



Chapitre 3: LES CARACTERISTIQUES DU FOS

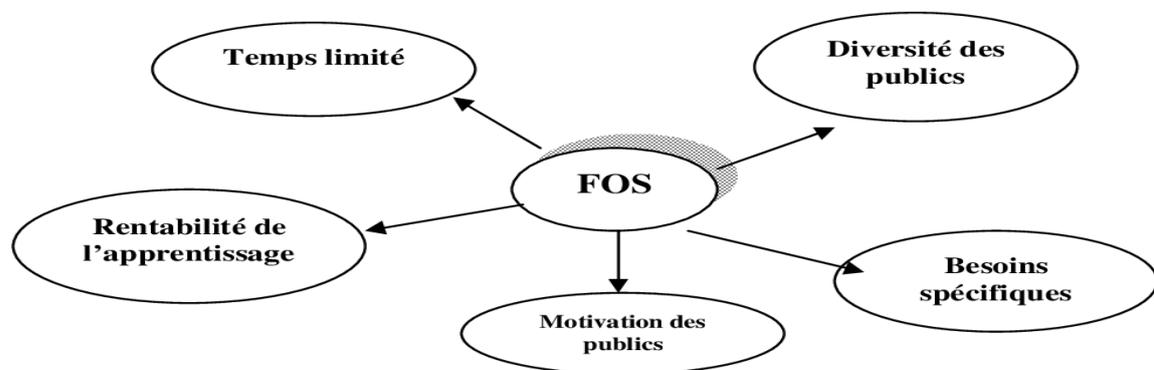
Par Dr. Nawel Hamel ,MCA
Département de Langue et Littérature
Françaises Université Mohamed Khider de
Biskra



Introduction

Les besoins linguistiques spécifiques des apprenants en FOS ne sont pas uniformes et varient largement en fonction des publics concernés. Qu'il s'agisse de professionnels, d'étudiants universitaires, de cadres, de travailleurs étrangers ou de chercheurs, chaque groupe présente des objectifs et des attentes particuliers en matière d'apprentissage du français. Cette diversité impose une adaptation des méthodes pédagogiques et du contenu enseigné, en fonction de la finalité précise de l'usage de la langue.

Dans ce chapitre, nous analyserons les différents types de publics auxquels le FOS s'adresse, en tenant compte de leurs contextes professionnels, académiques et socio-économiques. Cette approche permettra de mieux comprendre les besoins spécifiques de chaque groupe, ainsi que les compétences linguistiques ciblées dans leur formation.



1. Les publics relevant du FOS

1.1. Professionnels

Les professionnels qui suivent des cours de FOS le font généralement dans le cadre de leur travail. Leur besoin est de maîtriser un langage technique et professionnel précis. Vous pouvez mentionner les domaines spécifiques où le FOS est utilisé, comme le commerce, le droit, la médecine ou le tourisme, et indiquer que ces professionnels doivent être capables de rédiger des documents techniques, de participer à des

réunions, ou d'interagir avec des partenaires francophones dans un cadre professionnel.

1.2. Étudiants universitaires

Les étudiants universitaires en FOS cherchent généralement à améliorer leurs compétences linguistiques pour des études spécifiques (comme la médecine, l'ingénierie ou le droit), ou pour se préparer à intégrer le marché du travail. Vous pouvez souligner que ces étudiants ont besoin de maîtriser la langue française non seulement dans des contextes académiques (rédiger des thèses, comprendre des conférences), mais aussi dans un cadre plus professionnel où des stages ou des collaborations avec des entreprises peuvent être nécessaires.

1.3. Cadres ou employés

Les cadres ou employés ont souvent besoin de cours de FOS pour améliorer leur performance dans leur entreprise. Il s'agit de cadres travaillant dans des multinationales où le français est utilisé comme langue de travail, ou bien d'employés souhaitant progresser dans leur carrière. Leurs besoins peuvent inclure la rédaction d'e-mails professionnels, la préparation de rapports ou encore la maîtrise de la communication orale lors de réunions ou de négociations.

1.4. Travailleurs étrangers (migrants)

Les travailleurs étrangers, ou migrants, peuvent suivre des cours de FOS pour mieux s'intégrer dans le marché du travail francophone. Ces apprenants ont des besoins linguistiques qui touchent à la fois le quotidien et le professionnel. Ils doivent non seulement apprendre à communiquer dans un environnement de travail, mais aussi comprendre les normes culturelles et les pratiques professionnelles du pays d'accueil. Vous pouvez mentionner que ces cours sont souvent axés sur des secteurs tels que le bâtiment, la restauration, ou la santé.

1.5. Chercheurs et universitaires

Les chercheurs et universitaires utilisent souvent le FOS pour développer leurs compétences linguistiques dans le but de publier des articles en français, participer à

des conférences internationales, ou collaborer avec des équipes de recherche francophones. Vous pouvez souligner que pour ce public, le FOS s'étend également à l'apprentissage du discours académique, des méthodologies de recherche en langue française, ainsi que des présentations scientifiques.

2. Les besoins spécifiques en FOS (Français sur Objectifs Spécifiques)

Les apprenants en FOS ont des besoins variés en fonction de leur profil (professionnels, universitaires, travailleurs étrangers, chercheurs), ce qui exige une adaptation des méthodes pédagogiques et des contenus. G. Holtzer définit ces apprenants comme ceux qui ont besoin du français pour des objectifs autres que linguistiques, mettant en lumière la nécessité d'une langue ciblée pour des situations spécifiques de communication. J.J. Richer souligne l'importance de l'approche axée sur des compétences linguistiques et culturelles adaptées à des contextes professionnels.

2.1. Identification des besoins langagiers : Le besoin en FOS est défini comme un écart entre une utilisation idéale de la langue et la situation actuelle. La notion de besoins langagiers, introduite par R. Richterich, réfère aux compétences nécessaires pour communiquer efficacement dans différents contextes. Identifier ces besoins est essentiel pour établir des contenus d'enseignement prioritaires et garantir que le programme répond aux objectifs d'apprentissage des apprenants.

2.2. Classification des besoins :

- **Besoins individuels/sociaux :** Les besoins individuels sont liés à l'usage personnel de la langue (ex. communication professionnelle), tandis que les besoins sociaux concernent l'intégration dans un groupe socioculturel.
- **Besoins subjectifs/objectifs :** Les besoins subjectifs sont influencés par les motivations personnelles, alors que les besoins objectifs sont mesurables et déterminés par des critères externes, comme les compétences nécessaires pour un emploi.
- **Besoins prévisibles/imprévisibles :** Les besoins prévisibles sont anticipés en fonction des contextes d'utilisation, tandis que les besoins imprévisibles surgissent de manière inattendue.

- **Besoins concrets/figurés** : Les besoins concrets concernent des compétences tangibles (ex. rédaction d'e-mails), tandis que les besoins figurés impliquent des compétences plus abstraites, comme la compréhension des nuances culturelles.

2.3. Composantes des besoins langagiers :

- **Composante psycho-affective** : La confiance en soi est essentielle pour l'engagement de l'apprenant, l'insécurité linguistique étant un obstacle. L'enseignant joue un rôle crucial en renforçant la motivation et la confiance des apprenants.
- **Composante linguistique** : Cette composante couvre les compétences grammaticales, lexicales, phonologiques, et de compréhension orale et écrite. Les programmes FOS doivent permettre une application pratique des compétences dans des contextes réels.
- **Composante socio-culturelle** : La langue est ancrée dans la culture, et les apprenants doivent comprendre les normes sociales et culturelles pour une communication efficace. L'intégration d'activités culturelles et interculturelles dans les programmes est essentielle pour améliorer cette compétence.

Les classifications et les composantes des besoins langagiers permettent aux concepteurs de programmes de FOS de cibler précisément les attentes des apprenants, afin d'offrir une formation pertinente et adaptée à leurs contextes spécifiques.

Conclusion

Ce cours a exploré les diverses caractéristiques du Français sur Objectifs Spécifiques (FOS), mettant en lumière la diversité des publics qui en bénéficient et l'importance cruciale de l'identification et de la classification des besoins langagiers. Les différents groupes cibles, tels que les professionnels, les étudiants universitaires, les cadres, les travailleurs étrangers, ainsi que les chercheurs, illustrent la portée étendue du FOS et la nécessité d'adapter les contenus pédagogiques aux contextes spécifiques de chaque apprenant.

L'analyse des besoins spécifiques a révélé que ceux-ci se composent de dimensions psycho-affectives, linguistiques et socio-culturelles, chacune jouant un rôle vital dans l'engagement des apprenants et dans l'atteinte de leurs objectifs. La composante psycho-affective, par exemple, souligne l'importance de la confiance en soi et de la gestion de l'anxiété, tandis que les aspects linguistiques et socio-culturels nécessitent une attention particulière pour favoriser une communication efficace dans des contextes variés.

Applications

Cours 3 : Les caractéristiques du FOS

Exercice 1 : Identification des publics du FOS

Objectif : Identifier les différents publics du FOS et leurs besoins linguistiques spécifiques.

Consigne :

1. Associez chaque photo à un type de public (professionnel, étudiant universitaire, cadre, travailleur étranger, chercheur universitaire).
2. Pour chaque public, identifiez les besoins linguistiques spécifiques à leur domaine (par exemple, rédaction de documents techniques, participation à des conférences, communication dans un environnement de travail).
3. Discutez en groupe des raisons pour lesquelles ces besoins sont importants pour chaque public.



