



ISSN:  
1859-3100

TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM TP HỒ CHÍ MINH  
**TẠP CHÍ KHOA HỌC**

KHOA HỌC GIÁO DỤC  
Tập 16, Số 4 (2019): 29-39

Email: [tapchikhoahoc@hcmue.edu.vn](mailto:tapchikhoahoc@hcmue.edu.vn); Website: <http://tckh.hcmue.edu.vn>

HO CHI MINH CITY UNIVERSITY OF EDUCATION  
**JOURNAL OF SCIENCE**

EDUCATION SCIENCE  
Vol. 16, No. 4 (2019): 29-39

## DU DISCOURS TOURISTIQUE À LA DIDACTIQUE DU FRANÇAIS DE SPÉCIALITÉ

*Nguyen Thuc Thanh Tin, Pham Song Hoang Phuc*

*Département de Français – Université de Pédagogie de Ho Chi Minh-ville*

*\* Contact: Nguyen Thuc Thanh Tin – Email: [tinmt@hcmue.edu.vn](mailto:tinmt@hcmue.edu.vn)*

*Reçu le: 19/02/2019; Évalué le: 22/3/2019; Accepté le: 24/4/2019*

### RÉSUMÉ

*Les recherches en analyse du discours peuvent servir la didactique des langues de spécialité. C'est par exemple le cas des études du discours touristique qui pourraient alimenter les cours de français de spécialité. Les auteurs partent de la notion du discours pour aborder par la suite le discours touristique que constituent les programmes de circuits, les brochures, les slogans publicitaires... du domaine et qui sont autant de sources de documents authentiques pour les classes de français du tourisme. Cet article, qui embrasse à la fois linguistique et didactique, est une exploration théorique en vue d'une étude concrète d'un genre de discours au service de l'élaboration des activités pédagogiques dans le cadre des modules de Français du tourisme.*

**Mots-clés:** Analyse du discours, Français de spécialité, Tourisme.

### 1. Discours: définitions, caractéristiques et typologies

Le discours a aussi un rôle de plus en plus important à jouer dans la didactique des langues. Le mot « discours » est polysémique. Il désigne par exemple l'allocution oratoire que prononcent les personnalités en public (discours du directeur, discours du président). Dans un autre sens, plus restreint, il peut être compris comme la concrétisation orale ou écrite d'une idée (on dit souvent *tenir* ou *dénoncer un discours*).

En linguistique, Maingueneau (1991, p. 15) reprend la définition de Guespin qui oppose « énoncé » et « discours » :

L'énoncé, c'est la suite des phrases émises entre deux blancs sémantiques, deux arrêts de la communication ; le discours, c'est l'énoncé considéré du point de vue du mécanisme discursif qui le conditionne. Ainsi un regard jeté sur un texte du point de vue de sa structuration « en langue » en fait un énoncé ; une étude linguistique des conditions de production de ce texte en fera un « discours ».

(Guespin, 1971, p. 10)

Cependant, selon Maingueneau, cette opposition, malgré sa pertinence, ne suffit plus à caractériser l'analyse du discours qui témoigne de nos jours d'innombrables études en linguistique. En effet, le discours se définit souvent par l'opposition à d'autres notions linguistiques.

D'abord, « discours » s'oppose à « phrase ». Selon Benveniste (1966, p. 130), la phrase est définie comme « unité du discours », elle *appartient bien au discours*, elle est

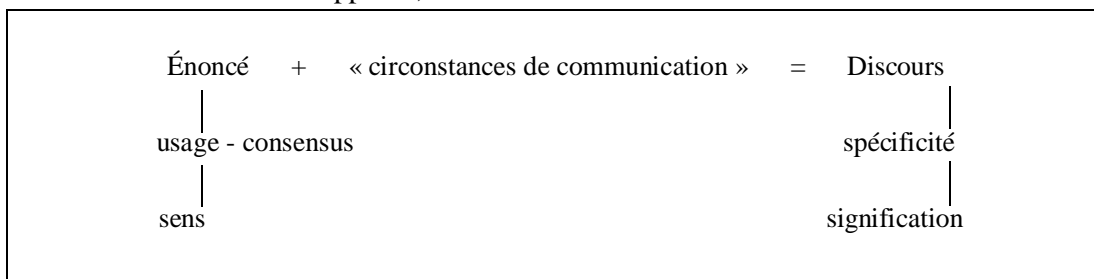
*une unité, en ce qu'elle est un segment de discours.* Après avoir opposé plan d'énonciation de l'histoire et plan d'énonciation du discours dans un chapitre consacré aux relations de temps dans le verbe français, l'auteur définit le discours comme toute énonciation supposant un locuteur et un auditeur, et chez le premier l'intention d'influencer l'autre en quelque manière (Benveniste, 1966, p. 242). Mais avant cela, il souligne :

La phrase, création indéfinie, variété sans limite, est la vie même du langage en action. Nous en concluons qu'avec la phrase on quitte le domaine de la langue comme système de signes, et l'on entre dans un autre univers, celui de la langue comme instrument de communication, dont l'expression est le discours.

Ce sont là vraiment deux univers différents, bien qu'ils embrassent la même réalité, et ils donnent lieu à deux linguistiques différentes, bien que leurs chemins se croisent à tout moment. Il y a d'un côté la langue, ensemble de signes formels, dégagés par des procédures rigoureuses, étagés en classes, combinés en structures et en systèmes, de l'autre, la manifestation de la langue dans la communication vivante.

(Benveniste, 1966, pp. 129-130)

Quant à Charaudeau (1973, p. 28), « énoncé » et « discours » sont deux notions distinctes et de caractères opposés, à travers ce schéma :



« Discours » et « énoncé » peuvent donc se présenter comme deux modes d'appréhension des unités transphrastiques. Alors que l'énoncé se trouve dans les unités linguistiques du discours, ce dernier englobe les contextes d'emploi des éléments linguistiques. En revanche, Adam définit le discours par l'énoncé :

Discours est un énoncé caractérisable certes par des propriétés textuelles, mais surtout comme un acte de discours accompli dans une situation (participants, institutions, lieu, temps) ; ce dont rend bien compte le concept de « conduite langagière » comme mise en œuvre d'un type de discours dans une situation donnée.

(Adam, 1990, p. 23)

Le linguiste oppose, quant à lui, « discours » à « texte » car il voit le discours comme la concrétisation d'un texte par son contexte. Il se sert même d'une équation algébrique pour résumer cette relation entre « discours » et « texte » :

Discours = Texte + Condition de production

Texte = Discours – Condition de production

Comme caractéristiques du discours, Charaudeau & Maingueneau (2002, pp. 187-190) caractérisent le discours dans leur *Dictionnaire d'analyse du discours*. Pour ces auteurs, le discours est :

- une organisation transphrastique (soumis donc à une organisation déterminée) ;
- orienté (par sa linéarité, son développement dans le temps, etc.) ;
- une forme d'action (qui promet un effet chez l'interlocuteur) ;
- interactif (impliquant des interlocuteurs) ;
- contextualisé (car défini et porteur de sens que par son contexte) ;
- pris en charge par un sujet (qui assume plus ou moins sa responsabilité vis-à-vis du contenu) ;
- régi par des normes (qui justifient sa forme) ;
- pris dans un interdiscours (appartenant à des genres distincts).

Vu l'importance de la notion en linguistique, plusieurs typologies du discours ont été opérées par des linguistes, mises à part la distinction « discours écrit » et « discours oral ». Adam (1990) distingue *discours* et *genres du discours*. Pour le premier, il parle de discours littéraire, religieux, journalistique, etc. et pour le second, il cite les genres comme la prière, le sermon, la parabole, etc. Il établit ensuite le prototype des séquences narrative, descriptive, argumentative, explicative et dialogale. Maingueneau (1998) adopte plutôt la typologie des genres du discours (tels que le fait divers, la consultation médicale, les annonces, etc.), basée sur 5 critères :

- le statut respectif des énonciateurs et des coénonciateurs ;
- les circonstances temporelles et locales de l'énonciation ;
- le support et les modes de diffusion ;
- les thèmes qui peuvent être introduits ;
- la longueur, le mode d'organisation.

Petitjean (1989), quant à lui, dresse une typologie des typologies avec trois grandes catégories :

- Les typologies énonciatives, basées sur les rapports entre locuteur, interlocuteur, temps et espace.
- Les typologies communicationnelles, basées sur les 6 fonctions du langage (référentielle, émotive, conative, phatique, métalinguistique et poétique) de Jakobson et les composantes d'un acte de communication (émetteur, destinataire, contexte, code, canal et message).
- Les typologies situationnelles, basées sur les domaines sociaux d'où sont issus les discours.

## 2. Langue de spécialité vs discours de spécialité

À quelle différence tiennent une langue de spécialité et un discours de spécialité ? Intéressons-nous aux avis des linguistes et didacticiens. Ceux-ci proposent plusieurs définitions de « langue de spécialité », mais les deux suivantes retiennent notre attention :

Expression générique pour désigner les langues utilisées dans des situations de communication (orales ou écrites) qui impliquent la transmission d'une information relevant d'un champ d'expérience particulier.

(Galisson & Coste, 1976, p. 511)

Les auteurs définissent donc une langue de spécialité dans ses contextes (situation de communication), dans son but (transmission d'informations) et dans son domaine d'activité (champ d'expérience). Ce dernier élément est retrouvé dans la définition de Dubois et al. :

On appelle langue de spécialité un sous-système linguistique tel qu'il rassemble les spécificités linguistiques d'un domaine particulier.

(Dubois et al., 2002, p. 40)

Une langue de spécialité, selon l'auteur du dictionnaire, doit être une partie d'une langue, celle qui est liée à une spécialité et qui comporte donc des caractéristiques linguistiques propres. À notre avis, la langue de spécialité n'est rien d'autre que l'usage d'une langue pour rendre compte des connaissances dans un domaine déterminé. On peut alors parler de l'anglais des affaires, du secrétariat, du français juridique ou médical, etc. Ces « langues » impliquent des terminologies, des syntaxes et des organisations discursives, etc. spécifiques du domaine d'activité en conséquence. De par ses particularités, une langue de spécialité n'est pas autonome et s'inscrit immanquablement à une langue naturelle (le français, l'anglais, etc.), comme le souligne Lerat (1997, p. 2), *aucune théorie linguistique, quelle qu'elle soit, n'a jamais isolé le fonctionnement des langues spécialisées de celui des langues naturelles en général.*

De l'autre côté, comme le discours est l'actualisation de la langue dans une situation de communication, le discours de spécialité en est une dans une situation professionnelle. Par conséquent, à l'instar de Mangiante & Parpette (2004, pp. 18-19), il vaut mieux parler de discours de spécialité plutôt que de langue de spécialité. Bertrand & Schaffner (2008) partagent aussi cet avis :

Une discipline n'existe pas à travers une langue mais par des discours. Il n'y a pas une langue de l'agronomie, de l'histoire, de la géologie, mais des discours écrits et oraux, et des interactions diverses, tenus par des agronomes, des historiens ou des géologues, avec des pairs ou avec des étudiants ou des partenaires non spécialisés.

(Bertrand & Schaffner, 2008, p. 42)

Le discours de spécialité (ou spécialisé / professionnel) peut donc s'inscrire dans les typologies situationnelles de Petitjean. Il s'agit en effet des discours produits dans un milieu socio-professionnel donné et s'oppose donc au discours ordinaire ou général. Ainsi,

nous rejoignons Nguyen Van Toan quand il définit le discours spécialisé de la manière suivante :

Par discours spécialisé/professionnel, nous désignons des discours produits en situation de travail dans un domaine d'activité spécialisé par des professionnels pour un public (composé de spécialistes et de non-initiés du domaine) qui s'y intéressent et utilisent la langue pour la communication tout en respectant des contraintes sociolinguistiques, pragmatiques, etc. imposées par ce type de communication spécifique.

(Nguyen Van Toan, 2015, p. 158)

### 3. Le discours touristique

Plusieurs auteurs se sont penchés sur le discours touristique, discours qui réside dans des types de documents écrits différents (brochures d'agences de voyages, dépliants d'offices, affiches de publicité...) mais aussi dans les présentations orales des guides touristiques. Pour ce qui est de documents écrits, le discours touristique se trouve sur des supports et des médias variés, qui remplissent des fonctions diverses, à destination des touristes ou des futurs touristes.

Baidier & Burger (2004, pp. 121-123), identifient une « scène d'énonciation » bien définie dans ce genre de discours, laquelle est *marquée par son propre stéréotype, des représentations identitaires particulières et l'emploi de certains actes de langage*. Quatre stratégies principales sont ainsi décelées :

- La stratégie informative : qui consiste dans les arguments objectifs sur le site ou dans les mises en garde contre les menaces potentielles durant le voyage. En dépit de sa nature informative, le discours n'est jamais neutre et comporte souvent des aspects persuasifs, tels que la visée promotionnelle des brochures touristiques.

- La stratégie persuasive ou séductrice : qui crée les attentes chez le voyageur potentiel et tente de le convaincre subtilement. En suscitant des impressions positives sur le lieu de visite et en éliminant les éléments défavorables, cette stratégie persuasive, au risque de le répéter, dépasse donc la dimension informative, à l'image des brochures, des dépliants touristiques. Le discours touristique est donc un genre incitatif. Pour cela, le discours touristique se sert, au niveau de la linguistique, des métaphores, des adjectifs valorisants, parfois excessivement, à des fins séductrices.

- La stratégie esthétique : qui joue sur la mise en page, la disposition des espaces libres, les photos en couleur, parfois en noir et blanc (pour produire les effets nostalgiques) mais aussi sur de beaux textes qui se rapprochent même de la poésie. Le tout a pour but d'éveiller *la sensibilité artistique du destinataire*.

- La stratégie pédagogique : qui n'est rien d'autre que la combinaison des trois stratégies précédentes, dans le but d'instruire le touriste potentiel de nouveaux horizons. L'exemple le plus représentatif en est les guides de voyages.

S'alignant à ces caractéristiques, Kerbrat-Orecchioni (2004, pp.134-148) voit aussi dans les documents touristiques écrits non pas un mais plusieurs types de discours. L'auteur reconnaît d'abord, à l'exemple des guides de voyage, une tendance descriptive, dotée d'éléments promotionnels via les évaluations positives, omniprésentes mais toujours implicites. D'autre part, le discours touristique porte les caractéristiques du discours procédural ou prescriptif (Kerbrat-Orecchioni, 2004, p. 135), à l'instar des conseils pratiques dans les brochures touristiques. Enfin, le discours touristique peut être même didactique (Kerbrat-Orecchioni, 2004, p. 148), obligeant le destinataire à « suivre le guide ».

De son côté, Mourlhon-Dallies (2008, pp. 164-165) voit dans le discours touristique la visée de séduire et d'attirer le lecteur, *de le transformer en client-touriste*. À titre d'exemple, les brochures valorisent les monuments, les dépliants mettent l'accent sur les sites naturels et orientent les visiteurs. Pour l'auteur, le dépliant incarne également un *instrument des politiques touristiques locales*, un outil de réguler le flux de touristes, d'où la sélection d'information contre les images toutes faites de la destination et qui invite les lecteurs à ouvrir leur esprit.

Enfin, selon Agorni (2012, p. 3), le discours touristique n'est pas caractérisé par un vocabulaire spécifique, puisqu'il se sert du vocabulaire courant, quotidien, mais comporte tout de même deux composants fondamentaux :

- une dimension thématique, traduite par l'intersection de plusieurs domaines professionnels tels que marketing, géographie, sociologie, histoire...
- un composant communicatif qui assure différentes fonctions selon le contexte.

En définitive, par les auteurs susmentionnés, le discours touristique porte clairement deux intentions de communication majeures : information et manipulation. La première intention est évoquée par Baider & Burger sous forme de la stratégie informative ou par la tendance descriptive selon Kerbrat-Orecchioni. Il s'agit de renseigner et d'instruire le lecteur sur le lieu de visite. Cependant, ce renseignement n'est pas neutre mais teinté d'une seconde intention qui est de manipuler adroitement le lecteur. Il s'agit ensuite de convaincre ce dernier par une information sélective, toujours positive, par des moyens linguistiques (termes valorisants) ou par la création des effets esthétiques. De par cette caractéristique, le discours touristique peut apparaître comme procédural, prescriptif, pédagogique, didactique dans la mesure où il essaie d'exercer une influence sur le lecteur pour que celui-ci agisse. Mourlhon-Dallies parle même d'un instrument pour orienter les voyageurs.

#### **4. Enseignement du français de spécialité**

Se distinguant de l'enseignement du français général, celui du français de spécialité a traversé maintes périodes de développement pour constituer de nos jours un domaine de recherche aussi intéressant que complexe.

À l'instar de Carras et al. (2007, p. 8), depuis une quarantaine d'années, défilent plusieurs appellations pour les enseignements du français dans un domaine spécifique et pour un public spécifique et *non spécialistes en français* : *français de spécialité, français fonctionnel, français instrumental, français spécialisé, français pour non spécialistes, français du droit, du tourisme, des sciences, langue des métiers, français à visée professionnelle*, etc. Ces enseignements répondent à plusieurs besoins de la part de différentes instances. Mais quelles sont les nuances de ces dénominations ? Et où se trouvent leurs différences ? Nous nous tournons vers Lehmann (1993) qui retrace l'évolution du domaine afin d'en dresser un aperçu panoramique des dénominations.

Le premier « Français de spécialité », axé essentiellement sur le vocabulaire, s'inscrit dans le mouvement du Français fondamental des années 60. Cet enseignement du français témoigne ensuite d'une diversification dans les années 70 du fait qu'il traverse différents concepts et approches. On enseigne alors :

- Le « Français scientifique et technique » pour un public scientifique quand il se base sur la méthode SGAV, avec 3 niveaux : le premier constitue les *bases de la langue usuelle*; le deuxième est le tronc commun scientifique VGOS (Vocabulaire Général d'Orientation Scientifique) et le troisième se spécialise selon les disciplines, par exemple VGOM (Vocabulaire Général d'Orientation Médicale), VIEA (Vocabulaire d'Initiation aux Études Agronomiques)...

- Le « Français fonctionnel » qui se base sur l'approche fonctionnelle et communicative qui tient compte du public et de ses besoins, des situations de communication et des actes de parole. Il rejette les 3 étapes du « Français scientifique et technique » en établissant le Niveau seuil par le recensement lexical et grammatical.

- Le « Français instrumental » à l'adresse des étudiants et les chercheurs pour qui le français est, comme son nom l'indique, un instrument pour accéder à la « documentation scientifique et technique écrite ».

Dans les années 80, on continue de parler de l'« Enseignement fonctionnel du français » qui s'appuie cette fois sur la linguistique pragmatique et l'approche communicative. Cet enseignement, adressé aux professionnels aussi bien qu'aux étudiants ainsi qu'aux chercheurs, accorde une large place aux documents authentiques et aux situations de communication.

Depuis les années 1990, on distingue le « Français sur Objectifs Spécifiques », le « Français de Spécialité » et le « Français professionnel ». Tous les trois bénéficient tous des progrès du domaine (analyse du discours, pédagogie de la tâche, par projet...). Ils mettent l'accent sur les apprenants mais aussi sur les pratiques professionnelles.

## **5. Français de spécialité vs Français sur Objectifs spécifiques**

Mangiante & Parpette (2004), distinguent clairement ces deux dénominations. Leur différence réside dans le type de formation :

- Français sur Objectifs Spécifiques : quand la formation est une réponse à la demande venant de l'extérieur. Il s'agit d'un besoin formulé à l'adresse d'un établissement de formation (école, centre d'enseignement...) par un organisme ou une entreprise qui dispose des caractéristiques déterminées concernant son public d'apprentissage, ses exigences, ses pré-acquis, etc.

- Français de spécialité : quand la formation est une anticipation à la pratique professionnelle, autrement dit à des offres. C'est le cas par exemple d'un établissement de formation qui propose des cours de « Français du tourisme » ou « Français médical »... dans le but de diversifier ses offres de formation, afin de préparer linguistiquement ses publics potentiels à l'exercice de leur domaine respectif.

Le choix de l'une ou l'autre appellation implique également des conceptions différentes au niveau de l'organisation de la formation. En effet, selon Carras et al. (2007, p. 18), la formation du type « Français sur Objectifs spécifiques » ou « Français de spécialité » passe par l'étape de l'élaboration du curriculum, mais :

- Dans le cas du « Français sur Objectifs spécifiques », le programme provient de la demande elle-même. Il doit prendre en considération les besoins précis du public et les contraintes de l'entreprise émanant la demande de formation afin de répondre au mieux aux exigences du commanditaire. C'est donc une formation « sur mesure ».

- Dans le cas du « Français de spécialité », le programme n'est pas déterminé par une demande concrète mais par l'établissement / l'enseignant en charge, tout en tenant compte des spécificités du domaine d'activité. Par conséquent, le concepteur du programme peut choisir de privilégier un certain nombre d'aspects liés à plusieurs postes du secteur en question pour organiser les actions pédagogiques, mais il ne vise pas un métier précis, et ce afin de répondre aux besoins d'un plus large public.

Le tableau de Mangiante & Parpette (2004, p. 142) ci-dessous récapitule les différences des concepts du Français de Spécialité et du Français sur Objectifs Spécifiques:

**Tableau.** Comparaison entre le Français de Spécialité et le Français sur Objectif Spécifique

Français de Spécialité	Français sur Objectifs Spécifiques
Objectif plus large couvrant un domaine	Objectif précis
Formation à moyen ou à long terme	Formation à court terme (urgence)
Diversité des thèmes et des compétences liées à une discipline (économie, commerce, physique, médecine...)	Centration sur certaines situations cibles
Contenus nouveaux a priori non maîtrisés par l'enseignant	Contenus nouveaux a priori non maîtrisés par l'enseignant
Travail plus autonome de l'enseignant	Contacts avec les acteurs du métier étudié
Matériel existant (insuffisant dans certains domaines)	Matériel à élaborer
Évaluation interne au programme de formation	Évaluation extérieure au programme



Bref, les cours de « Français de Spécialité » ne satisfont pas à une demande précise mais apparaissent comme une anticipation aux éventuels besoins des apprenants pour leur futur exercice professionnel. C'est généralement le cas des modules de « Français du tourisme » dispensés dans les Départements de Français au Vietnam (selon une petite étude auprès des collègues universitaires à HoChiMinh-ville, à Hue, à Danang et à Hanoi).

#### **6. De l'analyse du discours pour la didactique du français du tourisme**

L'étude des caractéristiques du discours touristique est en vogue ces dernières années. Elle s'intéresse au discours oral aussi bien qu'au discours à l'écrit mais met l'accent notamment sur les guides touristiques. On peut citer par exemple les travaux d'Abul-Haija El-Shanti sur le discours oral des guides touristiques, ceux de Seoane sur les guides touristiques en papier, ou encore ceux de Bakah sur le discours oral des guides touristiques et le discours écrit des guides de voyages. En réalité, à côté du discours oral, le discours écrit des professionnels du tourisme peut être aussi fort intéressant à analyser. Il s'agit par exemple des correspondances, des courriers électroniques que ces professionnels échangent avec le client, des brochures qu'ils diffusent pour présenter des destinations (des pays, des villes, des provinces, des parcs d'attractions, des musées, etc.), des présentations de circuits, des slogans publicitaires, des carnets de voyage, etc.

L'analyse du discours touristique trouve son utilité notamment dans la didactique des langues de spécialité, en l'occurrence, dans celle du français du tourisme, pour faire acquérir aux étudiants les connaissances nécessaires à la compréhension et à la production des documents. Pour cela, la constitution de corpus et son analyse sont indispensables pour faire apparaître les marques discursives dans ces documents. En effet, une telle démarche permettra de délivrer les caractéristiques des discours à l'appui desquels les activités pédagogiques pourront être élaborées à la lumière de la didactique au profit du public spécialisé.

Pour l'analyse, l'analyse peut s'intéresser à la connotation qui relève de la lexicosémantique, aux types de phrases et de propositions, aux temps verbaux, aux voix verbales, etc. Quant à l'aspect discursif, il peut se pencher par exemple sur les marques récurrentes de la position du scripteur, sur l'énonciation, sur la distribution des temps verbaux, sur les modes de reprise, etc. À partir de ces données, il peut aussi étudier le côté subjectif de ce genre de discours ou les procédés qui remplissent la fonction de susciter la motivation de voyager chez les voyageurs potentiels.

Le recueil de documents touristiques est facilité de nos jours grâce à l'Internet, d'autant plus que le tourisme est actuellement un secteur économique porteur. Les pratiques sociales en tourisme sont abondantes, ce qui constituerait une source d'inspiration importante pour les didacticiens, afin de concevoir les activités pédagogiques, riches et variées, favorisant ainsi l'approche actionnelle revendiquée dans les classes de langue. Par ailleurs, maîtriser ces caractéristiques du discours touristique est une des clés

pour que l'étudiant en tourisme accomplisse bien sa tâche dans le cadre de son stage en entreprise ou du travail réel. Par ailleurs, l'exploitation des prospectus, des blogs de voyages, des sites de voyageur inscrira l'étudiant directement à la réalité du métier, grâce à l'accès aux documents authentiques, ce qui ne fait que favoriser son intégration professionnelle future.

Bref, l'objectif de l'analyse dépasse donc celui d'une recherche en linguistique, car celle-ci alimentera par la suite les activités de classe au profit de son public. Le concepteur de la formation peut aussi s'appuyer sur les données de l'étude pour élaborer totalement ou partiellement son programme d'enseignement, dans le cadre des modules du français du tourisme de son établissement.

❖ **Déclaration sur les droits:** Les auteurs attestent qu'il existe pas de conflit sur les droits.

### BIBLIOGRAPHIE

- Abul-Haija El-Shanti, S. (2004). *Analyse du discours et didactique. Les discours des guides touristiques en situation exolingues*. Thèse doctorale. Université Lumière Lyon 2.
- Adam, J.-M. (1990). *Éléments de linguistique textuelle. Théorie et pratique de l'analyse textuelle*. Liège : éd. Mardaga.
- Agorni, M. (2012). Questions of mediation in the translation of tourist texts. *Altre modernità* à 7. <http://riviste.unimi.it/index.php/AMonline/article/view/1963/2213>
- Baider, F. & Burger, M. (2004). *La communication touristique. Approches discursives de l'identité et de l'altérité*. Paris : L'Harmattan.
- Bakah, E. K. (2010). *Analyse du discours oral des guides touristiques et du discours écrit des guides de voyage : régularités discursives et perspectives didactiques*. Thèse doctorale. Université de Strasbourg.
- Benveniste, E. (1966). éd. 2001. *Problèmes de linguistique générale 1*. coll. Tel. Paris : Gallimard.
- Bertrand, O. & Schaffner, I. (dir.) (2008). *Le français de spécialité : Enjeux culturels et linguistiques*. Palaiseau: éd. École Polytechnique.
- Carras, C. et al. (2007). *Le français sur Objectifs Spécifiques et la classe de langue*. Coll. Techniques et pratique de classe. Paris : CLE International.
- Charaudeau, P. & Maingueneau, D. (dirs). (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Éd. du Seuil.
- Charaudeau, P. (1973). Les bases de la technique métalinguistique d'élucidation. *Études de Linguistique Appliquée*. n° 1. Didier.
- Dubois, J. et al. (2002). *Dictionnaire de linguistique*. Paris : Hachette.
- Galisson, R. & Coste D. (1976). *Dictionnaire de didactique des langues*. Paris : Hachette.
- Guespin, L. (1971). Problématique des travaux sur le discours politique. *Langages*. n° 23, Paris : Larousse / Didier. 3-24.

- Kerbrat-Orecchioni, C. (2004). Suivez le guide ! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques : l'exemple de l'île d'Aphrodite. *La communication touristique. Approches discursives de l'identité et de l'altérité*. Paris : L'Harmattan.
- Lehmann, D. (1993). *Objectifs spécifiques en langues étrangères*. Paris: Hachette.
- Lerat, P. (1997). Approches linguistiques des langues spécialisées. *ASp*. 15-18. Revue du GERAS.
- Maingueneau, D. (1991). *L'analyse du discours : Introduction aux lectures de l'archive*. Paris : Hachette.
- Maingueneau, D. (1998). *Analyser les textes de communication*. Paris : éd. Dunod.
- Mangiante, J. M. & Parpette, C. (2004). *Le Français sur Objectif Spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*. Paris : Hachette.
- Mourlhon-Dallies, F. (2008). *Enseigner une langue à des fins professionnelles*. Paris : Didier.
- Nguyen Van Toan. (2015). *Développer une autonomisation guidée de l'apprenant en français sur objectifs spécifiques : vers un apprentissage fondé sur le Web (web based learning)*. Université Michel de Montaigne - Bordeaux III.
- Petitjean, A. (1989). Les typologies textuelles. *Pratiques : linguistique, littérature, didactique*. n° 62. France : CRESEF. 86-125.
- Seoane, A. (2013). Les guides touristiques : vers de nouvelles pratiques discursives de contamination. *Mondes du Tourisme*. n° 8. (URL : <http://tourisme.revues.org/81> ; DOI : 10.4000/tourisme.81).

---

**FROM TOURISM DISCOURSE TO DIDACTICS FOR FRENCH  
FOR SPECIFIC PURPOSE COURSES**

**Nguyen Thuc Thanh Tin, Pham Song Hoang Phuc**

*Ho Chi Minh City University of Education*

\* Corresponding author: Nguyen Thuc Thanh Tin – Email: [ptlphuong@ier.edu.vn](mailto:ptlphuong@ier.edu.vn)

Received: 19/02/2019; Revised: 22/3/2019; Accepted: 24/4/2019

**ABSTRACT**

*Research in discourse analysis can be applied for specialized language didactics. For example, studies of tourism discourse could support French for tourism courses. Starting from the notion of the discourse, the authors approach the tourism discourse that is constituted by the tour programs, the brochures, the slogans of the field, and those function as sources of authentic documents for the French classes of tourism. This article, which embraces both linguistics and didactics, is a theoretical exploration for a concrete study of a kind of speech in the service of the development of educational activities in the framework of French modules of tourism.*

**Keywords:** discourse analysis, French for specific purpose courses, tourism.