

Stratégies et tactiques pour développer la motivation des apprenants de français à l'université au Japon

Mikiko Ochi

松 山 大 学
言語文化研究 第34巻第2号（抜刷）
2015年3月

Matsuyama University
Studies in Language and Literature
Vol. 34 No. 2 March 2015

Stratégies et tactiques pour développer la motivation des apprenants de français à l'université au Japon

Mikiko Ochi

Introduction

De nos jours, la situation de l'apprentissage du français au Japon est compliquée. Dans la plupart des universités, le nombre des apprenants qui choisissent le français en tant que seconde langue ne cesse de diminuer. D'autre part, le terme d' « éducation permanente » fascine les apprenants adultes hors de l'université, et le français est une matière qui reste assez populaire. Autrement dit, au Japon, on trouve grosso modo deux types d'apprenants qui ont des valeurs et des attitudes différentes face à l'apprentissage de la langue de Molière : des apprenants peu motivés comme les étudiants à l'université qui étudient le français seulement pour l'acquisition d'unités de valeurs¹⁾, et des apprenants adultes qui continuent leur apprentissage spontanément surtout hors de l'université. Ces deux types sont très éloignés sur l'échelle de motivation. Alors, ne pourrait-on pas réduire cette « disparité de motivations » parmi les apprenants au Japon ?

Cette étude a pour objectif d'examiner la « stratégie » et la « tactique » pour développer la motivation des apprenants de français à l'université au Japon. Pour

1) Bien sûr, il y a un bon nombre d'étudiants assidus qui apprennent le français dans les écoles de langues surtout dans les grandes villes, mais malheureusement les étudiants provinciaux manquent d'occasions d'être motivés hors de l'université et mes élèves ne sont pas de ce type, sauf quelques exemples heureux. C'est pour cela que, quand j'utilise le mot « étudiant » dans cette étude, cela signifiera normalement un type d'apprenants peu motivés.

trouver des stratégies utiles, d'abord, j'examine la tendance des mentalités des candidats du *Futsuken* (DAPE, Diplôme d'Aptitude Pratique du Français) en utilisant les statistiques fournies par l'APEF (Association pour la Promotion de l'Enseignement du Français au Japon). Cela nous donnera un éclairage sur l'exemple idéal des apprenants de français au Japon.

Ensuite, je vais analyser la tendance des apprenants peu motivés sur la base de l'enquête auprès de mes étudiants en première année à l'université de Matsuyama. Je vais comparer ici ce type avec le premier, et déterminer leurs différences et leurs similarités.

Enfin, je vais essayer d'élaborer des tactiques concrètes pour développer la motivation du dernier type en mettant en valeur trois relations différentes : 1. avec des non-apprenants de français, 2. avec leurs camarades de même niveau et 3. avec les personnes de niveau supérieur qui servent de meilleur modèle d'apprentissage. En outre, je vais aussi donner des exemples de cours à suivre qui sont donnés dans d'autres établissements pédagogiques de français.

Grâce à l'aide financière de l'Ambassade de France, j'ai eu l'occasion d'être stagiaire DUFLE en 2013 et de visiter des classes dans plusieurs établissements pédagogiques avec une subvention universitaire. C'est pour cela que cette analyse aura tendance à être fondée non pas sur la théorie mais plutôt sur mon expérience pratique dehors des grands centres urbains. Je me focaliserai sur les étudiants de ma région, mais il serait possible de donner un autre point de vue à tous les enseignants au Japon.

I. Tendance d'apprentissage des apprenants japonais avec le *Futsuken*

I-I Les apprenants japonais aiment-ils le *Futsuken* ?

Le DAPF, *Futsuken* en japonais, est le diplôme de français le plus connu

parmi les apprenants de français au Japon. Depuis sa création en 1981, plus de 650 000 candidats ont passé cet examen, et chaque année, plus de 30 000 personnes le passent aux deux sessions de printemps et d'automne. Par rapport aux examens du DELF/DALF reconnus dans le monde entier, le *Futsuken* est considéré comme une épreuve d'accès facile parmi les apprenants japonais grâce à l'existence de 40 centres (8 centres pour DELF/DALF) à travers tout le Japon et à la diversité des niveaux, surtout bas ; en comparaison avec les 6 niveaux du DELF/DALF (A 1, A 2, A 3, B 1, B 2, C 1, C 2), on peut considérer que A 1 correspond au niveau 3 du *Futsuken* (du plus élevé au plus faible : niveau 1, Niveau 1 bis, Niveau 2, Niveau 2 bis, Niveau 3, Niveau 4, Niveau 5)²⁾.

En effet, ces accessibilités psychologique et physique permettent aux débutants de passer le *Futsuken* sans trop d'hésitation. Selon les enquêtes de l'APEF qui organise le *Futsuken*, ces dix dernières années, 65% des candidats ont obtenu un résultat entre le niveau 5 et le niveau 3³⁾. De plus, l'accessibilité des apprenants au *Futsuken* compte comme unité de valeur de français ou permet d'avoir une faveur au concours d'entrée dans plusieurs établissements scolaires.

Malgré les qualités du *Futsuken* que nous venons de mentionner, il est vrai que ce certificat est critiqué principalement à cause de deux caractéristiques qui sont de poser des questions trop grammaticales, ce qui va un peu à l'encontre de l'appellation d'« examen pratique », et aussi parce qu'il n'est reconnu qu'au Japon. En fait, on ne fait pas d'évaluation orale avant le niveau 2 bis, les candidats peuvent donc obtenir le diplôme de Niveau 5, de Niveau 4 et de Niveau 3 sans parler un mot de français. En admettant qu'on ne peut pas comparer simplement le *Futsuken* avec le DELF/DALF, le terme « pratique » serait plus convenable pour ce dernier.

2) L'APEF présente un tableau de correspondances avec le CECR. (<http://apefdapf.org/dapf/info/examens>)

3) Cf. annexes p. 2, Graphique : Nombre des candidats de niveaux différents du *Futsuken* 2002 – 2012

Quant à l'épreuve du DELF/DALF, pour les apprenants qui ont l'intention de le passer, il y a plusieurs obstacles à surmonter : les examens dont même les questions sont toutes en français (c'est comme la difficulté des consignes en français en cours), les frais d'examen plus chers⁴⁾ (les candidats qui habitent en province doivent compter les frais de transport en plus) et les difficultés de trouver des livres, des enseignants ou des cours pour le DELF/DALF sauf dans les grandes villes. Cependant, ces éléments négatifs ne sont pas nécessairement impossibles à réduire et si les candidats le veulent sérieusement, ils peuvent se présenter à l'examen. A mon avis, il faut donc chercher la raison des obstacles cités plus haut non pas dans l'aspect extérieur des choses mais dans la psychologie des apprenants japonais.

« Une offre de diplôme adaptée à tous les âges et tous les publics », « Une évaluation complète de vos compétences en français », « Un passeport pour l'université française » et « Un diplôme reconnu dans le monde entier », ce sont les phrases utilisées pour la promotion du DELF/DALF sur le site⁵⁾. Seule la première phrase pourrait être utilisée pour le *Futsuken*. Mais en même temps, on peut dire que les trois derniers mérites ne servent à rien à moins que le possesseur de ce diplôme ne vive dans un pays francophone. Dans ce cas, tout en sachant que c'est une opinion trop simpliste, on pourrait poser l'hypothèse suivante : plus les apprenants de français veulent vivre dans un pays francophone, plus ils mettront le test du DELF/DALF en valeur. Malheureusement, le nombre de candidats qui passent le DELF/DALF au Japon n'est pas déclaré, mais on peut facilement imaginer que le *Futsuken* a un grand avantage du nombre.

4) Le tarif du *Futsuken* va de 3 000 à 11 000 yens et le DELF/DALF coûte entre 11 000 et 15 000 yens.

5) <http://www.delfdalf.jp/>

I-II Analyse des motivations parmi les candidats du *Futsuken*

Sur le site du *Futsuken*, on peut facilement trouver plusieurs données intéressantes fournies par l'APEF. Cette association qui organise le test du *Futsuken* fait des enquêtes auprès des candidats qui demandent à passer l'examen par Internet. Parmi ces résultats, je vais me concentrer sur les réponses à ces deux questions : « Pourquoi passez-vous le *Futsuken* ? » et la question plus fondamentale « Pourquoi apprenez-vous le français ? » .

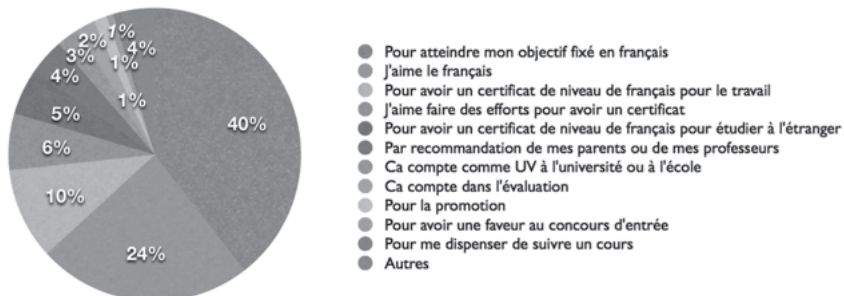
J'ai fait des tableaux et des graphiques circulaires pour les totaux de trois sessions récentes. Les enquêtes sont effectuées sous la forme de plusieurs réponses possibles, alors le nombre total de réponses variables est de 30 110 pour la question « Pourquoi passez-vous le *Futsuken* ? » (Les résultats de cette enquête sont rapportés au tableau 1 dans les annexes et au graphique 1) et 47 157 pour la question « Pourquoi apprenez-vous le français ? » (tableau 2 dans les annexes et graphique 2).

Ces chiffres sont assez grands pour qu'on puisse montrer la tendance suivante : ce sont des apprenants relativement jeunes car ils ont fait l'enquête sur l'Internet⁶⁾. Et puis, grâce à ce moyen de recherche, on peut avoir les résultats sans tenir compte des différences entre les grandes villes et les villes de province. En portant attention à ces informations, on va analyser tout d'abord les réponses pour la première question : « Pourquoi passez-vous le *Futsuken* ? ».

6) Selon les recherches du ministère des Affaires intérieures et des Communications, la proportion des utilisateurs de l'Internet au Japon en 2013 est de 79,5%. On en compte plus de 90% entre 13 et 49 ans, mais ce chiffre diminue de plus en plus avec l'âge et on compte environ 60% d'utilisateurs parmi les soixanténaires.

(<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05a/h24doukou.html>)

I-II-I : Analyse des réponses pour la question

« Pourquoi passez-vous le *Futsuken* ? »Graphique 1 : Pourquoi passez-vous le *Futsuken* ? 2012-2013

Fait par moi-même sur la base des données de l'APEF

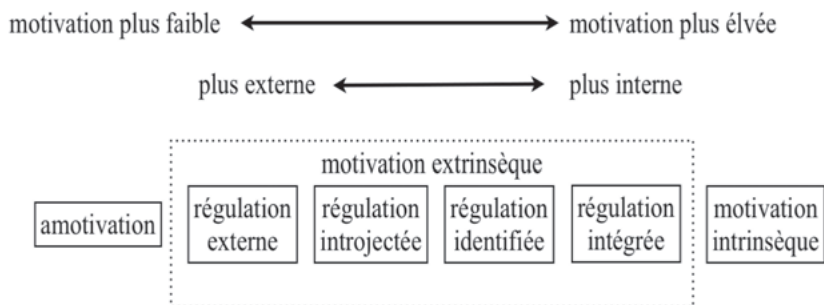
Pour l'analyse, je me réfère à la théorie de l'autodétermination par Deci & Ryan (1985, 2002). D'après leur théorie, la motivation se distingue globalement par deux types : la motivation extrinsèque et la motivation intrinsèque, suivant qu'elle est imposée par une circonstance extérieure (récompense, punition, etc) ou par l'intérêt et le plaisir pur. Et puis, cette théorie morcelle les degrés d'autodétermination en six types : *motivation intrinsèque*, *régulation intégrée*, *régulation identifiée*, *régulation introjectée*, *régulation externe* et *amotivation* :

- **régulation externe** : état motivé par la récompense et la punition.
- **régulation introjectée** : état motivé par le sens du devoir pour éviter la punition interne.
- **régulation identifiée** : état motivé par l'intérêt que l'on porte à une activité comme la préparation d'un futur métier. Le degré d'autodétermination est très haut, mais on classe cela en motivation extrinsèque car la motivation est apportée par le résultat de l'action.
- **régulation intégrée** : état motivé par la concordance de l'intérêt de l'action

avec les valeurs et les besoins d'un individu comme l'enrichissement personnel.

- **motivation intrinsèque** : état motivé seulement par l'intérêt et le plaisir que l'individu trouve à l'action sans attente de rémunération.
- **amotivation** : absence de motivation.

Figure 1 : Continuum d'autodétermination



Deci & Ryan, 1985 (modifications par moi-même)

J'ai simplifié leur théorie suggestive pour faciliter mon analyse (Figure 1). D'après le résultat de ce sondage, les réponses de premier et de deuxième rang « Pour atteindre mon objectif fixé en français » et « J'aime le français » dépassent 64% (motivation plutôt interne) de l'ensemble à elles seules. En principe, on passe des examens de capacité pour prendre l'avantage dans le monde du travail ou scolaire, c'est-à-dire, avec la motivation externe. On souligne donc les mérites dans la vraie vie sur le site de DELF/DALF. Alors, quelle est la situation sur le site du *Futsuken* ?

De ce point de vue, on peut s'apercevoir d'un fait intéressant. La devise du *Futsuken* est « Le français m'ouvre le monde »⁷⁾. Mais cela signifie-t-il le monde

7) <http://apefdapf.org/dapf/presentation/proposjp>

« extérieur » ou « intérieur » ? Quand le site du DELF/DALF dit « Un passeport pour l'université française », il est clair que ce message suscite une motivation extrinsèque des apprenants de français. Au contraire, la devise du *Futsuken* est plus équivoque par rapport à ce message, et cette ambiguïté est portée consciemment, car l'APEF donne au français deux valeurs en disant *仕事の武器* (une arme pour le travail) et *おとなの教養* (la culture pour les adultes). Et grâce à l'ambiguïté de cette devise, l'APEF réussit à susciter une motivation plutôt externe et une motivation qui a tendance à être intrinsèque pour les apprenants de français au Japon.

Comme on l'a déjà vu jusqu'ici pour les réponses à la question « Pourquoi passez-vous le *Futsuken* ? », la plupart des réponses des candidats du *Futsuken* font appel à une motivation plus interne. Alors, voyons maintenant la question « Pourquoi apprenez-vous le français ? ». On va à présent examiner les réponses à cette question.

I-II-II : Analyse des réponses pour la question

« Pourquoi apprenez-vous le français ? »

Cette enquête est aussi faite sous la forme de plusieurs réponses possibles et le nombre total de réponses (47 517) est plus grand que celui des réponses à la première question (30 110). On peut vérifier ces chiffres détaillés sur le tableau 2 dans les annexes et le pourcentage sur le graphique 2.

Appliquons la même théorie pour analyser les motivations des candidats en classant les quatre réponses « J'aime le français », « J'aime la culture francophone », « J'aime apprendre les langues étrangères » en motivation intrinsèque et « Pour mon enrichissement personnel » en motivation intégrée. Dans ce cas le pourcentage de la motivation qui a tendance à être interne est environ de 52%. De même que les réponses sur la première question, on compte que plus de

Graphique 2 : Pourquoi apprenez-vous le français ?



Fait par moi-même sur la base des données de l'APEF

la moitié des candidats étudient le français par simple plaisir ou pour une certaine satisfaction personnelle et non pas pour des éléments extérieurs. Comme les résultats de l'enquête nous le montrent, la motivation pour l'apprentissage du français chez les candidats du *Futsuken* a tendance à faire appel à la motivation interne. Alors quelle est la situation chez les étudiants à l'université ?

II. Les étudiants à l'université, un public inconquis ?

Au Japon, les étudiants doivent choisir entre deux langues étrangères dans la plupart des universités, et leur choix le plus fréquent, c'est l'anglais. Pour les amener à choisir le français en tant que deuxième langue, les enseignants soulignaient jusqu'ici la splendeur de la culture française, mais ces dernières années, ils ont des difficultés à trouver des Français connus pour attirer leur intérêt à l'égard de la culture française.

II-I La génération « Cool Japon »

En 2005, Japan Expo (un salon français sur la culture populaire japonaise) n'a pas eu lieu en France à cause du manque de place pour accueillir le public en grand

nombre, du fait de son succès l'année précédente. Le nombre de visiteurs qui ne s'élevait qu'à 3 200 personnes en 1999 a augmenté jusqu'à atteindre 232 876 personnes en 2013⁸⁾. Pendant cette période, la culture japonaise a graduellement acquis de la popularité. La cuisine japonaise aussi. Selon l'article du site Sushi Maki (un site référençant les restaurants japonais en France), le nombre de restaurants japonais s'élève à plus de 1 650 en 2013 et « Chaque année, il y aurait entre 20 et 25% d'ouvertures de plus que l'année précédente. En 5 ans, le nombre d'établissements japonais en France aurait été multiplié par trois »⁹⁾. « MUJI » et « UNIQLO » ouvrent des succursales en France, le Japon pénètre le marché de la mode.

En fait, le nombre de voyageurs français au Japon a régulièrement augmenté à cette période¹⁰⁾. A cause du séisme de 2011 de la côte Pacifique du Tohoku et du problème à Fukushima, le nombre de voyageurs français a considérablement diminué à un moment, mais selon les statistiques de l'année 2013 qui vont jusqu'en novembre, il y aurait eu 144 500 voyageurs, ce qui est presque le même chiffre qu'avant ce terrible désastre. Ce chiffre est bien sûr bien moindre que celui des voyageurs japonais qui visitent la France, mais en considérant que le nombre de ces derniers reste stationnaire ou baisse faiblement, l'intérêt et la curiosité des Français pour la culture nippone ont effectivement augmenté.

Au Japon, on parle de la popularité du manga en France dans les médias, et on peut voir des collaborations entre les cultures nippone et française dans des publicités à la télévision : Clémentine reprend les thèmes musicaux de dessins animés célèbres en français en 2010 et Jean Reno qui joue le rôle de Doraemon parle le japonais depuis 2011. A la fin des années 80, ils étaient tous les deux des

8) http://www.japan-expo.com/en/menu_info/from-2000-to-2008_433.htm

9) <http://fr.sushi-maki.com/actualites/le-marche-de-la-restauration-japonaise-en-france.html>

10) Le détail des nombres est visible dans les annexes P. 3

incarnations de la culture française chic et brillante pour les francophiles japonais.

Ça fait un moment que les enseignants ne parviennent plus à souligner l'intérêt du français dans le secteur commercial au Japon. En vivant dans la période de « Cool Japon », les enseignants se demandent si le prestige de la culture française est encore vivant chez les jeunes. Pour mieux connaître la réalité actuelle, j'ai fait une enquête sur le français, la France et la culture française auprès de mes 85 élèves qui sont en première année à l'université de Matsuyama.

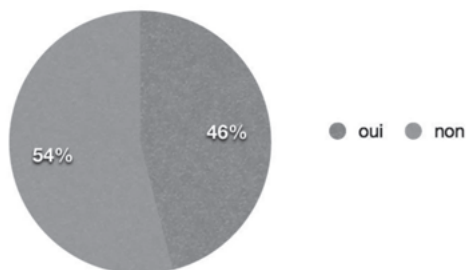
II-II Résultats de l'enquête sur l'image de la France en général

Mes étudiants ont commencé le français en avril et ils ont déjà suivi environ 25 cours soit 37 heures et demie. Ils sont obligés de choisir une autre langue que l'anglais, mais d'après une autre enquête que j'ai faite au début du dernier semestre, pour plus de 65% des étudiants, le français n'était pas le premier choix. C'est l'université qui leur attribue cette L2 pour ajuster le nombre des apprenants à celui des cours. Par rapport aux apprenants des grandes villes, la plupart de mes élèves a beaucoup moins de chance de voir des Français et d'écouter le français. Ils n'ont presque jamais d'expérience de voyage à l'étranger. En général, la plupart des étudiants préfèrent rester et vivre dans notre région et ils sont plutôt conservateurs. Et puis, comme il n'y a aucune vague remarquable de la culture française dans cette génération, l'intérêt pour la culture française n'est pas aussi élevé en comparaison d'autres cultures étrangères.

II-II-I Impression culturelle

Cette question a été posée après la présentation de l'époque où la culture française était très à la mode et que beaucoup de japonais la considéraient cool. En même temps, j'ai évoqué l'image « Cool Japon » en citant les exemples de la mode des mangas et de la cuisine japonaise en France. Et puis, en admettant que ce type

Graphique 3 : La culture française est plus cool que la culture japonaise ?



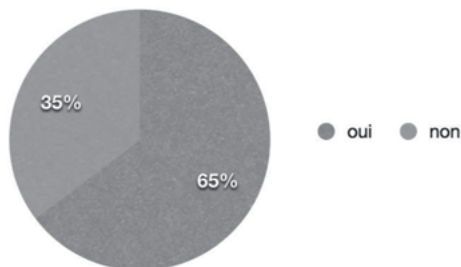
de comparaison soit un peu ridicule, je leur ai indiqué qu'un choix entre les deux était obligatoire.

Par conséquent, la réponse « non » qui démontre l'image positive de la culture japonaise a dépassé la moitié comme prévu, mais le taux du soutien de la culture française par 46 % des apprenants est très haut, contre toute attente.

II-II-II Désir de voyage en France

L'image plutôt positive, sans fondement, sur la culture française provoque leur désir de voyage. La réponse à la question : « Voulez-vous voyager surtout en France ? (Graphique 4) » nous montre qu'ils veulent plus voyager dans les pays francophones que dans d'autres pays étrangers.

Graphique 4 : Voulez-vous voyager surtout en France ?



Malgré le fait que les étudiants ne connaissent pas encore bien la culture française, ils en ont une image positive comme pour les Japonais des générations précédentes. En effet, on peut dire que beaucoup de Japonais admirent la culture française. Selon l'enquête sur les visiteurs étrangers effectuée en 2007 par TNS-Sofres¹¹⁾, 77,4% des voyageurs japonais qui vont en France, y vont pour le tourisme culturel. De plus, l'intérêt pour la culture française apporte une motivation pour apprendre le français. Parmi les candidats au *Futsuken*, la popularité de la culture française est assez grande comme on l'a déjà vu dans la première partie. Ceux qui veulent voyager et ceux qui s'intéressent à la culture représentent 30% du total¹²⁾.

On peut alors observer la même tendance d'intérêt pour la culture française chez les étudiants et chez les candidats du *Futsuken*. Quels genres de motivations ont ces étudiants ?

II-III Analyse sur la motivation chez les étudiants à l'université

Dans le premier chapitre, on a analysé les motivations des candidats du *Futsuken* et on a constaté que plus de la moitié d'entre eux expriment leur motivation comme une motivation intrinsèque. La plupart des apprenants faisait des efforts en connaissant son propre niveau et ses défauts pour atteindre un niveau plus élevé à travers cet examen. Et puis, quand on passe le *Futsuken*, c'est difficile de le réussir sans auto-apprentissage, même si les candidats apprennent le français dans un établissement didactique. En ce sens, on peut dire que la motivation des candidats du *Futsuken* est très élevée, et qu'ils sont un modèle idéal des apprenants de français.

11) Antczak M., et Le Garrec, M. A., « Les visiteurs étrangers en France », *Le tourisme en France édition 2008*, p. 46, http://www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/ref/fratour08d.PDF, lien vérifié le 09/01/2015

12) Cf. le graphique 2

Au contraire, les étudiants à l'université qui sont obligés d'apprendre le français contre leur volonté sont-ils un public inconquis ? En effet, pour mes étudiants, leur première motivation pour apprendre le français, c'est avant tout d'obtenir des unités de valeur. Pour l'analyse de leur motivation, j'ai modifié la question sur mon enquête : « Quels intérêts trouvez-vous à l'acquisition du français ? » au lieu de « Pourquoi apprenez-vous le français ? ». Les chiffres détaillés de la réponse peuvent être constatés dans le tableau 3.

Tableau 3 : Quels intérêts trouvez-vous à l'acquisition du français ?

S'ouvrir à de nouveaux horizons	4
C'est favorable pour habiter (travailler, étudier) dans les pays francophones	13
Pouvoir communiquer avec des francophones	14
Favorable pour voyager	27
C'est cool	23
Pour avoir plus de possibilités	2
Rien	12
Pour bien comprendre la culture française	8

D'après ce sondage, la plupart des intérêts trouvés par mes étudiants à l'université est plutôt extrinsèque et ils sont complètement différents des candidats du *Futsuken* qui ont déjà acquis une motivation plutôt interne. De ce fait, on peut considérer que le niveau sur l'échelle de motivation où les étudiants se situent est plus bas que celui des candidats du *Futsuken*. En utilisant les mots de la théorie de l'autodétermination par Deci & Ryan, la plupart des étudiants reste dans l'état de « régulation externe » ou au maximum « régulation introjectée » qui est motivée par le sens du devoir et n'arrivent pas dans l'état de « régulation identifiée » où l'individu commence à prendre conscience de l'intérêt d'une activité par lui-même.

Jusqu'ici, on a étudié la tendance d'apprentissages des candidats du *Futsuken* et

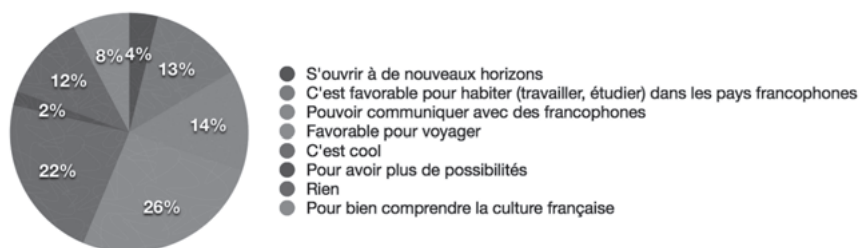
des étudiants à l'université. Et maintenant, on sait qu'il est difficile de les classer automatiquement dans une catégorie d'apprenants japonais. Ces deux types représentatifs des apprenants de français au Japon diffèrent en termes de niveau de motivation et ils se rejoignent du point de vue de la sympathie pour la culture française. On a mis en évidence un « public inconquis », alors quelles stratégies peut-on appliquer pour le « séduire » dans l'apprentissage ?

III. Stratégies convenables pour les étudiants japonais

III-I Analyse de l'expression « C'est cool ! »

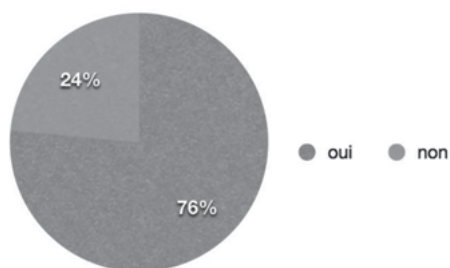
Pour trouver des stratégies, je commence par examiner une expression clef : « c'est cool ! ». Revenons sur la réponse à « Quels intérêts trouvez-vous à l'acquisition du français ? » qu'on a vue dans le chapitre précédent. Je montre ici le pourcentage des réponses au graphique 5, parmi les réponses qui représentent les intérêts de l'acquisition du français, la réponse « c'est cool ! » est au deuxième rang (22%).

Graphique 5 : Quels intérêts trouvez-vous à l'acquisition du français ?



Ensuite, regardons la réponse sur la question de l'image du français par rapport aux autres langues (Graphique 6) auprès de mes étudiants à l'université.

Graphique 6 : Vous trouvez que le français est plus cool que d'autres langues étrangères ?



Le détail de la réponse « non » est l'anglais (10), l'espagnol (3), l'italien (3), le grec (1) et le latin (1). D'après ce sondage, plusieurs étudiants considèrent que l'anglais est utile et aussi cool, mais la plupart des apprenants trouve que le français est plus cool que d'autres langues.

L'adjectif « cool » fait appel à un sentiment positif produit par la comparaison avec autre chose ou autrui. Selon la fameuse « pyramide des besoins » de Maslow qui montre la hiérarchie des besoins¹³⁾, « les besoins d'estime » ainsi que l'appréciation des autres sont placés sous « les besoins de s'accomplir ». Comme nous l'avons déjà analysé, la plupart des étudiants à l'université est dans l'état de « régulation introjectée » qui se situe en position inférieure sur l'échelle de motivation. Par rapport au fait que les candidats du *Futsuken* ont une motivation plutôt interne et apprennent le français pour « les besoins de s'accomplir », en ce sens, les étudiants accordent plus d'importance aux éléments extérieurs qu'à eux. Cette étude se développe donc avec l'analyse des relations à autrui en se divisant en trois : 1. avec des non-apprenants de français, 2. avec leurs camarades de même niveau et 3. avec les personnes de niveau supérieur.

13) Maslow, A. H., 1968, *Toward a psychology of being*, Van Nostrand.

L'ensemble de la pyramide est visible dans les annexes.

III-I-I Stratégie 1 : sensibiliser les apprenants aux valeurs de l'apprentissage du français par rapport aux non-apprenants de français

D'après l'enquête dans le chapitre précédent, la culture française garde son image positive (avec l'adjectif cool, chic, raffiné etc. . .) auprès des Japonais quelle que soit la génération. 76% de mes étudiants à l'université considèrent que le français est plus cool que d'autres langues étrangères (Graphique 6) et 65% montrent le souhait de voyager en France plus que dans d'autres pays (Graphique 4). Et puis, même dans la comparaison avec la culture japonaise, presque la moitié répond que la culture française est plus cool (Graphique 3). De plus, quand j'ai posé la question « Vous trouvez que le français est plus cool que d'autres langues étrangères ? » aux étudiants, j'ai demandé aussi d'écrire la raison de ce choix librement. Ainsi, 39 parmi 56 étudiants, soit 70% répondent la vague image « chic » de la France, de la culture française et du français en disant « je ne sais pourquoi ».

Cette image positive produite par une certaine sensibilité est avantageuse pour créer une sorte de complexe de supériorité des apprenants par rapport aux non-apprenants de français. Heureusement, ce n'est pas difficile de transmettre les qualités de la culture française grâce à la richesse de ses charmes, alors, les enseignants n'ont qu'à transmettre la splendeur de la culture française.

Cependant, il faut tenir compte de la génération des apprenants dans le domaine culturelle au Japon. En général, les apprenants de toutes les générations ont des images communes positives pour la France et le français, mais, quand ils entendent le mot « musique française », chaque génération le décode différemment : pour la génération des années 1960, ce serait Édith Piaf, pour la génération des années 1970, la French Pop, ce serait France Gall. Il en est de même pour le cinéma français. C'est difficile de communiquer le charme du film *Pierrot Le Fou* tout de suite aux jeunes qui ont vu comme premier film français *Intouchables*. Bien sûr

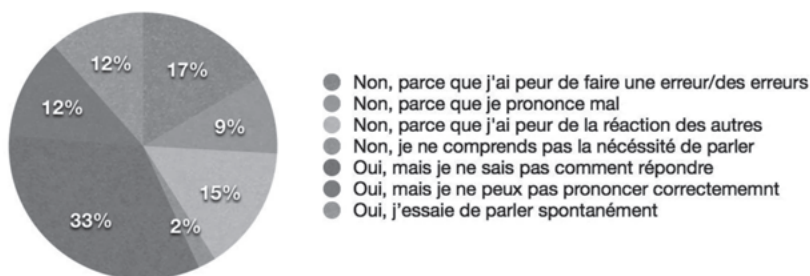
que ces différences d'intérêt ne sont pas seulement liées à la différence de génération mais aussi de leur sexe, et de leur carrière, etc. . . mais la stratégie basée sur la génération serait un des indices les plus utiles pour attirer l'attention des apprenants dans le champ culturel. Pour transmettre le charme de la culture française avec efficacité, l'enseignant doit d'abord choisir des documents authentiques et convenables pour l'intérêt des apprenants et ensuite, élargir petit à petit leurs centres d'intérêts.

Un autre élément positif très important pour traiter le français avec partialité en comparaison avec d'autres langues, c'est la beauté de la sonorité du français. A la réponse sur la question « Quels intérêts trouvez-vous à l'acquisition du français ? », 17 apprenants, 30% répondent la beauté de la prononciation du français et quelques étudiants remarquent même la beauté du système d'écriture avec les accents par exemple.

Garder le silence, une attitude attentive, de la timidité. . . , oui, ce sont les caractéristiques observables dans la classe au Japon. Il est vrai qu' il faut connaître l'importance de lire l'ambiance, et il est certainement impoli de prendre la parole pour donner son opinion personnelle « sans valeur » en volant le temps « précieux » d'autrui dans la société japonaise. Toutes les opinions sont bien correctes, et il est peu naturel de sous-estimer ces caractéristiques socio-culturelles japonaises.

Cependant, j'ose insister sur le fait que ces attitudes n'expliquent qu'une partie de la mentalité des apprenants japonais. Car une grande partie d'entre eux dans la classe de langue étrangère comprend bien la nécessité de parler spontanément et ils désirent parler le plus possible en faisant des efforts et en surmontant leur gêne. Le résultat suivant (Graphique 7) de l'enquête fournit la preuve de la vérification de ce point de vue et il montre qu'une des causes de leur silence est le manque de compétences phonétique ainsi que grammaticale et lexicale.

Graphique 7 : Vous avez l'intention de parler en L2 spontanément en cours pour l'acquisition de la compétence linguistique ?



J'ai posé cette question après la question de « Vous pensez qu'il est indispensable de parler en L2 en évitant le silence pour l'acquisition de la compétence linguistique ? », et ils ont tous répondu « oui » sauf un élève. D'après mon sondage, 57% des étudiants expriment la volonté de parler en cours de français, et puis, le taux de réponses positives ou négatives concernant la prononciation est de 21%. Ce chiffre nous montre l'intérêt de la beauté des sonorités et le désir de reproduire la belle prononciation par les étudiants japonais. On peut aussi constater qu'il y a une nécessité de s'entraîner à la prononciation et à l'orthographe pour dynamiser le cours et pour développer la motivation d'apprentissage.

Tactique 1

Le charme de la culture française et la beauté des sonorités du français, ce sont deux clefs pour sensibiliser aux valeurs de l'apprentissage du français par rapport aux non-apprenants de français. En faisant attention à ne pas faire mépriser les autres cultures, il est utile d'introduire des matériaux pédagogiques audio-visuels ainsi que vidéos de chansons, films, publicités à la télé, etc. . .

Je vous suggère ici d'utiliser des dessins animés adaptés aux débutants dans

cette étape où ils sont peu motivés : série de 家庭教師ミシェル (Répétitrice Michelle) dans le film *The world of Golden Eggs*¹⁴⁾. Dans ces petits épisodes marrants, Michelle qui donne des cours particuliers de français à une jeune fille ne parle pas français pour enseigner, elle continue à parler anglais et japonais avec un accent français.

Quant à la culture française, les japonais gardent normalement deux sentiments contraires : admiration pour le prestige de la France et raillerie de son image trop brillante. Dans ce film, en ridiculisant le français louche de Michelle, la jeune élève téléphone à une amie pour se vanter de l'acquisition de la prononciation « à la française ». En réalité, ces animations qui présentent de façon distrayante le sentiment des jeunes étudiants, leur donne envie de prononcer le français.

Je montre ces séries à mes étudiants à l'université depuis 6 ans, les exercices de prononciation après le visionnage de ce film sont toujours (trop) actifs. Ce film n'est pas bon du tout pour l'exercice de la prononciation, mais seulement pour créer une attitude active pour produire les sons.

Exemples à suivre de cours de français

Malgré l'intérêt des étudiants pour la beauté des sonorités du français, les enseignants à l'université (surtout des professeurs non-natifs) ont tendance à déprécier les exercices de prononciation. Une des raisons est le nombre d'heures de cours trop limité pour bien traiter la prononciation mais on peut chercher d'autres raisons dans la mentalité des enseignants surtout non-natifs. La plupart des professeurs japonais a un sentiment d'infériorité en tant que non-natif pour enseigner la prononciation. Et puis, ils considèrent que leur mission primordiale dans la classe est l'explication de la grammaire et la traduction. Cependant, est-il impossible de

14) *The World of GOLDEN EGGS season 1 (Vol. 2) et 2 (Vol. 4)*, DVD, 2007, Warner Home Video

concilier des exercices sonores avec ceux de la grammaire ?

Je vais présenter ici le cours d'Olivier Massé, un professeur français à l'Institut français de Tokyo et celui de Kaori Fujita, une franco-japonaise à l'université Sôka. Ces deux professeurs utilisent le même manuel qui s'appelle *Interactions* basé sur la théorie neurodidactique la plus récente. Cette théorie est très utile pour l'apprentissage de L2 (surtout oral), mais, je vais traiter de son efficacité dans un autre mémoire et ici, je vais présenter leurs techniques à imiter en comparant avec les cours d'enseignants non-natifs.

Si je résume un cours traditionnel et typique par un enseignant non-natif, il se déroule de la façon suivante :

1. Faire écouter le dialogue
2. Explication des nouveaux mots et traduction du dialogue par l'enseignant
3. Exercices de grammaire
4. Exercices oraux

La plupart du cours est consacrée aux étapes 2 et 3. S'il reste du temps, l'enseignant fait exercer la conversation aux étudiants mais normalement ce n'est que l'imitation des phrases modèles une ou deux fois, sans aucune production spontanée. Et puis, après plusieurs cours, il doit faire faire un test écrit pour mettre une note. C'est ainsi que l'accent n'est pas mis sur les exercices de prononciation. Et c'est vrai que si on veut rompre cette chaîne, on devra changer le système d'évaluation.

Cependant, les cours donnés par un français et une franco-japonaise nous montrent, à nous les professeur japonais, qu'ils ont plus de variations de cours. Par exemple, Kaori a fait lire des questions d'exercices à voix haute. Elle a fait écrire les réponses d'exercices au tableau à chaque élève, mais elle les a fait lire à l'oral en signalant aux étudiants leurs erreurs de prononciation. Pendant ce temps, elle encourage ses élèves en leur lançant un appel à aiguïser leur sensibilité aux sons de la langue étrangère qui diffère des sons en katakana-japonais. Ce moyen

d'enseigner ne semble peut-être pas très spécial pour les natifs, mais c'est très impressionnant pour nous, professeurs japonais. Parce que nous savons bien que ce moyen d'enseigner prend plus de temps que quand le professeur lit lui-même à voix haute et nous avons tendance à ne pas aimer cette sorte de lecture qui détourne l'attention de la grammaire. Pour les étudiants attirés par la beauté des sonorités du français, le professeur ne doit pas éviter les exercices de prononciation en pretextant un manque de temps et un système d'évaluation à l'écrit.

Un autre exemple : le cours d'Olivier. Ce professeur tire le meilleur parti du tableau blanc interactif (TBI). Dans le manuel d'*Intéraction*, il y a un exercice où il faut recopier le texte en écriture cursive. Il projette cet exercice sur TBI et il souligne des mots ou des groupes de mots en changeant la couleur des stylos en signalant les parties où les apprenants font le plus d'erreurs pendant la lecture. Ces deux professeurs font tout pour que les élèves se rendent compte eux-même de leurs erreurs sans répéter les règles qu'ils ont d'abord enseignées ni donner la bonne prononciation. Même si on n'a pas de TBI dans la classe, on peut s'ingénier à utiliser l'effet visuel pour une lecture correcte.

Quant à l'efficacité, on peut dire que ce détour vers les exercices de prononciation est plus efficace à long terme. En effet, après plusieurs cours, les étudiants deviennent capables de bien prononcer. Cela permet finalement au professeur de se consacrer à d'autres exercices. Il est important de créer un cours où les sons de la langue apprise jaillissent de toutes les bouches.

III-I-II Stratégie 2 : application du principe de « gamification » dans l'apprentissage avec les camarades de même niveau

Comme on l'a déjà remarqué, les étudiants qui n'ont qu'une motivation externe n'arrivent pas à intégrer des valeurs d'apprentissage à la manière des candidats du *Futsuken*. Pour faire prendre conscience de l'intérêt d'une activité par l'étudiant lui

-même, à mon avis, faire changer le sentiment « Le français, c'est cool ! » en « Je suis cool parce que je peux bien utiliser le français ! » est indispensable. Et pour cela, l'estime de soi par le succès de l'apprentissage serait très utile.

On a vu apparaître récemment un nouveau terme « gamification (ludification) » surtout dans le domaine du marketing pour accélérer la motivation d'achat. Selon la définition par Kevin Werbach et Dan Hunter, la gamification est « l'application des éléments du jeu et la technique du dessin du jeu dans un contexte non-ludique »¹⁵⁾. Les mécaniques du jeu servent au joueur à s'engager dans une activité et à y passer des heures spontanément et joyeusement avec la collaboration des autres pour réaliser divers objectifs ou résoudre des problèmes. Ce transfert des mécanismes du jeu est de plus en plus considéré positivement dans les situations d'apprentissage, on rapporte son efficacité par exemple dans l'application ludique « Babble Planet (*Pili Pop*) »¹⁶⁾ auprès des enfants qui apprennent l'anglais.

Pour les gens qui ne jouent pas aux jeux vidéo, l'exemple des chasseurs de running NIKE+ est facile à imaginer. Grâce au capteur inséré dans la semelle d'une chaussure, « le coureur tente de battre des records de temps ou de distance en constatant visuellement sa situation d'entraînement, en se comparant avec les autres coureurs et en recevant les encouragements de ses amis instantanément »¹⁷⁾.

La visualisation des effets est un des éléments les plus efficaces pour développer la motivation des apprenants et grâce à ce résultat visualisé, on peut comparer sa position par rapport aux autres. En effet, la compétence est un sentiment d'efficacité qui demande la reconnaissance et le témoignage des autres. Dans ce but, cela suppose que tous les participants au jeu aient les mêmes capacités pour exciter la concurrence. Dans la vraie classe, les rivaux sont les camarades de

15) K・ワーバック, D・ハンター, 2013, 『ウォートン・スクールゲーミフィケーション集中講義』, 三ッ松 新 監訳, 渡部典子 訳, 阪急コミュニケーションズ, p. 51

16) <http://www.pilipop.com/>

17) idem, 2013, pp. 58-59.

classe.

Cependant, même si l'enseignant peut encourager les apprenants brillants en les félicitant en cours, il est exagéré de hiérarchiser tous les apprenants, et c'est difficile de donner un feedback instantané à tous les apprenants comme dans un jeu vidéo. Et puis dans la plupart des cas, la hiérarchie tacite des compétences des apprenants dans la même classe est établie même après seulement quelques cours. Alors, le changement de hiérarchie est difficile dans la vraie classe et leur intérêt à l'apprentissage diminue facilement à cause du découragement. En ce sens, il serait préférable d'introduire non pas le principe de concurrence mais celui de collaboration en groupe dans la vraie classe afin que les joueurs s'entraident pour arriver au but comme dans les jeux en ligne.

De plus, l'introduction d'un monde virtuel par l'outil ludique dans la classe donne la possibilité de changer cette hiérarchie déjà fixée car la variété des évaluations qu'offre cet outil donne plus de chances de victoire aux apprenants. Et puis, l'anonymat par l'emploi du nom de joueur peut aider à sortir de la hiérarchie réelle. Pour cela, l'utilisation de l'outil ludique fabriqué, basé sur la mécanique du jeu est utile pour développer le sens de la compétence dans certains cas.

Tactique 2

Je rapporte ici l'efficacité remarquable de l'introduction de « Quizlet¹⁸⁾ » dans la classe. Le Quizlet est une application gratuite de Flashcard pour apprendre des mots qu'on peut utiliser sur ordinateur ou sur smartphone. Il permet aux élèves de faire des cartes des mots nécessaires, de s'exercer en écoutant leur prononciation, et de s'autoévaluer, en réalisant plusieurs activités ludiques avec 6 modes au choix (*flashcards*, *Learn*, *Speller*, *Test*, *Scatter* et *Race*).

18) <http://quizlet.com/>

Normalement j'utilise le mode « speller » pour faire taper les conjugaisons des verbes en écoutant leur prononciation dans la classe d'informatique à l'université. Ce mode est très efficace pour apprendre les conjugaisons des verbes grâce à la visualisation des erreurs et au feedback instantané. En réalité, 94% de mes apprenants à l'université ont obtenu le maximum au test de conjugaison fait juste après l'apprentissage avec le Quizlet et ils ont eu une moyenne de 89 points sur 100 à l'examen improvisé deux semaines après.

Cependant, le système le plus efficace avec le Quizlet, c'est l'affichage du rang par l'enregistrement dans la classe virtuelle. Cela continue à susciter un enthousiasme d'apprentissage à long terme plus fort par rapport à l'auto-apprentissage sans enregistrement. Avec l'emploi de la fonction « créer une classe de Quizlet », on peut connaître son rang en voyant les résultats de tous les participants et leur rang. Comme la mémorisation des conjugaisons n'est pas un devoir difficile, ce travail simple change facilement la hiérarchie de la classe réelle. Le champion n'est pas toujours le meilleur élève. Grâce à l'abondance des modes, le Quizlet nous donne une chance de faire naître divers champions.

Exemple à suivre de cours de français

Je présente ici un cours de Vincent Durrenberger à l'université Keio. Ce professeur fait utiliser les smartphones à ses étudiants dans plusieurs situations, mais je m'intéresse surtout à l'usage de l'application « google traduction » pour améliorer la prononciation. On utilise normalement cette application pour traduire un texte dans une autre langue, mais il profite de la fonction d'entrée vocale de ce logiciel. Il fait dire à voix haute des mots ou des groupes des mots avec le micro du smartphone aux élèves, et si leur prononciation est correcte, ils peuvent avoir une bonne traduction sur leur écran.

On peut leur faire faire cet exercice chez eux comme devoir, mais moi, en

pensant à la compétition, je pense que l'utilisation dans la classe peut stimuler le sentiment de rivalité parmi les étudiants. En effet, un élève qui ne réussit pas à obtenir une bonne traduction, prononce les mots plusieurs fois jusqu'à réussir en se demandant bien pourquoi ses camarades réussissent facilement. Comme l'affichage du rang de Quizlet, ce moyen peut susciter un enthousiasme d'apprentissage à long terme grâce à l'incitation à la concurrence avec les camarades de même niveau.

III-I-III Stratégie 3 : fournir des chances d'établir une relation avec un modèle idéal

Chez les étudiants à l'université, ce qui est le plus important et le plus difficile pour développer leur motivation, c'est le changement de la motivation externe à interne. Mais le fossé entre leur état de « régulation introjectée » et l'état de « régulation identifiée » où la plupart des candidats du *Futsuken* se trouvent est profonde. En effet, les étudiants à l'université et les candidats du *Futsuken* sont deux types d'apprenants ayant des valeurs différentes concernant l'apprentissage du français. Leur attitude d'apprentissage et leur intérêt pour la culture francophone diffèrent sensiblement, comme des habitants de pays différents. Ainsi, je souhaite proposer ici l'application de moyens d'enseigner pour le développement de la compétence interculturelle afin de changer les valeurs des étudiants à l'université en prenant comme base les valeurs des apprenants hautement motivés.

La compétence interculturelle est essentiellement une compétence qui accepte l'autre et fait dialoguer avec lui. Elle demande donc nécessairement la rencontre d'autres personnes. Cependant, en réalité, la chance de rencontrer des apprenants fortement motivés manque désespérément aux étudiants. Et cela empêche le développement de leur motivation pour l'apprentissage.

On peut constater la même tendance chez les candidats du *Futsuken*. Ils sont certainement des apprenants idéals du point de vue de la motivation, mais la

tendance de leur apprentissage est un peu exclusif.

Revenons un peu à leurs réponses : « J'aime apprendre les langues étrangères (13%) » et « Pour mon enrichissement personnel (9 %) » pour la question « Pourquoi apprenez-vous le français ? », ainsi que « Pour atteindre mon objectif fixé en français (40%) » et « J'aime faire des efforts pour avoir un certificat (6 %) » pour la question « Pourquoi passez-vous le *Futsuken* ? ». Même si on met la réponse « Pour atteindre mon objectif fixé en français » de côté, car on ne peut pas savoir si l'objectif fixé est par la motivation extrinsèque ou par la motivation intrinsèque, on en déduit toutefois qu'une grande partie des apprenants japonais étudient le français pour leur propre plaisir en comparant avec les 15% de réponse « Je veux établir la communication avec des francophones ».

Est-ce à cause de la mentalité plutôt fermée des Japonais qui vivent dans une société homogène ? La réponse peut être oui et non : d'une part, les Japonais n'ont pas le désir de déménager dans les pays francophones et devenir un de leurs membres en réalité. Chez les candidats du *Futsuken*, seulement 13% des candidats choisissent l'intérêt de travailler et d'étudier (tableau 2 dans les annexes, graphique 2) et chez mes étudiants, 60% répond « non » à la question « Voulez-vous habiter (étudier, travailler) dans un pays francophone ».

Sur ce point, les étudiants et les candidats du *Futsuken* sont similaires : ils apprécient la qualité culturelle de la France, mais ils n'ont pas l'intention de déménager là-bas. Autrement dit, ils aiment la belle image brillante que reflète la France, mais ils n'ont pas besoin de la société réelle. Plus précisément, ils ne peuvent pas trouver de qualité dans la société réelle où on parle le français. C'est à dire que c'est le sens de la réalité pour la société francophone qui leur manque, soit à cause d'un problème géographique, soit à cause du faible nombre des francophones au Japon.

Pour résoudre ce problème, on ne peut tout de même pas réduire la distance

réelle entre la France et le Japon, mais il est possible de réduire la distance psychologique. Ce que nous, enseignants, pouvons faire, c'est donc fournir des chances d'établir une relation avec un modèle idéal et de donner le sens de la réalité aux apprenants dans un milieu d'apprentissage.

Pour le développement de la motivation, le modèle doit être la personne qui est importante pour soi. Pour les apprenants de français, ce peut être un francophone qui possède un niveau supérieur à son propre niveau linguistique, ce peut aussi être les apprenants qui ont plus de connaissances de la culture française ou de la grammaire.

Tactique 3

Je rapporte ici deux exemples qui montrent des expériences impressionnantes auprès de mes élèves : 1. La visite collective au musée pour voir l'exposition qui concerne la France, 2. L'utilisation de «l'opération Père Noël» par la Poste.

Comme mes étudiants ne fréquentent pas les musées, la rencontre avec beaucoup de gens qui admirent la culture française hors de la classe a été une bonne surprise. Avec la collaboration des conservateurs, les étudiants ont discuté sur un tableau par groupe sur place. Cette découverte de la beauté artistique par soi-même et la discussion avec d'autres est très utile pour l'intériorisation des valeurs d'autrui et donner le sens de la réalité sur la culture française.

Quant à l'utilisation de «l'opération Père Noël», elle a permis de développer un sentiment positif face à la société française et le sens de la réalité sur elle non pas seulement chez les étudiants mais aussi chez les apprenants adultes qui n'avaient pas encore eu la chance de recevoir un courrier depuis la France. Grâce à cette opération lancée par la Poste, les apprenants ont eu l'expérience d'écrire au Père Noël sur internet et de recevoir gratuitement une vraie lettre en réponse. Après la réception de la lettre, la plupart des élèves ont essayé de la traduire spontanément.

Etablir une relation avec l'autre en dépassant le problème de la distance réelle, c'est le domaine de prédilection des SNS comme Facebook. De nos jours, on peut s'intégrer à une communauté facilement avec l'Internet. Moi-même je gère deux communautés pour que les apprenants de français puissent communiquer entre eux sur Facebook. En effet, l'utilisation de ce type de service est utile pour l'émission des informations mais la plupart des communautés a probablement les problèmes suivants : les membres qui participent sont toujours les mêmes et le taux d'accès reste bas à cause de la naissance successive de nouvelles technologies comme « Line ». Pour résoudre ces problèmes et pour mieux utiliser ce type de système en ligne, il serait préférable d'échanger des opinions basées sur l'expérience entre organisateurs de ce type de communauté.

Exemple à suivre de cours de français

Le modèle qui possède un niveau supérieur à son propre niveau linguistique et qui a plus de connaissances de la culture française ou de la grammaire, est important pour les étudiants. On n'a cependant pas besoin de chercher ce modèle hors de la classe. Hidenori Konishi, professeur à l'université des jeunes filles Kyoritsu, montre ce fait aux enseignants non-natifs. Impressionné par l'approche neurolinguistique, il donne des cours aux débutants en parlant français à l'aide de deux marionnettes qui s'appellent Nounours (grand frère) et Nina (petite sœur). Quand il utilise ces deux marionnettes, il n'y a plus de professeur dans sa classe, il parle exclusivement en français facile en jouant Nounours et Nina. Il rapporte l'efficacité de sa façon d'enseigner dans son mémoire¹⁹⁾, mais ici je fait remarquer l'importance de l'apparition d'un modèle non-natif ayant l'intention de parler la langue étrangère pour s'exprimer en français facile.

19) 小西英則, 2014. 「外国語教育の挑戦 : 『文字・文法・訳読』よりも, まずは『ヌヌース & ニーナ』とフランス語で話そう!」, 共立女子大学文芸学部紀要, vol. 60, pp. 59-81

J'ai déjà signalé la tendance des apprenants japonais, même à haut niveau, qui ne sont pas nécessairement portés vers la communication orale avec les francophones, mais une fois qu'on crée un espace où les gens parlent exclusivement le français, ce n'est pas difficile de les faire parler. C'est-à-dire, les deux marionnettes qui parlent français ont deux rôles : création d'un espace où on parle une autre langue et manifestation de volonté du professeur pour communiquer avec les autres en surmontant les obstacles linguistiques. Il ne faut pas oublier que l'enseignant non-natif peut être un des meilleurs modèles dans l'apprentissage linguistique.

Conclusion

Récemment, de nombreuses universités ont commencé à donner divers cours pour les adultes à cause de la baisse de la natalité. L'espace réel entre les étudiants à l'université et les adultes, deux types représentatifs d'apprenants peu motivés et très motivés, commence à se réduire avec la demande sociale.

D'un côté, l'apprenant avec une motivation plutôt externe et d'un autre côté, l'apprenant avec une motivation plutôt interne ; ils ont des valeurs et des comportements différents pour l'apprentissage du français. En apparence, l'abîme entre eux est désespérément profond. Cependant en face de la diversité dans le monde, aucun enseignant ne nie jamais l'importance de l'acquisition des connaissances interculturelles. Alors, pourquoi hésitent-ils à travailler pour établir des liens entre ces deux types d'apprenants ?

Dans cette recherche, j'ai proposé trois stratégies pour augmenter la motivation d'apprentissage du français : 1. sensibiliser les apprenants aux valeurs de l'apprentissage du français par rapport aux autres langues, 2. appliquer le principe de la « gamification » dans l'apprentissage pour développer les compétences et 3.

fournir les chances d'établir une relation avec un modèle idéal en développant le sens de la réalité. Et puis j'ai donné des tactiques plus concrètes et des exemples à suivre de cours pour réaliser ces 3 stratégies. Ce que j'ai proposé dans cette étude, ce n'est qu'un exemple. Afin de réaliser la réduction de la « disparité de motivation » entre apprenants, l'enseignant doit jouer le rôle de bon intermédiaire créatif.

Les résultats de cette étude amènent à considérer les candidats du *Futsuken* comme l'apprenant idéal. En réalité, ils sont idéals sur le plan de la motivation, mais ils ne sont pas nécessairement positifs et ouverts à la communication avec les francophones. Malheureusement, je n'ai eu la chance d'analyser ce problème que partiellement dans cette étude. Pour cela une autre étude sera indispensable.

Bibliographie

- Zoltan, D., 2001, *Motivational Strategies in the Language Classroom*, Cambridge University Press.
- Deci, E. L. & Ryan, R. M., 1985, *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*, Springer.
- Deci, E. L. & Ryan, R. M., 2002, *Handbook on Self-Determination Research*, The University of Rochester Press.
- Gardner, R. C. & Lambert, W. E., 1972, *Attitudes and Motivation in second Language Learning*, Newbury House.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R., 1995, *The need to belong : Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation*, *Psychological Bulletin*, 117, 497-529.
- Mitsuru, O. et al., Oct 2009, «Les causes principales de la baisse de motivation chez les apprenants japonais », in *Revue japonaise de didactique du français*, vol. 4, n. 1, Société japonaise de didactique du français, pp. 71-88.
- Piché, S., 2003, *Précurseurs motivationnels des performances sportive et scolaire*, mémoire de DEA, Université Laval, <http://theses.ulaval.ca/archimede/fichiers/20726/20726.html>, lien vérifié le 09/01/15
- Dreyer, S., 2009, «Apprentissage du français et motivation existentielle. Le cas des universités à Taiwan », *Lidil*, N. 40, pp. 31-47.

<http://lidil.revues.org/2911#tocto1n6>, lien vérifié le 09/01/15

Maslow, A. H., 1968, *Toward a psychology of being*, Van Nostrand.

K・ワーバック, D・ハンター, 2013, 『ウォートン・スクールゲーミフィケーション集中講義』, 三ッ松 新 監訳, 渡部典子 訳, 阪急コミュニケーションズ

長沼君主, 2006, 『言語学習動機づけ診断尺度の開発とその展望』, 博士論文, 東京外国語大学

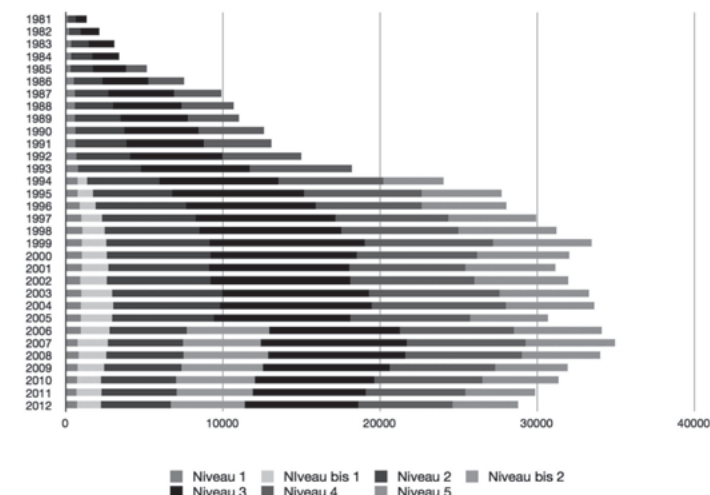
Richardin. A., 2012, «C'est pas du jeu», *OWNI* (site internet), <http://owni.fr/2012/06/07/la-culture-des-jeux-video-est-aux-fraises/>, lien vérifié le 09/01/15

※Du fait d'avoir arrondi les nombres, le pourcentage total de certains graphiques peut atteindre 101.

※Cet article a reçu le soutien financier particulier de l'université de Matsuyama 2014.

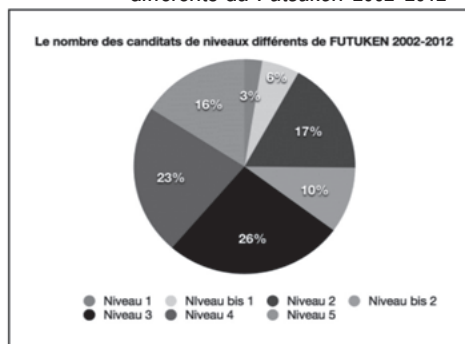
Annexes

Le nombre des candidats du *Futsuken*



	Niveau 1	Niveau bis 1	Niveau 2	Niveau bis 2	Niveau 3	Niveau 4	Niveau 5	Total
1981	129		503		675			1307
1982	210		729		1202			2141
1983	323		1138		1633			3094
1984	347		1359		1695			3401
1985	315		1419		2106	1323		5163
1986	505		1839		2920	2266		7530
1987	560		2152		4172	3027		9911
1988	562		2442		4362	3305		10671
1989	577		2916		4253	3279		11025
1990	610		3105		4729	4163		12607
1991	607		3272		4904	4303		13086
1992	671		3419		5862	5027		14979
1993	774		4011		6926	6494		18205
1994	746	602	4609		7562	6679	3836	24034
1995	762	955	5073		8357	7485	5100	27732
1996	889	1017	5762		8231	6757	5367	28023
1997	981	1312	5992		8870	7186	5596	29937
1998	1054	1409	6043		9036	7447	6236	31225
1999	1010	1565	6570		9857	8199	6263	33464
2000	1016	1605	6598		9273	7693	5863	32048
2001	1026	1702	6404		8913	7373	5747	31165
2002	912	1714	6584		8898	7901	5942	31951
2003	979	1964	7018		9335	8280	5718	33294
2004	964	2043	6840		9626	8528	5635	33636
2005	942	1994	6495		8666	7629	4946	30672
2006	950	1826	4935	5241	8288	7262	5587	34089
2007	757	1922	4769	4942	9293	7566	5706	34955
2008	797	1771	4912	5390	8727	7413	4985	33995
2009	745	1685	4912	5216	8041	6722	4620	31941
2010	711	1531	4769	5007	7619	6876	4827	31340
2011	672	1603	4770	4848	7199	6325	4437	29854
2012	705	1519	4454	4719	7208	6004	4157	28766

Fait par moi-même sur la base des données de l'APEF

Graphique : Nombre des candidats de niveaux différents du *Futsuken* 2002-2012

Fait par moi-même sur la base des données de l'APEF

Tableau 1 : Pourquoi passez-vous le *Futsuken*?
(Plusieurs réponses possibles)

Pour atteindre mon objectif fixé en français	11897
J'aime le français.	7129
Pour avoir un certificat de niveau de français pour le travail	3038
J'aime faire des efforts pour avoir un certificat.	1879
Pour avoir un certificat de niveau de français pour étudier à l'étranger	1541
Par recommandation de mes parents ou de mes professeurs	1198
Ca compte comme UV à l'université ou à l'école.	758
Ca compte dans l'évaluation	615
Pour la promotion	439
Pour avoir une faveur au concours d'entrée	234
Pour me dispenser de suivre un cours	262
Autres	1120
Total	30110

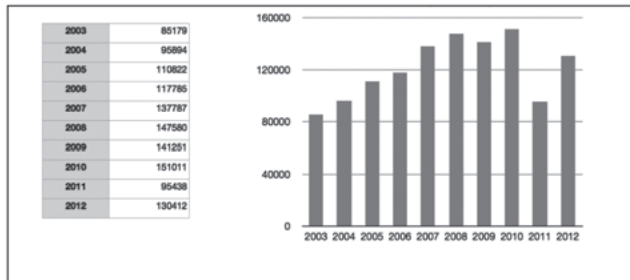
Fait par moi-même sur la base des données de l'APEF

Tableau 2 : Pourquoi apprenez-vous le français ?
(Plusieurs réponses possibles)

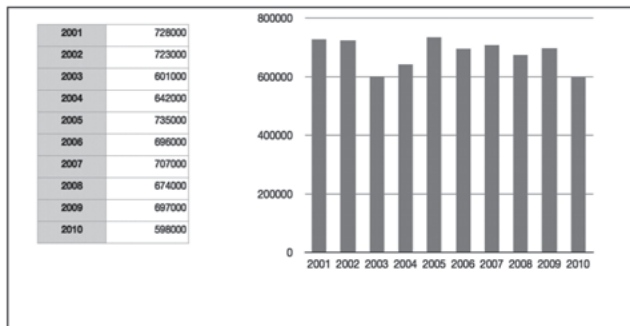
J'aime le français.	9823
Je veux établir la communication avec des francophones.	6916
J'aime la culture francophone.	6898
Pour voyager	6346
J'aime apprendre les langues étrangères.	5911
Pour mon enrichissement personnel	4334
Je veux étudier dans les pays francophones	2977
Pour trouver un emploi	2758
Pour entrer à l'université	294
Autres	900
Total	47157

Fait par moi-même sur la base des données de l'APEF

Graphique : Nombre de voyageurs français au Japon



Graphique : Nombre de voyageurs japonais en France



Fait par moi-même sur la base des données de l'JATA

Pyramide des besoins de Maslow

