

L'élaboration des programmes FOS

L'identification des besoins de formation des apprenants doit se traduire en objectifs, en contenus, en actions, en programmes.

La démarche de conception de programmes de FOS comporte certaines étapes et principes méthodologiques, désormais classiques.

Ces étapes sont les suivantes :

- Identification de la demande de formation
- Analyse du public
- Analyse des besoins
- Recueil de données authentiques sur le terrain
- Analyse des données en collaboration avec les acteurs du terrain professionnel ou les enseignants de la spécialité
- Mise en place d'une méthodologie
- Autonomisation des apprenants
- Évaluation

La plupart des étapes ci-dessus, en particulier celles du recueil des données, de leur analyse et de l'élaboration d'activités didactiques à partir de ce matériau authentique, seront illustrées car mises en application dans les fiches pédagogiques de la deuxième partie de cet ouvrage. Un renvoi à la (aux) fiche(s) correspondante(s) sera alors fait.

L'IDENTIFICATION DE LA DEMANDE DE FORMATION

Un organisme, une entreprise, une institution demande d'assurer un stage précis, en France ou à l'étranger, avec un objectif précis à atteindre, généralement sur une période courte, pour un public homogène ou non.

L'identification de la demande, articulée avec l'analyse du public et des besoins, conduit le formateur à orienter le programme vers une démarche FOS, vers le Français de Spécialité, voire vers du français général. Il arrive en effet que l'imprécision de la demande ou l'hétérogénéité du public amènent l'enseignant à cibler des compétences transversales et donc à s'orienter plus vers un enseignement généraliste que spécialisé.

On le constate fréquemment lorsque la demande provient d'une université recevant de nombreux étudiants étrangers et souhaitant leur proposer des cours de français. Le cas le plus fréquent est celui où les étudiants de différentes filières sont regroupés dans un même groupe : on peut ainsi se retrouver face à des étudiants dont les spécialités sont aussi diverses que les mathématiques, la médecine, la biologie, la physique et la géographie. Dans un tel cas de figure, il est quasiment impossible de cibler des compétences propres à une spécialité (les travaux écrits demandés en mathématiques et en géographie sont totalement différents). En outre, même quand la demande concerne un public d'une même spécialité, les étudiants se spécialisent dans des sous-domaines extrêmement pointus. Ainsi l'enseignant doit parfois non seulement cibler des compétences transversales et assez générales pour correspondre aux besoins de tous les étudiants, mais aussi utiliser des supports (écrits et oraux) qui ne se rattachent à aucune spécialité, et qui se rapprocheront beaucoup des supports utilisés dans les formations généralistes (articles de presse grand public, documents vidéo traitant de faits de société, etc.).

Il arrive également qu'il y ait non-adéquation entre la demande de l'institution et les besoins réels du public. Reprenons l'exemple du directeur commercial américain : la majorité des échanges professionnels auxquels cette personne avait à faire face se passaient en anglais ; en ce qui concerne la vie quotidienne, il s'en remettait totalement à son épouse, sans activité professionnelle et donc très disponible. L'absence de besoins professionnels ou personnels urgents impliquant la maîtrise du français, à quoi s'ajoutait un emploi du temps très chargé, de fréquents voyages aux États-Unis, et une perspective de séjour en France n'excédant pas deux ans, faisaient que l'apprenant n'était ni très disponible ni très motivé pour suivre ses cours de français. Mais, en même temps, son entreprise tenait beaucoup à lui proposer cette formation, et en attendait des résultats.

On peut également se trouver confronté à une demande qui n'est pas assez précise, soit parce qu'elle n'est pas formulée assez clairement, soit parce que le public n'est pas clairement identifié. Prenons l'exemple suivant : un grand cabinet d'avocats d'affaires londonien va ouvrir une filiale à Bruxelles. On demande une formation en français pour les avocats candidats à l'expatriation. Ils ont tous fait du français dans le secondaire mais leur niveau est hétérogène. Si dans ce cas le public est clairement identifié, la demande n'est pas assez précise : tous les avocats concernés par la formation iront-ils à Bruxelles ? Qui seront les clients de la filiale belge, des entreprises à majorité francophone ? des entreprises internationales ? Dans ce dernier cas, les échanges professionnels se feront-ils en français ou en anglais ? Les réponses à ces différentes questions conduiront à orienter la formation, soit vers une démarche FOS, dans le cas où les échanges professionnels se feraient majoritairement en français, soit vers une formation plus généraliste, dans le cas où, les échanges professionnels se faisant majoritairement en anglais, les apprenants auraient surtout besoin du français pour la vie quotidienne.

Les premières questions à se poser face à une demande de formation sont donc des questions du type :

- La demande est-elle précise ?
- Le public est-il clairement identifié ?
- Est-il homogène ?
- Ses objectifs correspondent-ils à ceux de l'employeur/demandeur ?
- L'objectif fixé par le demandeur paraît-il réalisable compte tenu du temps accordé à la formation ?

Ces questions préalables seront complétées par une analyse plus précise du public et de ses besoins.

L'ANALYSE DU PUBLIC

La mise en place d'un programme d'enseignement de FOS suppose l'étude des conditions dans lesquelles il s'effectue, le contexte géographique, institutionnel, la proximité des langues en présence, etc.

L'analyse du public comprend : la formation de ces publics, leurs acquis, leurs besoins, leurs attentes, leurs priorités, leur manière d'apprendre le français, leur(s) culture(s), leur environnement, dans une approche interculturelle.

L'analyse du public est une étape fondamentale et complexe. Les paramètres peuvent en effet être aussi variés que les demandes. Il convient donc d'établir une grille d'analyse du public qui soit évolutive (les priorités changent souvent en cours d'apprentissage) et adaptable à des cas différents. Nous proposons ci-dessous un ensemble de questions que le concepteur d'une formation FOS pourra se poser et poser au(x) demandeur(s) et/ou aux apprenants. Si cette grille ne prétend pas être exhaustive, elle est volontairement détaillée, afin de fournir des pistes utiles pour l'élaboration de questionnaires adaptables à toute demande de formation ; il convient ainsi aux utilisateurs de sélectionner les éléments pertinents pour leur cas.

QUI ?
Âge / Sexe / Nationalité
Quels diplômes avez-vous obtenus ?
Quel a été votre parcours professionnel ?
Quelle est votre fonction actuelle ?
Parlez-vous d'autres langues ?
Êtes-vous en reprise d'études ?

3

POURQUOI ?
Pourquoi suivez-vous cette formation en français ?
Pour vos études.
Par nécessité professionnelle.
Parce que vous devez obtenir une certification / un diplôme.
Cette formation aura-t-elle une incidence sur votre statut professionnel ?
Quels sont vos rapports avec la langue française ?
Quel est votre niveau actuel en langue française ?
Où et quand avez-vous étudié le français ?
Que connaissez-vous de la culture française ?
Avez-vous déjà voyagé en France ou dans des pays francophones ?

OÙ ?	
Analyse de l'environnement	
La formation a lieu en milieu francophone	La formation a lieu en milieu non francophone
L'activité en lien avec la formation aura-t-elle lieu en milieu francophone ou non francophone ?	
Le pays / la ville où se déroule la formation et le lieu d'exercice de l'activité sont-ils les mêmes ? sinon, sont-ils proches ? éloignés ?	
Quel lien peut-on avoir avec le lieu d'exercice de l'activité ?	
	Accès à la documentation francophone (ouvrages et revues scientifiques et professionnels francophones) ?
	Accès à Internet / Accès à TV5 ?
Pourra-t-on effectuer des activités « sur le terrain » ? (Visites d'entreprises, insertion dans un laboratoire, etc.)	Jumelages éventuels (entre universités, entre centres de recherches)
Dans quel contexte va se dérouler la formation ?	
La formation aura-t-elle lieu pendant ou en dehors des heures de travail ?	
La formation aura-t-elle lieu sur le lieu de travail ou à l'extérieur ?	
Cette formation est-elle prise en charge par l'employeur ?	
Quelle sera la durée hebdomadaire/mensuelle de cette formation ?	
S'agit-il d'un stage intensif ? de cours du soir ?	

L'ANALYSE DES BESOINS

L'analyse des besoins consiste à recenser les situations de communication dans lesquelles les apprenants auront à utiliser le français dans le cadre de leur activité, ainsi que les connaissances et savoir-faire langagiers et professionnels

4

que ces apprenants devront acquérir durant la formation. D'une façon concrète et très simplifiée, cela revient à répondre à des questions du type: Avec qui l'apprenant parlera-t-il français? dans quel contexte? Qu'aura-t-il à dire? à écouter? à comprendre? Qu'aura-t-il à lire? à écrire? Quelles tâches devra-t-il accomplir qui impliquent l'utilisation de la langue française? Etc.

Dans un premier temps, cette analyse peut être faite par le biais d'une réflexion personnelle de l'enseignant, qui pourra s'appuyer sur un vécu personnel (il est, par exemple, relativement aisé de recenser les situations de communication entre une hôtesse de l'air et des passagers, ou entre un réceptionniste et un client d'hôtel) ou sur une expérience antérieure du même type de public. Toutefois, l'enseignant peut être confronté à des demandes de formation qui touchent des domaines d'activités qui lui sont peu familiers voire totalement étrangers. Dans ce cas, la solution passe par un contact avec le milieu où se déroule l'activité, soit en questionnant les apprenants directement, soit en s'informant auprès de l'organisme demandeur.

Ainsi, l'enseignant devra (s')interroger sur:

- le contexte général de la communication: De quel milieu s'agit-il? De quel secteur d'activité (par exemple, commerces, banques, compagnies d'assurances, industries, monde de l'informatique, etc.)? À quelle catégorie d'activité a-t-on affaire (par exemple, gestion des ressources humaines, publicité, marketing, relations publiques, vente, etc.)?

- le rôle et le statut de la communication: S'agit-il d'une communication d'égal à égal? de supérieur à inférieur? de médecin à patient? de vendeur à acheteur? Etc.

- les modalités des contacts: Les apprenants auront-ils à communiquer en face à face? Auront-ils à s'exprimer seuls face à un public? Participeront-ils ou animeront-ils des réunions? Auront-ils à assister à des conférences? Communiqueront-ils plutôt en petits groupes? en grands groupes? Seront-ils dans une situation didactique (écoute de cours)? Etc.

- les réseaux de communication utilisés: face à face, téléphone, courrier, Internet, etc.

- à quels registres de langue seront-ils confrontés en priorité? familier? soutenu? académique? Etc.

- à quel code seront-ils confrontés en priorité? écrit? oral?

Comment recenser les besoins?

Le meilleur moyen de recenser les situations de communication où les apprenants auront à utiliser le français est d'établir un **questionnaire d'analyse des besoins**. Ce questionnaire doit bien entendu être adapté au milieu cible; il est

en effet impossible d'établir un questionnaire type compte tenu de la diversité des demandes. Les référentiels de compétence dans les différents domaines professionnels¹ peuvent être des outils pour l'élaboration de ces questionnaires. Toutefois, ces référentiels professionnels, longs et très détaillés, ne peuvent pas être appliqués tels quels à un public d'apprenants: il convient de ne cibler que les compétences qui exigent l'utilisation de la langue française, et d'établir un questionnaire assez clair pour que l'apprenant, ou le demandeur, puissent y répondre (on peut bien sûr envisager d'élaborer ce type de questionnaire dans la langue du demandeur ou de l'apprenant).

Si nous reprenons l'exemple de l'une des demandes de formation décrites au chapitre 1, concernant la psychiatre russe en stage dans un hôpital de la région Rhône-Alpes, ce que nous savons de ses activités et de ses besoins exprimés peut nous permettre d'établir un questionnaire de ce type:

- Vous assistez à des entretiens médecin-patient?
 très régulièrement occasionnellement
- Intervenez-vous pendant ces entretiens?
 parfois jamais
- Avez-vous des contacts individuels avec les patients?
 oui non
- Avez-vous des contacts avec les familles des patients?
 oui non
- Avez-vous besoin de prendre des notes pendant les entretiens?
 oui non
- Assistez-vous à des réunions de l'équipe soignante?
 très régulièrement occasionnellement
- Est-ce que vous devez intervenir pendant ces réunions?
 toujours parfois jamais
- Qu'avez-vous besoin d'écrire en français?
 des rapports sur les patients des comptes rendus un rapport de stage
- Que lisez-vous en français?
 des rapports des documents internes des textes de votre spécialité

Ce questionnaire n'est pas exhaustif et mérite d'être affiné, en particulier lors du contact avec le demandeur et l'apprenante, qui permettra de mieux cerner les tâches qu'elle doit effectuer. Mais on voit que le but de ce questionnaire est d'aider le formateur à cibler des situations de communication. Les formations

1. Un référentiel de compétences professionnelles inventorie les domaines d'activités professionnelles et les compétences requises dans un domaine d'exercice et pour une profession prédéfinies. Ils sont aujourd'hui couramment utilisés dans la formation, le recrutement, les bilans de compétence, etc.

étant généralement courtes, et l'enjeu professionnel important, il convient de privilégier certaines compétences. Ainsi, si la psychiatre n'intervient pas pendant les entretiens médecin-patient et peu ou pas au cours des réunions de l'équipe soignante, il faudra privilégier la compréhension orale. De même, si les notes qu'elle prend pendant les entretiens sont à son seul usage et qu'elle ne doit pas rédiger de rapports à partir de ces notes, elle les prendra probablement en russe, et l'apprentissage de la prise de notes en français sera superflu.

Composantes lexicale, morphosyntaxique, phonologique.

Question des registres de langue

Il conviendra également de recenser les **composantes linguistiques** des discours auxquels les apprenants seront confrontés :

– le lexique : terminologie du domaine, part du lexique courant, collocations relevant de divers champs sémantiques (le monde du travail, les syndicats, le courrier d'entreprise, les fluctuations de prix, etc.)

– les structures morphosyntaxiques récurrentes : numéraux, expression de la quantité, comparaison, connecteurs, verbes modalisateurs, expression de la probabilité, etc.

– la composante phonologique : prononciation correcte et sans hésitation de données chiffrées, intonation correcte, utilisation adéquate des pauses, etc.

– la composante paralinguistique : intonation, langage du corps, postures, gestes, mimiques.

Le recensement des caractéristiques linguistiques des discours d'un domaine spécialisé ou professionnel suppose une **analyse** de ces discours, sur laquelle nous nous attarderons plus avant dans ce chapitre. L'observation de ces caractéristiques permet de cibler certains contenus linguistiques (lexicaux, syntaxiques et morphologiques), contrairement à une formation plus générale. Ainsi, certains discours spécialisés présentent des **structures syntaxiques récurrentes** (constructions passives, pronoms relatifs, etc. dans le discours juridique, par exemple), d'autres ont une composante grammaticale très restreinte par rapport aux discours non spécialisés (cas du discours mathématique, où le nombre de temps utilisés est réduit et où la notion d'aspect n'existe pas).

La **composante lexicale** des discours spécialisés doit bien entendu être recensée. Il faut cependant veiller à ne pas se focaliser sur cette composante. La présence dans un discours d'unités lexicales spécialisées permet de rattacher ce discours à un certain domaine : un texte contenant de nombreux termes juridiques pourra être identifié comme un texte traitant de droit ; un médecin résumant le cas d'un patient à un confrère utilisera des termes médicaux probablement opaques pour un non-spécialiste. Mais si ce lexique spécialisé est

très visible, le lexique « courant » est toujours présent, et même majoritaire, quel que soit le degré de spécialité des discours. De plus, il ne faut pas oublier que le lexique spécialisé n'est pas nécessairement celui qui pose le plus de problème aux apprenants étrangers lorsque ceux-ci sont eux-mêmes spécialistes du domaine en question. Comme le souligne très justement Odile Challe¹, « les mots les plus étranges pour un étudiant [étranger] ne sont pas forcément les termes les plus techniques ». Ainsi, le lexique courant peut bloquer la compréhension pour un apprenant de faible niveau. De même, certains mots issus du lexique courant mais ayant une signification très précise dans un domaine de spécialité peuvent être moins « transparents » pour un apprenant étranger qu'un terme très pointu mais qui peut se rapprocher de son équivalent en anglais, par exemple.

Il est également important de recenser les différents **registres de discours** présents dans le milieu professionnel où les apprenants vont évoluer. Ainsi, les discours de certaines disciplines peuvent présenter une imbrication de différents niveaux de discours : un échange médecin / patient peut, suivant les moments de l'entretien, s'inscrire dans le discours de vulgarisation, le discours familier, voire le discours vulgaire suivant le contexte (consultation en psychiatrie, par exemple). Cette cohabitation de différents registres de discours peut être un facteur de difficulté pour un apprenant étranger. Elle peut également dérouter le formateur pour qui « domaine de spécialité » signifie « discours d'un niveau de spécialité élevé ». L'observation et le recensement des registres de discours constituent donc une étape tout aussi importante que celle du recensement du lexique ou des structures syntaxiques.

Composantes extralinguistiques

On s'interrogera aussi sur :

– la **composante sociolinguistique** : Comment s'adresser à un collègue, à son patron, à un étranger ? Comment maîtriser les termes d'adresse en français ?

– la **composante stratégique** : Comment refuser sans dire « non » ? Comment dire de faire quelque chose en questionnant poliment ? Comment relancer une facture impayée de manière ferme mais polie ? Comment annoncer un diagnostic grave sans inquiéter le patient ? Comment le chirurgien peut-il informer le patient des risques opératoires afin de l'aider à prendre sa décision, et de se protéger lui-même d'éventuelles complications ?

– la **composante socioculturelle et interculturelle** des discours en vigueur dans le domaine où les apprenants exerceront leur activité.

1. Challe O., *Enseigner le français de spécialité*, Economica, 2002, p. 30.

Ces composantes non linguistiques des discours spécialisés sont plus difficiles à recenser que les autres composantes, car elles se situent au niveau de l'implicite. Elles impliquent une connaissance du milieu cible et de ses enjeux que le formateur ne possède peut-être pas. Là encore, le contact avec le terrain, avec ses acteurs, s'avère indispensable. Nous reviendrons sur la compétence interculturelle et ses stratégies d'apprentissage dans le chapitre 4.

Cette analyse des besoins se veut **évolutive et réaliste**.

LE RECUEIL DES DONNÉES AUTHENTIQUES ET LEUR ANALYSE

En fonction de la demande, l'enseignant connaît plus ou moins bien les situations cibles sur lesquelles il aura à travailler. Cette étape est donc fondamentale dans la mise en place d'un programme de formation FOS à plus d'un titre. Tout d'abord, elle permet de compléter l'analyse des besoins.

C'est en effet en étant confronté aux discours, écrits et oraux, actualisés dans les situations où les apprenants se retrouveront à l'issue de la formation que le formateur pourra identifier concrètement leurs besoins. Le recueil de données authentiques permet donc dans un premier temps d'**informer** l'enseignant sur les discours qui circulent dans le milieu professionnel ciblé.

Les discours professionnels authentiques : source d'informations pour le formateur

Il est facile d'imaginer une conversation entre un touriste et un réceptionniste d'hôtel, et tout le monde a déjà effectué une réservation de chambre par téléphone. Par contre, sait-on à quoi ressemble la feuille de route d'un chauffeur routier, et quels types d'échanges ont lieu entre le responsable logistique d'une entreprise de transport et l'un de ses chauffeurs qui ne pourra pas livrer la marchandise à temps ? Ce type de renseignements, indispensables pour cibler les contenus de la formation, ne peut être obtenu qu'en prenant contact directement avec le milieu concerné.

Afin de recueillir ces données, l'enseignant doit, dans la mesure de ses possibilités, se déplacer, aller sur le terrain, s'informer des discours qui s'y pratiquent, recueillir les écrits professionnels, enregistrer, filmer des scènes de la vie professionnelle, etc. Pour se familiariser avec ces documents issus d'un secteur éloigné de sa formation initiale, il est nécessaire de travailler en collaboration avec les différents acteurs de ce terrain, souvent dans l'urgence car les demandes se succèdent mais ne se ressemblent pas!

Les organismes demandeurs de formation, entreprises, universités, hôtels, etc. acceptent le plus souvent de collaborer avec le formateur et de fournir des documents professionnels. Cependant, diverses difficultés peuvent surgir lors de cette étape : tout d'abord, le formateur peut être éloigné géographiquement du milieu professionnel (la formation peut avoir lieu en pays francophone alors que l'activité s'exercera en pays non francophone, ou le contraire). Dans ce cas, le contact peut éventuellement s'établir à distance : téléphone, Internet, courrier. On peut aussi envisager de contacter, sur le lieu d'exercice du formateur, une institution dont l'activité est proche de celle qui est demandeuse de la formation, mais dans ce cas, la collaboration n'est pas garantie. Une autre possibilité, et nous y reviendrons ci-dessous dans le point consacré au multimédia, consiste à recueillir des informations sur Internet : les sites des entreprises peuvent fournir de nombreuses informations, mais également des contacts.

La deuxième difficulté qui peut surgir lors de la collecte des données, et qui concerne certains domaines en priorité, est celle de la confidentialité de certains documents et échanges professionnels. Les activités juridique, industrielle, et bien sûr médicale, sont le lieu d'échanges dont la teneur confidentielle n'autorise pas un accès extérieur. Difficile en effet d'enregistrer une consultation médicale, un entretien entre un avocat et son client, mais aussi une réunion en entreprise où l'on décide de la future stratégie marketing du groupe. Ici aussi, l'institution demandeuse peut collaborer : un hôpital qui recrute des médecins étrangers pourra fournir des documents de travail vierges ou rendus anonymes (dossiers de patients dont on a effacé le nom, par exemple), et autoriser le formateur à effectuer des entretiens avec le personnel.

Mais lorsque l'accès aux données s'avère trop difficile, le formateur a un certain nombre d'alternatives. L'une des possibilités consiste à recueillir des données accessibles qui se rapprochent le plus possible des données réelles. Ainsi, si l'on reprend l'exemple du milieu hospitalier ou des entretiens à caractère juridique, il existe aujourd'hui des documentaires ou émissions, réalisés pour la télévision ou le cinéma, qui montrent l'activité professionnelle de ces domaines. La plupart des chaînes de télévision proposent des émissions médicales dans lesquelles on peut voir des consultations, des équipes de médecins en activité à l'hôpital, etc. *Le magazine de la santé au quotidien*, sur France 5, la série *Immersion à l'hôpital*, de France 2, pour ne citer que ces deux exemples, peuvent constituer de précieuses sources d'informations. En ce qui concerne le domaine juridique, des documentaires montrant le quotidien des tribunaux ont également été produits récemment, et l'on peut aussi citer le documentaire *10^e chambre instants d'audience* de Raymond Depardon (2003).

Les œuvres de fiction peuvent également fournir un matériel utilisable pédagogiquement : dans le domaine du monde du travail, des films tels que *Ressources*

humaines (Laurent Cantet, 1999), *Violence des échanges en milieu tempéré* (Jean-Marc Moutout, 2004) comportent de nombreuses scènes suffisamment proches de la réalité pour permettre une exploitation didactique : dans le domaine du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration, citons des films tels que *Garçon* (Claude Sautet, 1983), *Décalage horaire* (Danielle Thompson, 2002).

Il convient bien sûr d'être prudent avec ce genre de documents, qui sont des productions audiovisuelles pour le grand public, et ne sont donc pas des documents bruts. Toutefois, en l'absence de véritables données professionnelles, ils ne sont pas à négliger.

Là encore, les ressources multimédia peuvent être précieuses. Dans le domaine médical, par exemple, il existe de nombreuses ressources disponibles, soit à destination du grand public (sites tels que <http://www.doctissimo.fr> ou <http://www.vulgaris-medical.com>), soit à destination des étudiants de médecine. On trouve ainsi sur le site <http://www.chups.jussieu.fr> (site de la Faculté de médecine de Paris VI) des vidéos de consultations médicales (pour ne citer que cet exemple, mais ce site est une mine !) tout à fait utilisables en tant qu'apport d'information mais aussi en tant que supports d'activités didactiques.

Les données authentiques : supports d'activités didactiques

Les données authentiques peuvent donc aussi servir de **supports à l'élaboration d'activités didactiques**. Les données recueillies peuvent soit être utilisées en l'état (vidéo de consultation médicale, feuilles de route de chauffeurs routiers, fiches de réservation d'un hôtel, etc.), soit servir de base à l'élaboration d'un document fabriqué qui sera le support de l'activité. Les fiches pédagogiques de la deuxième partie de cet ouvrage illustrent bien, dans leur diversité, les différentes données qu'il est possible de recueillir et le traitement que l'on peut leur donner.

La fiche n° 10 du domaine économie/entreprise a pour support des documents fabriqués à partir d'un entretien enregistré. Cet entretien dirigé a été fait avec des professionnels du secteur des achats (acheteur, approvisionneur). La transcription de cet enregistrement a ensuite servi de base à l'élaboration de documents à partir desquels les activités didactiques ont été réalisées. Cet entretien n'était pas utilisable en l'état pour plusieurs raisons : la qualité sonore n'était pas optimale, mais surtout, cela ne constituait pas vraiment un discours « de terrain », mais un discours sollicité. Ce type de données représente une précieuse source d'informations (au niveau des tâches effectuées par un professionnel, de la terminologie d'un domaine, des aspects interculturels, etc.), mais elles doivent être retravaillées.

Dans le domaine juridique, les fiches n° 14 et n° 15 ont été faites à partir de documents authentiques (documents d'une procédure de divorce).

Pour ce qui touche au domaine médical, la fiche n° 17, consacrée à la psychiatrie (domaine où il est particulièrement difficile d'avoir accès à des données authentiques), a été réalisée à partir d'un documentaire télévisé consacré à l'hôpital Saint-Anne. La fiche n° 16 a été réalisée à partir d'une consultation authentique, enregistrée puis transcrite.

Quelques points méritent d'être rappelés en ce qui concerne la collecte et l'utilisation comme support didactique des données de terrain :

– **la sélection** : cela peut paraître une évidence, mais il faut tout d'abord opérer une sélection dans tous les documents disponibles, en particulier si l'on recueille des données sur Internet. Tout n'est pas utilisable, et tout ne présente pas d'intérêt pour la formation que l'on doit mettre en place. Si cette sélection est nécessaire dans l'étape d'information sur les discours qui circulent dans un domaine de spécialité (le formateur risque de se noyer dans un flot d'informations sur un domaine qu'il ne maîtrise pas), elle l'est encore plus lors de l'étape de didactisation des documents retenus.

– **l'adaptation** au niveau et aux objectifs des apprenants : les documents authentiques sont très riches, mais toute l'information contenue n'est pas utilisable en classe de langue. Il faut tout d'abord adapter les données recueillies au niveau des apprenants. Cela peut revenir à simplifier un document, ou à choisir de ne travailler que certains points très précis. Il faut également sélectionner les points à travailler en fonction des objectifs des apprenants.

– **le traitement** des données : il convient en effet, afin de les utiliser à des fins didactiques, de rétablir une progression, nécessaire pour l'apprentissage, mais absente des documents authentiques qui n'ont pas de caractère pédagogique. Les données authentiques nécessitent donc très souvent d'être retravaillées.

– **l'actualisation** : le monde professionnel évolue vite, et les données recueillies sur le terrain risquent de devenir rapidement déphasées avec la réalité du milieu. Il convient donc de renouveler très régulièrement les documents utilisés, de se tenir informé, par un contact avec le milieu concerné, de l'évolution du domaine.