

La place de la culture dans les produits multimédia de l'enseignement/apprentissage du Français Langue Etrangère. A titre d'exemple, les produits hors ligne

Dr. Liliane Merhy*

(Déposé le 2 / 6 / 2021. Accepté 4 / 10 / 2021)

□ Résumé □

L'apprentissage d'une langue ne se limite pas à la simple utilisation d'un système de vocabulaire et de règles. La culture représente un facteur important à ne pas négliger. Chaque individu en fonction de son âge, de son sexe, de son appartenance sociale ou de sa situation familiale acquiert des éléments qui constituent sa propre culture.

L'importance du recours aux documents variés dans la didactique des langues n'est plus à démontrer. Ils donnent une image réelle de la culture cible d'où vient l'importance de l'utilisation de nouvelles technologies qui permettent la création de nouveaux outils pédagogiques et l'accès à un enseignement/apprentissage à distance. De plus ces technologies n'ont cessé de se développer depuis les années quatre-vingt et c'est pourquoi leur apparition dans le domaine de l'enseignement/apprentissage en général et dans le domaine de la didactique des langues étrangères en particulier n'a pas été un événement inattendu. Et si les nouvelles technologies évoluent de jour en jour, les produits qui les utilisent font de même d'où vient la diversité et la variété de ces produits.

Mots-clés : Culture, méthode, multimédia, CD-ROM, technologie, document, apprentissage, français langue étrangère, apprenant, communication, information.

* Professeur adjoint au département de l'enseignement du français, à l'Institut supérieur des Langues, Université Tichrine, Lattaquié, SYRIE. Adresse électronique : liliane_merhy@yahoo.fr

مكانة الجانب الثقافي في منتجات تعدد الوسائط لتعليم وتعلم اللغة الفرنسية كلغة أجنبية. المنتجات غير المتصلة (الأقراص المضغوطة) أنموذجاً

د. ليليان مرعي*

(تاريخ الإيداع 2 / 6 / 2021. قبل للنشر في 4 / 10 / 2021)

□ ملخص □

لا يقتصر تعلم اللغة على الاستخدام البسيط لنظام المفردات والقواعد. ويعتبر الجانب الثقافي في مجال تعلم اللغة عاملاً هاماً لا يمكن التغاضي عنه. ويكتسب كل فرد، وفقاً لعمره أو جنسه أو انتمائه الاجتماعي أو وضعه العائلي، عناصر تشكل ثقافته الخاصة.

ولم يعد هنا من حاجة للتأكيد على أهمية التنوع في الملفات المستخدمة في تعلم اللغات. ذلك أن هذه الملفات تقدم صورة حقيقية لثقافة اللغة المستهدفة. من هنا تأتي أهمية استخدام التكنولوجيا الحديثة التي تسمح بخلق أدوات تدريس جديدة قادرة على جعل عملية التعلم عن بعد واقعاً ممكناً. وعلاوة على ذلك، استمرت عملية تطوير استخدام هذه التقنيات منذ الثمانينات إلى أيامنا الحالية، وبالتالي لم يكن ظهورها في مجال التعليم/التعلم بصفة عامة وفي مجال تعليم اللغات بصفة خاصة حدثاً غير متوقع. وفي حين تتغير التكنولوجيا الحديثة كل يوم، فإن المنتجات التي تستخدم هذه التكنولوجيا تتطور بدورها الأمر الذي يضيف على هذه المنتجات صفة التنوع والتعددية.

الكلمات المفتاحية: الثقافة، منهج، تعدد الوسائط، القرص المضغوط، تكنولوجيا، ملف، تعلم، اللغة الفرنسية كلغة أجنبية، متعلم، وسائل الاتصال، معلومة.

* أستاذ مساعد ، قسم تعليم اللغة الفرنسية ، المعهد العالي للغات، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية. liliane_merhy@yahoo.fr

Introduction

L'identité d'un pays ne se réduit en aucun cas à sa langue, un système linguistique qui se construit sur une vision du monde à travers lequel nous permet de le comprendre et l'organiser. Notre intérêt pour la culture revient du fait que cette notion est le point commun de plusieurs domaines de sciences humaines et sociales comme (la sociologie, l'anthropologie, l'ethnologie).

Il convient, dès le début, de procéder par une définition de notre notion clé, à savoir, la culture. TYLOR, E. B. a proposé une définition qui a servi comme référence clé pour beaucoup d'auteurs, selon lui, la culture est : "cet ensemble complexe incluant les croyances, l'art, les mœurs, le droit, les coutumes, ainsi que toute disposition ou usage acquis par l'homme en société » (TYLOR, E. B., 1971). Après dix ans LEIRIS, M. a développé cette définition et l'a détaillée, et il a donné plus de précisions sur ce qu'enveloppe cette notion comme "croyances, connaissances, sentiments, littérature sont des éléments culturels, de même que le langage ou tout autre système de symboles qui est leur véhicule; règles de parenté, systèmes d'éducation, formes de gouvernement et tous les modes selon lesquels s'ordonnent les rapports sociaux sont culturels également: gestes, attitudes corporelles, voir même les expressions du visage, relèvent de la culture également eux aussi, étant pour une large part choses socialement acquises, par voie d'éducation ou d'imitation" (LEIRIS, M., 1981).

C'est pourquoi, il est quasi impossible d'apprendre une langue en faisant l'impasse sur la dimension culturelle propre à chaque pays et qui le différencie des autres pays.

Depuis quelques années, les ouvrages sur l'utilisation de nouvelles technologies dans le domaine éducatif fleurissent partout dans le monde ainsi que les produits multimédia aidant à l'enseignement/apprentissage d'une langue étrangère "Ni miraculeuses, ni diaboliques, les TICE ont leur place dans la formation en langues et il paraît urgent de les positionner sans illusions ni rejet systématique" (POITIER, M., 2008)

L'apport des TICE (Technologies de l'Information et de la Communication pour l'Enseignement) a été étudié à maintes reprises. Ils tentent de s'imposer en tant qu'outil favorisant l'enseignement/apprentissage des langues, même si certains enseignants y sont parfois réticents. Mais la question du rôle de nouvelles technologies sur l'appropriation de la culture étrangère est relativement récente dans les travaux des chercheurs, en d'autres termes, éclaircir la relation entre l'apprentissage des langues et son impact sur la culture. "L'utilisation des TIC¹ procure de nouvelles alternatives à l'enseignement / apprentissage en général, mais également dans le domaine de la culture – civilisation. Une mosaïque de documents est désormais disponible tant pour le formateur que pour l'apprenant : supports d'actualité, cinématographiques, publicitaires, artistiques, littéraires, événementiels, etc. Mosaïque de supports qui pousse à la variété des approches culturelles » (LANCIEN, T., 2004, cité par SALENGROS, I., 2006).

I. Importance et Objectifs

Vu les différents domaines liés à la culture, nous allons limiter notre présent travail au domaine de l'enseignement/apprentissage des langues étrangères. Il existe une relation mutuelle entre la langue et la culture. La langue est la réalisation culturelle (elle change en fonction de la culture). Autrement dit, elle permet l'expression et la transmission de la culture "La langue est elle-même une réalité qui véhicule la culture et en est imprégnée. Il

¹ TIC : Technologie de l'Information et de la Communication.

est impossible d'accéder à la matière linguistique du français sans dominer les éléments culturels présents constitutivement dans la langue" (PORCHER, L., 1995). La compétence culturelle est définie par la capacité d'interpréter des situations sociales auxquelles les apprenants seront confrontés dans leur quotidien avec la culture étrangère.

Nous allons essayer de répondre à la question de la relation entre l'enseignement/apprentissage des langues vivantes utilisant les supports multimédia et l'impact de cette relation sur la culture qui a fait l'objet de beaucoup d'études. Il en est de même pour l'impact des médias sur la culture (la télévision et ses retentissements sur la société en est un exemple).

Les nouvelles technologies recouvrent un champ très vaste, en constante évolution. L'ampleur du domaine est telle que nous avons dû limiter à une catégorie de support pour pouvoir mener notre présent travail à son terme. Nous avons choisi de travailler sur la catégorie des méthodes sur CD-ROM : Les deux méthodes "TELL ME MORE" et "JE VOUS AI COMPRIS". Nous allons étudier la présence de la culture dans ces deux CD-Rom de Français Langue Etrangère, désormais FLE. Nous avons choisi ces deux méthodes pour les raisons suivantes :

- Faire une comparaison : TELL ME MORE est un produit commercial, alors que JE VOUS AI COMPRIS est une méthode développée par le CUEEP² et des enseignants de l'université de Lille 3.
- Le schéma utilisé dans les explications existantes dans les CD ressemble beaucoup à celui utilisé dans les manuels scolaires syriens en général comme Horizon. A la différence que dans les produits multimédia la présentation des documents ainsi que leur nombre et leur genre est beaucoup plus attirante, plus vivante et plus encourageante.

II. Méthodologie

Pourquoi un CD-Rom ? D'abord, c'est un produit multimédia hors ligne limité par sa capacité de stockage et peut représenter un échantillon d'une recherche. Deuxièmement, les documents existants sont bien choisis de la part des concepteurs à cause de leurs coûts. Troisièmement, "L'accent qui est mis sur des situations de la vie quotidienne favorise une approche presque authentique. Il existe aussi des CD-ROM permettant de mener des enquêtes virtuelles : l'apprenant s'immerge dans la langue étrangère, en glanant différentes informations pour arriver au terme de l'enquête. Cette activité se rapproche d'un jeu, une méthode d'approche de la langue étrangère motivante pour l'apprenant." (MEIER, A., PITTET, A., 2010). Quatrièmement, les CD-ROM proposent une méthodologie de travail équivalente à celle appliquée dans les cours mais en autonomie. L'apprenant peut choisir son parcours d'apprentissage. Ce type d'apprentissage convient à beaucoup d'apprenants qui ne veulent pas se perdre dans le fil d'informations existantes dans les autres produits comme l'Internet par exemple.

III. 1. Les types de la culture

Il s'agit de ce que nous pouvons appeler la compétence de la communication qui recouvre, selon MOIRAND S., quatre composantes qui sont toutes présentes en même temps dans n'importe quelle situation de communication :

- Composante linguistique : Il s'agit de la connaissance des modèles phonétiques, lexicaux, grammaticaux et textuels du système de la langue.

² CUEEP : Centre Université-Economie d'Education Permanente.

- Composante discursive : Il s'agit de la connaissance des différents types de discours et leurs caractéristiques en fonction de différents paramètres de la situation de communication dans laquelle ils sont produits et interprétés.
- Composante référentielle : Il s'agit de la connaissance des domaines d'expérience et des objets du monde et de leur relation. Cette composante aide l'auditeur à comprendre le discours de l'interlocuteur.
- Composante socioculturelle : Il s'agit de la connaissance des règles sociales et des normes d'interaction. Cela concerne la connaissance de l'histoire culturelle et des relations entre les objets sociaux.

Porcher a signalé que "La capacité à communiquer ne saurait être strictement et purement linguistique. Elle doit s'accompagner de savoir-faire culturels et sociaux multiples qui permettent l'insertion dans la société française, sa compréhension, la connaissance des pratiques indigènes [...]. La langue est elle-même une réalité sociale qui véhicule la culture et en est imprégnée. Il est impossible d'accéder à la matière linguistique du français sans dominer les éléments culturels présents constitutivement dans la langue » (PORCHER, L., 1995, P.61).

L'apprentissage de la culture dans les cours de langue est le résultat d'un compromis et devient l'exposé et l'explication des traits culturels partagés par le plus grand nombre des gens. Il existe deux types des traits culturels inhérents au peuple français :

- La culture du quotidien : Ce type de culture fait référence aux pratiques culturelles des Français (la manière dont ils vivent, la manière dont la société évolue, ainsi que les pratiques communicatives). Cela concerne tout ce qu'il faut savoir pour se comporter d'une façon appropriée dans la société "règles de conduite".
- La culture cultivée ou savante : Elle fait référence à la vie culturelle de la France (musique, cinéma, littérature, arts plastiques, ...).

Les CD-ROM proposent deux types de simulations de conversations courantes : les simulations pragmatiques permettent à l'apprenant de choisir sa réponse parmi plusieurs répliques proposées par le logiciel et les simulations ouvertes supposent que les CD-ROM soient capables d'enregistrer et de comparer les répliques de l'apprenant à celles du logiciel.

III. 2. Accéder à une culture étrangère

Pour accéder il faut acquérir des savoir-faire indispensables dans la communication interculturelle. Ceci peut se faire en s'initiant aux réalités les plus immédiates : usages, coutumes, mentalités, modes de vie, etc. L'apprentissage d'une langue étrangère en général, et du français en particulier, doit représenter trois aspects principaux :

1. L'authenticité de situations de communication qui valide chaque énoncé produit ou reçu.
2. L'environnement de la réalité culturelle des pays où cette langue est parlée sous ses aspects les plus permanents (il s'agit des valeurs invariables) et les plus évolutifs (afin de les utiliser comme points de repères aidant à faire les nuances qui les différencient des autres cultures).
3. Les représentations et arrière-plans culturels que ce soit de son système culturel d'origine ou des autres cultures partagées.
4. Apprendre à confronter la culture personnelle à celle des autres cultures, ce qui aide à développer le sens du "relatif" et garder un point de vue objectif.

Accéder au plus haut degré d'authenticité dans un échange (cela implique la prise en compte du contexte culturel qui l'accompagne) est devenu prioritaire. Donc, il ne s'agit pas de savoir s'il est important d'enseigner le culturel ou non mais comment l'enseigner. Il est tout à fait légitime, dans ce cas, de poser les questions suivantes : Les nouvelles technologies et les modes d'apprentissage qu'elles induisent peuvent-elles répondre aux nouveaux besoins d'apprentissage ? Peuvent-elles contribuer à aider l'apprenant à construire une compétence culturelle, tout en étant loin du pays où cette langue/culture est pratiquée ?

III. 3. Les méthodes TELLE ME MORE, JE VOUS AI COMPRIS

Notre objectif est de présenter des exemples qui englobent tous les points que nous venons de détailler. Nous allons traiter seulement les points culturels présentés dans ces méthodes. Nous allons commencer par le schéma général afin de donner une idée assez claire sur les rubriques proposées dans les CDs. Nous avons étudié dans le détail toutes les activités et les tâches proposées, aussi bien les dialogues et les exercices de grammaire ou de prononciation y compris les documents de soutien du point de vue culturel.

III.3.1. Une présentation générale

- TELL ME MORE contient une gamme de cinq langues (français, anglais, espagnol, italien, allemand) en trois niveaux (débutant, intermédiaire, avancé). Cette méthode couvre toutes les compétences langagières y inclut une rubrique de grammaire, de vocabulaire dans un glossaire pour chaque leçon à part afin d'expliquer les mots difficiles. La page d'accueil est présentée par un écran très convivial. Les vidéos utilisées sont comme point de départ à l'unité travaillée. Des photographies issues de chaque vidéo sont utilisées dans les activités comme par exemple (association image-mot). De plus, des dessins humoristiques sont utilisés pour les explications grammaticales.

Concernant les données textuelles, elles se manifestent sous la forme de consignes et d'énoncés lors des exercices. Aussi dans les moyens d'aides comme les explications grammaticales, glossaire, dictionnaire, les transcriptions des dialogues, les sous-titres ou les traductions proposées dans la langue maternelle de l'apprenant.

C'est une méthode complète : elle associe la conversation et la prononciation à la grammaire, au vocabulaire et à l'expression écrite. Elle offre également la possibilité de travailler la compréhension orale à partir de vidéos et de dialogues. La reconnaissance vocale permet à l'apprenant de participer à une conversation basée sur des situations de communication. De plus, elle propose un large éventail d'exercices.

- JE VOUS AI COMPRIS : Il traite une seule langue, à savoir, le français. Il se compose de 7 thèmes (La dispute, Le livreur, En taxi, Chez le médecin, Entretien d'embauche, Ma télé ne marche pas, Ma marché). Les activités proposées sont (Dialogue, QCM " Question à Choix Multiples", Texte libre, Texte à trous, Des scénarios interactifs, Des analyses extraire des phrases des éléments grammaticaux, phonétiques, etc.). Chaque leçon contient trois parties :

- Pour mieux comprendre le document : des documents vidéo + des exercices.
- Pour mieux utiliser les structures : des exercices de prononciation et de phonétique.
- Et maintenant à vous ! : des expressions + des exercices de compréhension.

Il est important d'attirer l'attention sur le fait que ces deux CDs ne font pas partie des CD-ROM de spécialité qui peuvent aider à acquérir aux apprenants une langue de spécialité telle que la maîtrise du français de médecine ou du français des affaires, mais plutôt une langue française dans sa globalité. Cela est bien clair dans les thèmes choisis comme 'Les salutations' ou bien 'Exprimer ses goûts', etc.

III.3.2. La compétence de communication

Nous entendons tout le temps les termes "situations de communication" ou "actes de communication", et nous utilisons ces termes pour juger l'efficacité de n'importe quel produit pédagogique. C'est pourquoi nous estimons important de détailler un peu ces notions. La compétence de communication est constituée de quatre composantes :

1. La composante sémiotique : Elle correspond aux savoirs et savoir-faire, images et attitudes concernant la langue, dans ses fonctions phonologiques, phonétiques, grammaticaux et lexico-sémantiques et aussi linguistique comme la mimo-gestuelle à l'oral.
2. La composante ethno-socioculturelle : Elle correspond à la maîtrise des connaissances, des opinions et des représentations collectives, qui sont en relations avec les diverses identités (sociale, ethnique, religieuse ou même politique) qui coexistent dans le domaine culturel.
3. La composante socio-pragmatique : Elle correspond aux savoir, savoir-faire et représentations concernant la mise en œuvre d'objectifs pragmatiques conformément aux comportements langagiers dans leur dimension interactionnelle et sociale comme par exemple (répondre à une invitation à l'oral, par écrit, au téléphone).
4. La composante référentielle : Il s'agit des savoirs et savoir-faire et des représentations de l'univers auquel renvoie et dans lequel circule une langue (le cadre géologique, climatique, l'organisation sociale, etc.).

Aucune de ces composantes ne peut fonctionner sans les autres. N'importe quelle méthode ne devrait pas être composée uniquement de listes de mots et expressions. Les méthodes doivent doter les apprenants de savoirs communicatifs sur langue pour agir dans les situations de communication. Ce sont les situations stimulées qui leurs permettent d'utiliser les savoirs acquis.

III.3.3. Les points culturels présents dans TELL ME MORE et JE VOUS AI COMPRIS

Comme nous venons de mentionner plus haut, nous allons nous intéresser uniquement aux points culturels présentés dans tous les documents dans les deux méthodes. Nous allons parler de tous les types de documents existants dans cette méthode (visuels et sonores) et montrer comment le côté culturel a été présenté dans la méthode. Nous allons commencer par les produits visuels ensuite nous allons traiter les produits sonores.

III.3.3. 1. Les documents utilisés

Il est vrai que les documents authentiques sont issus de la culture et à visée non didactique au départ, et que les didacticiens ont été d'accord sur le fait que les documents authentiques sont les représentants privilégiés de la culture authentique, cependant, nous ne trouvons pas beaucoup de ces documents ce type de produits vu le prix à payer pour avoir le droit de les utiliser qui représente la raison principale à ne pas faire recours à ce genre de document. A la place, les concepteurs de deux méthodes ont fait appel à des comédiens pour réaliser les scènes dans les deux CDs.

Tous les documents visuels (dialogues et vidéos) ont été scénarisés et développés par des concepteurs multimédia afin d'être utilisés par la suite dans cette méthode et uniquement pour cet objectif. Même si nous ne pouvons pas les qualifier par authentiques, ces documents sont issus de la culture cible parce qu'ils étaient tournés en France, ainsi que les comédiens et les endroits de tournage. C'est pourquoi ils ont presque le même effet d'un document authentique dans le sens où ils reflètent la réalité française telle qu'elle est. Dans les documents audio-visuels, nous trouvons deux types de personnages : des personnages

réels (ils sont les plus nombreux), sont des comédiens français engagés pour réaliser les situations de communication présentées dans les documents, et des personnages fictifs.

• **Les vidéos :**

Elles peuvent être qualifiées dans la méthode **TELL ME MORE** par "impersonnelles". Elles décrivent Paris, la faune et la flore dans un jardin, la location d'une villa pour les vacances, la vie dans un bureau, etc. Les personnages présents dans les vidéos ne sont pas centraux, l'action ne tourne pas autour de leurs faits et gestes. Il s'agit des figurants qui servent comme illustrations. Par exemple, la présentation de la ville de Paris est effectuée par la vidéo 'Perdu dans Paris' tel que la Tour Eiffel, les bateaux mouches sur la Seine, la basilique du Sacré-Cœur, le quartier de Montmartre, Les Champs-Élysées, l'Arc de triomphe, Place de la Concorde, Le Louvre, un concert à l'Opéra, un hôtel parisien 'Georges V', un centre commercial, etc. Les autres vidéos montrent les petits commerçants comme par exemple le boucher, le boulanger, l'épicier, etc.

Nous pouvons remarquer des marqueurs culturels qui peuvent être des mots ou des expressions dans lesquels des références culturelles liées à la vie française sont explicitement encodées comme dans le thème 'Perdu dans Paris', les concepteurs font allusion à la révolution française, à la devise de la nation française, à différents endroits très connus de Paris tels que nous venons de citer.

L'utilisation aussi de proverbe qui par définition est une "Vérité d'expérience, ou conseil de sagesse pratique et populaire commun à tout un groupe social, exprimé en une formule elliptique généralement imagée et figurée" (Petit Robert) comme "Après la pluie vient le beau temps".

JE VOUS AI COMPRIS propose aussi des situations de la vie quotidienne comme par exemple l'agent de police, le médecin, l'agent immobilier, le garagiste et même les usagers du métro, etc. De plus, il y a des panneaux de signalisation qui se trouvent dans les banlieues de Lille. La même chose dans la vidéo intitulée 'En Taxi': la cliente effectue un trajet en taxi depuis la gare de Lille-Europe jusqu'à la rue Gambetta et la vidéo montre l'architecture typique de cette région française. Les enseignants concepteurs de cette méthode ont tout à fait pris en considération l'importance de l'empreinte culturelle, c'est pourquoi toutes les scènes des vidéos et des dialogues n'ont pas eu lieu dans des studios mais plutôt dans des endroits réels comme au marché, dans le cabinet d'un médecin, dans les bureaux du service après-vente d'une société, dans un taxi, etc. Et là nous pouvons dire qu'il existe des empreintes culturelles en évoquant des divers lieux et magasins célèbres de la ville de Lille.

De plus dans les deux méthodes, l'utilisation des acronymes fait partie aussi des empreintes culturelles, il en existe plusieurs tels que TGV³, la gare SNCF⁴, l'ANPE⁵...

• **Les dialogues**

L'utilisation des documents sonores est un point commun dans toutes les méthodes françaises. Toutes les méthodes proposent à leurs utilisateurs des documents sonores, que ce soit des interviews, des dialogues ou des commentaires. C'est particulièrement dans les dialogues que nous pouvons puiser des points culturels. Ils sont semi-authentiques. Comme c'est déjà connu pour toutes les langues vivantes, chaque langue, ici la langue française, est composée de beaucoup d'expressions dont le sens n'est pas toujours explicite surtout pour un apprenant étranger. C'est pourquoi les deux méthodes proposent des explications

³ TGV : Train à Grande Vitesse.

⁴ SNCF : Société nationale des chemins de fer.

⁵ ANPE : Agence Nationale Pour l'Emploi.

concernant les implicites culturels utilisés par les locuteurs de leurs documents audios. Mais, ces implicites sont moins nombreux que ceux des vidéos vu l'avantage qu'apportent ces dernières dans le sens que visionner la situation peut la rendre plus compréhensible que l'imaginer.

III.3.3.2. La langue employée

Cela concerne les énoncés que l'apprenant doit comprendre ou produire. Il existe plusieurs variétés de langue, parmi lesquelles les variétés régionales (parlers et usages locaux du français), les variétés situationnelles (langue soignée, courante, familière...), les variétés techniques et langues de spécialités (juridique, médical, affaires...), les variétés sociales (parler populaire, argots...) et finalement les variétés stylistiques (langue administrative, littéraire, poétique...). C'est pourquoi plusieurs paramètres interviennent pour définir le discours d'un locuteur tel que la situation de communication ainsi que la condition sociale et culturelle des interlocuteurs.

Etant donné que l'objectif principal de ce genre de méthodes en général est de former les apprenants à s'exprimer avec des natifs de la langue cible, il convient de leur faire apprendre la langue que parlent réellement les Français. Mais malheureusement aucune méthode ne présente de variété régionale ou populaire de la langue française. En d'autres termes un apprenant qui veut visiter une région française serait confronté à une langue différente de celle apprise dans la méthode. Toutes les méthodes utilisent le registre soutenu ou standard de la langue qui est constituée par le vocabulaire, les expressions et les constructions les plus usuelles.

III.3.4. Une comparaison de deux méthodes

Une comparaison de la présence culturelle entre ces deux méthodes développées est inévitable :

- La présence de la culture dans la méthode TELL ME MORE est faible :
 - La culture y est traitée comme une parenthèse ludique et non comme un support d'apprentissage réel.
 - Les faits culturels présents sont des documents visuels, la plupart du temps des photographies ou des vidéos qui servent uniquement à situer l'action.
 - Cette méthode fait partie des méthodes appelées 'clés en mains' ou 'prêt à porter'. Ce type de méthode est généralement décliné en plusieurs langues (par exemple la version française propose 'Perdu dans Paris', la version allemande propose 'Perdu dans Cologne', la version italienne propose 'Perdu dans Rome', pour l'anglais 'Perdu dans Londres' et pour l'espagnol 'Perdu dans Madrid', c'est le seul document à présenter des données historiques et géographiques. Le contenu culturel est assez faible.
 - L'absence de l'utilisation des documents authentiques qui montrent la vraie vie des français.
- JE VOUS AI COMPRIS :
 - Il fait découvrir à l'apprenant les hauts lieux de l'histoire de la banlieue lilloise, les endroits touristiques, etc.
 - Les scènes des vidéos dans la méthode se déroulent dans les rues de Lille (comme la vidéo dans le taxi) ou de sa banlieue (comme dans 'La dispute' où les acteurs cherchent une maison qui se trouve dans un lotissement typique de la région ce qui est remarquable dans la vidéo grâce aux maisons de briques rouges).
 - L'utilisation aussi du système des symboles routiers qui joue un rôle dans l'authenticité culturelle : Un locuteur natif qui regarde ces méthodes peut reconnaître les panneaux.

- La culture présentée est la culture quotidienne, pas de présentation historique et/ou géographique.
- La méthode se dispose de documents authentiques et de documents fabriqués.
- Les vidéos ne sont pas tournées en studio mais dans une véritable ville française montrant tout ce qui concerne la vie en France (les panneaux de signalisation, les voitures immatriculées en France, ...).

Il est à mentionner que les méthodes développées par des enseignants français (comme JE VOUS AI COMPRIS) à partir de système auteur laissent nettement plus de place aux faits culturels. Les personnages de ces méthodes sont joués certes par des acteurs mais il s'agit des acteurs français qui ont été demandés pour jouer des rôles (cliente dans un taxi, consommateur en colère, deux amies qui se montrent leurs photos de vacances, etc.) donc ils sont crédibles devant la caméra.

III. Conclusion

L'étude des supports d'apprentissage intégrés dans les méthodes analysées nous a permis de définir leur contenu culturel et nous sommes en mesure de répondre à notre question de départ sur l'efficacité de l'utilisation des produits multimédia dans le domaine de la culture par un apprenant étranger.

La langue et la culture sont inséparables donc c'est à travers la langue que le multimédia peut assurer la transmission de la culture. Cependant, la culture transparaît aussi dans les comportements, les actions, les attitudes de la vie quotidienne et dans toutes les formes d'organisation de la société en question. De ce fait, le multimédia constitue une source digne d'intérêt en ce qui concerne la transmission d'une image globale et actuelle de la France.

Les documents que les nouvelles technologies offrent à l'apprenant lui permettent de découvrir de la façon dont il le souhaite la langue cible. L'apprenant peut choisir de ne pas visionner que les documents qui l'intéressent, de travailler des points précis. Libre à lui, en fonction des capacités et du contenu du didacticiel, de faire ce qu'il désire afin de se pencher sur les sujets qu'il souhaite approfondir. Cela réside dans le fait que l'hypertexte apporte une certaine facilité d'utilisation car il permet à l'apprenant de changer de type d'exercice, de séquence selon ses besoins. La multicanalité, quant à elle, permet la coexistence de différents canaux sur un même support (vidéo, son et texte). L'interactivité est l'atout le plus important de ces produits multimédias, elle permet de faire des choix, de décider du cursus de l'apprentissage, d'interrompre telle ou telle session, etc.

L'apprenant peut évaluer lui-même ses besoins et le fait d'être acteur dans son apprentissage doit certainement le motiver davantage.

Bibliographie

- LANCIEN, T., De la vidéo à Internet : 80 activités thématiques, Hachette, Paris, 2004.
- LEIRIS, M., "Qu'est-ce que la culture", in 5 études d'ethnologie, Denoël, Paris, 1981.
- MEIER, A., PITTET, A., L'utilisation du multimédia dans l'enseignement des langues étrangères : exemples de l'anglais et de l'italien, un mémoire professionnel, Lausanne, 2010.
- MOIRAND, S., Enseigner à communiquer dans une langue étrangère, Hachette, Paris, 1992.
- POITIER, M., Multimédias, dispositifs d'apprentissage et acquisition des langues : une trilogie d'avenir, in collection autoformation et enseignement multimédia, Ophrys, 2008.
- PORCHER, L., Le Français langue étrangère : émergence et enseignement d'une discipline, Hachette-CNDP, Paris, 1995.
- SALENGROS, I., "Approche culturelle et Internet en classe de FLE : exemple d'une pratique à l'école nationale des ponts et chaussées (ENPC)", in Alsic, vol. 9, 2006.
- TYLOR, E. B., La civilisation primitive, Reinwald, Paris, 1971.