et *l'image stéréotypée* (les clichés stéréotypés).

La mention des réalités géographiques, culturelles de l'endroit est axée sur des stéréotypes culturels bien connus. Les figures de style sont rendues par des substantifs, des adjectifs qualificatifs, des verbes, etc. qui

remplissent les fonctions d'attribut, d'épithète, donc, ils servent d'attributs dans le discours. Ils mettent en relief une certaine valeur, une qualité remarquable des emblèmes, des objets représentatifs. Le souci artistique devient un impératif majeur dans la construction discursive, l'enseignant-guide envisage également d'agrémenter son discours touristique de mots, d'expressions linguistiques qui ont le pouvoir de leur conférer une image identitaire particulière.

Le discours allie les arts et la Nature, le réel et l'imaginaire, rend possible la communication et harmonise les relations interhumaines. Il a aussi d'autres atouts tels que: souligner la complexité de *l'espace touristique*, le symbolique et, plus particulièrement, tisser des liens socio-affectifs entre les gens.

Nous avons noté que les concepteurs des manuels scolaires ont inclus dans chaque contenu d'apprentissage des éléments civilisationnels qui offrent l'occasion aux apprenants- touristes de devenir «des touristes itinérants» (Seoane) et non pas seulement des «touristes consommateurs d'itinéraires» (Knafou 472). Ils auront également la chance de réfléchir sur le réel, sur l'espace visible, «guidé», et sur l'espace clos, celui des musées, des châteaux, des cathédrales, des églises, etc. qui leur dévoilent une richesse culturelle léguée par leurs ancêtres. Ces deux types d'espaces sont représentés dans les discours proposés par les manuels roumains du FLE par des extraits à caractère touristique qui privilégient l'interaction des apprenants-touristes dans des contextes interculturels tels que: les loisirs, vacances, séjours, etc.

Nous pourrions parler de plusieurs types de savoirs qui s'interpénètrent et qui contribuent à renforcer leurs dimensions socioculturelle et pragmatique. Les apprenants-touristes peuvent se retrouver dans des situations interculturelles assez variées et se former une / plusieurs identité(s) culturelle(s). L'identité culturelle relève de la culture dans son évolution temporelle, dans un processus de changement continu de *perpetuum mobile*, qui englobe d'autres points d'accroche dont nous venons de parler. De plus, l'apport informatif leur permet aussi de se former une identité linguistique.

Les concepteurs leur offre une vision d'ensemble de la France et de l'espace francophone et leur propose comme formules de voyages: «itinéraires-découvertes», «sentiers thématiques», «randonnées-découvertes», etc. ainsi que des voyages en bateaux, en train, en TGV, etc.

Il y a également d'autres éléments qui leur apportent des informations liées à la vie familiale, aux activités culturelles, aux atouts technologiques, au parcours professionnel des ados, à la santé et à la nourriture, aux loisirs, etc.

## Conclusions

**Le discours touristique envisage l'espace dans une double connotation:** le lieu dans son acception géographique, un lieu réel, visible et le lieu – le référent ou la source – dans son acception linguistique. Le lieu géographique touristique hors contexte deviendra un lieu contextualisé (mis en contexte / mis en discours). Le discours «géographique» se convertit en discours touristique. Puisqu'il vise à transmettre des connaissances culturelles, il a également une visée didactique. Ce genre de discours peut être exploité en classe de FLE: des cours de langue, vie et civilisation francophones, des cours de grammaire.

Les guides version papier et les guides audios constituent des documents authentiques en classe de langue.

Les éléments civilisationnels d'un pays constituent, à la fois, de véritables trésors culturels de chaque pays et des emblèmes – fondement de constructions identitaires: l'identité culturelle et l'identité linguistique. Des châteaux, palais, musées, etc., des espaces clos qui gardent les souvenirs de plusieurs générations, à travers des époques historiques, s'ouvrent au monde et l'incitent à les rechercher. Porteurs de valeurs symboliques et de culture, ils cimentent le lien entre l'espace et les visiteurs.

Les représentations socioculturelles qu'ils s'en font, engendrent des images identitaires partagées à la fois par l'enseignant-guide et par ses apprenants-touristes.

Le partage de la culture peut se réaliser dans un lieu visible, ouvert et dans un lieu clos; il peut se réaliser dans un milieu naturel, institutionnel, professionnel.

Le discours touristique favorise plusieurs types de voyages mentionnés déjà dans notre travail de recherche, et «mobilise» un dispositif linguistique varié. Cette «mobilisation» conduit à des stratégies / techniques discursives pour mettre en valeur l'acquis interculturel.

Envisagé uniquement dans ses dimensions géographiques, historiques, culturelles, l'espace acquiert une autre dimension, contextuelle, notre fil conducteur, pour étudier le mode de «donation», et «de partage» de l'espace «guidé». Il permet aux instances extra-textuelles – guide et touristes – de s'inscrire dans le discours. Nous avons remarqué qu'il est aussi le lieu de construction d'une / de plusieurs identité(s), d'un positionnement propre au locuteur.

L'espace présent dans le discours littéraire: récits de voyage, de S.F., des reportages, des contes, des légendes merveilleuses, etc. «élargit ses frontières

naturelles» et «s'empare» également du discours non-littéraire: discours touristiques (guides de voyages, cartes touristiques, etc.), discours des médiatiques, ainsi de suite.

Concernant les activités langagières, l'enseignant a la possibilité de concevoir des activités portant sur les actes de langage: décrire / parler d'un endroit, raconter / relater un lieu, exprimer / défendre son opinion, etc. Les apprenants peuvent constituer des portfolios, des messages publicitaires, des power points.

Ils peuvent rédiger aussi des articles de presse, des compositions libres, des essais, etc. dont la thématique est la diversité du tourisme pratiqué à présent par un bon nombre d'adhérents-touristes avides de voyages.

Pour ce qui est des activités culturelles, l'enseignant peut les attirer et les faire s'impliquer dans des actions culturelles concrètes: concours sur une thématique touristique, quiz de culture générale, correspondance scolaire, visite-découverte de la ville, etc. Les enseignants auront l'opportunité d'organiser des excursions locales, des voyages à l'étranger, des colonies de vacances à la mer, à la montagne, des séjours linguistiques et culturels, des échanges dans le cadre du programme *L'Éducation tout au long de la vie / Life Learning Programme*, etc.

## Bibliographie

- Charaudeau, Patrick, Maingueneau, Dominique, 2002, *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Ed. du Seuil, 2002 (Articles: **Analyse du discours, Champ discursif, Genre de discours, Identité, Préconstruit**).
- Charaudeau, Patrick, «Identité sociale et identité discursive. Un jeu de miroir fondateur de l'activité langagière», in Patrick Charaudeau, *Instances sociales et discursives du sujet parlant*, Paris, L'Harmattan, 2009, pp.15-28.
- Gumperz, John J, *Discourse strategies*, Cambridge, Cambridge University Press, 1982.
- Lopez Diaz, Monserrat, «*Images identitaires et rhétorique: la première de couverture de guides touristiques*» in Protée, vol.39, numéro 2, pp.113-122  
URI <http://id.erudit.org/iderudit/1007174ar> DOI: 10.7202/1007174ar
- Seoane, Annabelle, *Les mécanismes énonciatifs dans les guides touristiques: Entre genre et positionnements discursifs*, Paris, L'Harmattan, 2013, p. 16, ouvrage disponible sur le site [books.google.ro/books? isbn=2296530788](https://books.google.ro/books?isbn=2296530788) (page consultée le 24 août 2014).

Seoane, Annabelle, *Modes de donation de l'espace «guide» dans le discours des guides touristiques: spatialité et construction d'un savoir partagé*, Arborescences: revue d'études françaises, no.3, 2013, article disponible également sur le site: [www.erudi.org](http://www.erudi.org), p.11 (page consultée le 19 août 2014).

## Sitographie

[www.dictionnaire.reverso.net/français-définition/civilisationnel](http://www.dictionnaire.reverso.net/français-définition/civilisationnel) (page consultée le 19 août 2014).

[www.dictionnaire.reverso.net/français-définition/civilisationnel](http://www.dictionnaire.reverso.net/français-définition/civilisationnel) (page consultée le 19 août 2014).

*Persée* revue scientifique électronique, [www.persee.fr/.../quad\\_0987-1381\\_1994\\_num](http://www.persee.fr/.../quad_0987-1381_1994_num), Identité culturelle, identité nationale (page consultée le 1er octobre 2014)

Puren, Christian, *La didactique des langues-cultures étrangères entre méthodologie et didactologie*, Les Langues modernes no3/1999, [www.faguowenhua.com/.../puren\\_1999a\\_didactique\\_](http://www.faguowenhua.com/.../puren_1999a_didactique_).

Approches interculturelles en éducation – INRP [ife.ens-lyon.fr/vst/DS-Veille/dossier\\_interculturel.pdf](http://ife.ens-lyon.fr/vst/DS-Veille/dossier_interculturel.pdf) INTITUT NATIONAL DE RECHERCHE PÉDAGOGIQUE. SERVICE DE VEILLE SCIENTIFIQUE ET TECHNOLOGIQUE. APPROCHES INTERCULTURELLES.

*Revue électronique* de CRINI <http://www.crimi.univ-nantes.fr/>

## Corpus des manuels

Dan Ion Nasta (coord.), Marioara Sima, Tereza Lili Știubei, *Manuel pour la classe de IXe, Planète jeune, Édition Corint, București, 2008.*

Dan Ion Nasta, *Manuel pour la classe de X<sup>e</sup> L 1, Porte-bonheur, Édition Corint, București, 2005.*

Dan Ion Nasta, *Manuel pour la classe de XI<sup>e</sup> L1, Coup de Cœur, Édition Corint, București, 2006.*

Dan Ion Nasta, *Manuel pour la classe XII<sup>ea</sup> L1, Francoroute, Édition Corint, București, 2002.*

Viorica Aura Păuș, Rodica Mladinescu, Dan Ion Nasta, *Manuel pour les classes de IX<sup>e</sup> Xe, L'École des Arts et Métiers, Édition Didactique et Pédagogique, R.A, București, 2006.*