

L'importance de l'apprentissage des langues de spécialité et des techniques de communication à l'Université

Refka DAOUD

docteure de l'Université de Bourgogne Franche-Comté
Membre des Laboratoires de recherche LLTA, Université de Sfax et
CPTC, Centre Pluridisciplinaire, Textes et Cultures
Université de Bourgogne-Franche-Comté

Résumé

Dans cet article, nous allons insister sur l'importance de l'apprentissage des langues et des techniques de communication à l'université et sur la mise en place des programmes de formations permettant l'apprentissage des langues et les outils de la communication, du travail, et des échanges internationaux et ayant pour objectif de former un citoyen communicant qui peut s'adapter à n'importe quelle situation professionnelle.

Mots clés : Techniques de communication, apprentissage des langues étrangères, outils de communication, situation professionnelle, citoyen communicant.

Abstract

In this article, we will insist on the importance of learning languages and communication techniques at university and on the implementation of training programs allowing the learning of languages and the tools of communication, work, and international exchanges and aiming to form a communicative citizen who can adapt to any professional situation.

Keywords: Communication techniques, foreign language learning, communication tools, professional situation, communicating citizen.

Introduction

Communiquer, c'est transmettre un message, qu'il soit oral ou écrit, à un individu ou à un groupe d'individus. Cependant, qui dit communication, dit compréhension mutuelle, c'est à dire que le récepteur soit en mesure de comprendre les informations données par l'émetteur. Ainsi, Les deux « acteurs » de l'acte de communication (l'émetteur et le récepteur) doivent disposer d'une langue commune et doivent être capables de décoder et de comprendre le sens du message. La langue est donc un outil qui permet aux gens d'entrer en rapport les uns avec les autres et de s'ouvrir aux autres.

Dès lors, communiquer c'est poser une question pour obtenir une information sur un sujet ou parce que l'on veut vérifier une hypothèse ou chercher à savoir quelque chose et à échanger des informations.

La professionnalisation des cursus universitaires ainsi que la centration sur l'apprenant et ses besoins conduisent de fait à un enseignement des langues tourné vers un usage spécialisé. En fait, l'objectif consiste à aider l'apprenant à s'approprier l'objet de savoir (la langue de spécialité) en l'organisant et en le hiérarchisant en fonction de ses connaissances préalables.

L'objectif que je fixe dans ce présent article est de réfléchir sur l'importance de l'apprentissage des langues de spécialité à l'université tout en insistant sur la place des techniques de communication dans le monde du travail.

L'article se centre d'abord sur la place des techniques de communication dans le monde du travail.

Il insiste par la suite sur l'utilité et l'importance de l'apprentissage des langues de spécialité à l'université.

I- La place des techniques de communication dans le monde du travail :

Savoir communiquer est une qualité que tout cadre devrait maîtriser. En effet, le recours à ce talent est très fréquent pour celui qui doit assumer un minimum de responsabilités. Que ce soit à l'écrit ou à l'oral, communiquer est la base de toute relation.

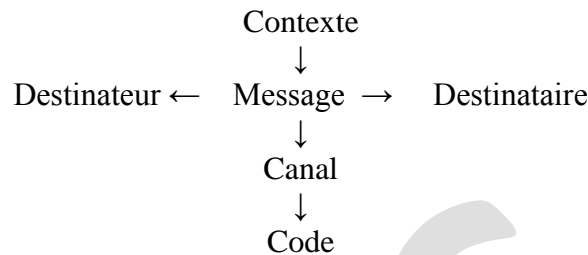
Dès lors, une bonne communication s'avère essentielle. Prenons l'exemple des cadres ou des ingénieurs au sein d'une entreprise. Chacun de ces derniers doit soit :

- Comprendre son équipe et la convaincre du bien-fondé d'une orientation
- Négocier avec son supérieur des délais supplémentaires ...
- Communiquer par écrit avec des fournisseurs ou clients,
- Résoudre un conflit entre deux collaborateurs
- Présenter un projet ou un nouveau produit à l'aide d'un speech

On parle de la qualité et du talent du communicateur, mais il s'agit souvent d'une question de techniques de communication. Dès lors, tout doit être calculé : par exemple on doit faire attention à la rédaction qui doit être claire et percutante selon le canal choisi, au langage non verbal, à l'analyse transactionnelle, à la Programmation Neuro Linguistique, etc.

A ce titre, il est possible de se former pour maîtriser ces outils essentiels à la performance personnelle et par la suite à la réussite professionnelle. Tout commence par un message transmis par un émetteur à destination d'un récepteur. Prenons à titre d'exemple le schéma de communication de Jacobson.

Modèle de la communication de Jacobson



- Le destinataire : celui qui envoie le message oralement ou par écrit, il peut s'agir d'un individu ou d'un groupe (entreprise).
- Le destinataire : celui qui le reçoit. Il peut s'agir d'un individu, d'un groupe, d'un animal ou même d'une machine (ordinateur)

Mais au cours d'un dialogue, les rôles alternent; le destinataire devient destinataire et ce dernier devient destinataire quand il prend la parole.

- Le contexte : c'est l'ensemble des conditions matérielles dans lesquelles le message est produit (Lieu+temps)
- Le message : c'est le discours, le texte, ce qu'il «faut faire passer», lorsqu'il y a un message, cela suppose un codage et un décodage, d'où la présence du code.
- Le canal : c'est la liaison physique et psychologique entre le destinataire et le destinataire. Un moyen oral ou écrit. Autrement dit, c'est la voie matérielle par laquelle va circuler le message de l'émetteur vers le récepteur (téléphone, lettre, image, radio, écran...)
- Le code : Ensembles de signes et de règles de combinaison de ces signes. La langue Française (par exemple). Toute langue est un code puisqu'elle se compose du répertoire des mots (le vocabulaire) et de leurs règles d'agencement (la grammaire). Dans la communication non linguistique, d'autres codes sont utilisés, de type auditif, gustatif, olfactif et visuel.

Il est important de soigner le message dans toute sa globalité : canal via lequel on va diffuser (email, simple mémo, rapport écrit, courrier papier...), clarté de l'information partagée (vocabulaire utilisé, informations diffusées, longueur du message, ton, etc.), "packaging" du message (lisibilité, couleurs, illustrations, etc.)...

Nous devons aider l'étudiant à faire la relation entre le monde du travail et les langues. Leur usage est en constante évolution et varie selon les environnements dans les grands domaines du droit, de l'économie, des sciences et techniques, de la médecine. La langue est indissociablement liée aux situations de travail car sans communication il est impossible de faire fonctionner un collectif, d'accomplir les tâches nécessaires d'organisation et d'y créer et maintenir un lien social. Chaque communauté de pratique a ainsi un usage d'une langue spécifique et chaque nouvelle personne intégrant ce groupe devra apprendre à manier les divers codes en vigueur.

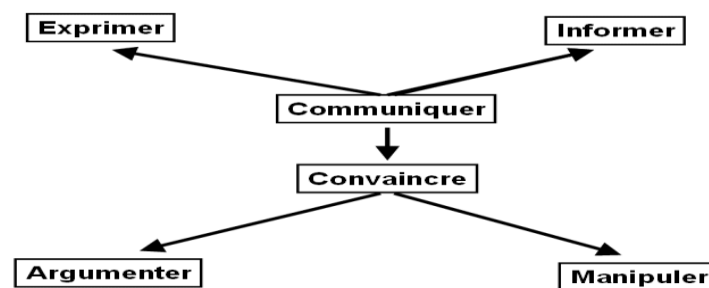
Par exemple, lors d'un stage en entreprise, l'élève doit s'adapter aux codes et au

registre de langage qui y dominant et doit renoncer, dans ce contexte, au langage familier voire codé qu'il utilise avec ses camarades de classe. Il faut donc savoir trouver les mots justes dont les caractéristiques sont les suivantes: clarté, concision, considération.

Pour communiquer, il est indispensable de:

- Être sensible à l'interlocuteur, ce qui signifie être à l'écoute (repérer les signes verbaux et non verbaux), s'écouter (autocontrôle), s'adapter (changer pour s'adapter aux besoins et attentes de l'interlocuteur).
- S'affirmer, ce qui signifie que nous devons savoir ce que nous voulons dire, et surtout, ne pas dépasser certaines limites (on peut exprimer calmement ses sentiments).
- Articuler, c'est-à-dire maîtriser sa voix (débit, ton, diction, éviter les mots parasites)

Le schéma de Philippe Breton nous présente la fonction/le rôle de tout discours/toute parole.



En fait, l'étudiant doit adopter une conduite réfléchie de la pratique de l'écrit, produire des textes corrects et cohérents, construire ses compétences progressivement dont on cite:

- savoir parler et communiquer,
- faire face à différentes situations dans différents contextes,
- faire la différence entre les différents types de communication,
- apprendre à rédiger une demande de travail, une demande de stage, une lettre de motivation etc.

L'apprenant doit s'habituer à prendre la parole, à participer à des débats et à s'exprimer, à acquérir des compétences discursives à l'écrit et à l'oral. Par exemple :

- La rédaction d'une demande de travail
- La rédaction d'une offre de travail
- La rédaction d'un compte rendu
- La rédaction d'une lettre qui permet à l'entreprise de communiquer avec l'extérieur (fonction commerciale, remerciements, relance...)
- La rédaction d'un courrier officiel sur papier : convocations, licenciements, etc. .Il faut faire attention ici car le vocabulaire sera adapté à la situation et syntaxe doit être précise.
- La rédaction d'un Email/courriel quelque soit pour rendre compte d'une réunion, ou pour communiquer avec des prestataires externes, avec ses collègues, son équipe, sa hiérarchie etc.
- La présentation powerpoint (ou tout autre logiciel) : à utiliser essentiellement

comme support lors d'une présentation orale, mais aussi lors d'une présentation de sa société, son service, son équipe.

L'étudiant doit adapter sa rédaction en fonction du sujet (c'est-à-dire du message) et du destinataire (c'est-à-dire à qui le message est destiné). Tout dépend du contexte et du genre du discours en question (compte rendu d'une réunion, présentation d'un nouveau projet, invitation ...). Dès lors, le vocabulaire et les structures de phrase ne seront pas les mêmes selon qu'il s'agit d'une convocation avant licenciement, d'un simple débriefing de réunion, de la présentation d'un nouveau projet ou encore d'une invitation à une réunion.

La méthode de formation à adopter consiste à préparer l'étudiant à s'intégrer dans le domaine professionnel, à l'aider comment il peut réussir sa communication, à produire un discours clair et cohérent dans des situations de communications variées et à pouvoir faire face à différentes situations dans différents contextes.

L'efficacité d'une communication orale dépend de l'utilisation des bons mots, d'un ton et d'un débit appropriés. Quant à l'écrit, il est important de soigner non seulement le fond, mais également la forme de la communication.

Ajoutons aussi que pour réussir n'importe quelle communication, professionnelle, amicale ou familiale, il faut être conscient de ses émotions, avoir le contrôle de ses émotions, avoir la maîtrise de soi, être conscient des émotions d'autrui, être capable de se prendre en main pour interagir avec les autres, être sensible à ses émotions et à celles des autres, être empathique, être capable de faire preuve de diplomatie, savoir comprendre les autres et avoir de bonnes relations interpersonnelles, pouvoir résoudre des conflits de façon positive. On parle ici de l'intelligence émotionnelle. La figure qui va suivre présentera les différentes émotions :

cycle et par la morphologie verbale, la morphologie nominale et les éléments de vocabulaire (connotation, dénotation, synonymie, antonymie, homonymie...) et les techniques de communication pour la deuxième année.

Le français est utilisé comme moyen de connaissance, autrement dit, la langue est utilisée pour l'apprentissage des connaissances relevant de différents domaines (mathématique, physique, médecine ...). Mais on note un besoin de renforcement linguistique de manière à faciliter l'apprentissage des connaissances de spécialité. C'est pourquoi on insiste sur le développement d'une compétence linguistique dans un domaine précis de connaissance pour les apprenants ou les étudiants. Le français général n'arrive plus à satisfaire les besoins d'un public en quête d'apprentissage ciblé et en étroite relation avec la spécialité. Il s'agit des langues de spécialité (populairement appelées « jargons ») qui sont propres à chaque secteur tels que le langage technique, le langage scientifique et médical, le langage juridique et financier, le langage littéraire, etc. Commençons tout d'abord par la définition des langues de spécialité. Galisson et Coste définissent la langue de spécialité de manière générale comme :

« Une expression générique pour désigner les langues utilisées dans les situations de communication qui impliquent la transmission d'une information relevant d'un champ d'expérience particulier » (1976, 511)

Quant à Cabré, elle insiste sur l'aspect terminologique des langues de spécialité :

« Les langues de spécialité sont les instruments de base de la communication entre spécialistes. La terminologie est l'aspect le plus important qui différencie non seulement les langues de spécialité de la langue générale, mais également les différentes langues de spécialité. » (Cabré, 1998: 90)

Petit définit la langue de spécialité comme suit :

« Constitue une langue de spécialité tout ensemble d'objets linguistiques et/ou langagiers défini par son rapport à une « spécialité ». Le français des affaires, le français scientifique et technique, sont ainsi du français de spécialité ; l'anglais juridique, l'anglais médical, de l'anglais de spécialité, etc. » (Petit, 2006, 03)

Nous allons évoquer comme exemple de langues de spécialité le langage juridique et le langage technique.

1- Le langage juridique

Le langage est un moyen de pensée, d'expression, de communication et de transmission de l'information. Les idées et les représentations n'existent pas en dehors de la langue. Le droit et la conscience juridique existent dans une forme de langue et sont exprimés par la terminologie et la phraséologie juridiques. En fait, la langue juridique est l'ensemble des moyens lexicaux, syntaxiques et stylistiques qui forment un texte juridique. Chaque texte a des bases lexicales, grammaticales et logiques organisées d'une façon déterminée en vue de transmettre l'information. Et c'est en fonction de l'objectif fonctionnel, que les textes juridiques varient selon l'organisation, les principes et la terminologie.

Mais on doit préciser que la langue juridique fait partie de la langue littéraire (c'est-à-dire la langue naturelle et normative). Elle répond à toutes les règles orthographiques, grammaticales et aux règles de ponctuation.

Le langage juridique se singularise par un vocabulaire spécialisé et par une structure syntaxique discursive singulière. C'est un langage professionnel dont la singularité a éveillé, ces dernières années, un grand intérêt dans des disciplines comme la linguistique.

Le langage juridique français se caractérise par :

- La neutralité et la froideur du style du document juridique.
- La cohérence de la présentation
- La précision et la simplicité de la présentation ce qui influe sur la qualité et l'efficacité du texte juridique.
- La clarté de l'exposition
- L'économie des moyens de la langue
- L'utilisation non intensive de la ponctuation
- L'emploi des phrases courtes
- L'emploi des phrases impersonnelles dans lesquelles l'auteur est absent.
- Les expressions ne s'adressent à personne

Le lexique de la langue juridique est formé par :

- La langue quotidienne
- Les termes purement juridiques et les termes d'autres spécialités (techniques et scientifiques).
- Les termes d'origine étrangère.
- Les clichés juridiques

Le jargon professionnel juridique est un discours relativement ouvert à un groupe social ou professionnel qui diffère du discours habituel par une composition spéciale des mots et des expressions. C'est une langue codée qui ne se comprend que dans un milieu professionnel bien déterminé. Par exemple les avocats utilisent dans leur langue des mots et des expressions qu'ils ont apprises lors de leurs contacts avec des criminels, et des alcooliques.

Le droit est étroitement lié à la langue qui le véhicule et qui constitue son mode d'expression et son milieu d'existence. Le discours du droit est, en fait, porteur d'une dimension culturelle qui se reflète non seulement dans les mots ou les termes propres à un système juridique, mais aussi dans la façon de les exprimer. D'ailleurs, nous pouvons dire que la langue du droit est soigneusement façonnée, même si elle reste hermétique et ambiguë.

2- Le langage technique

C'est sans aucun doute la langue de spécialité la plus utilisée, étant donné le volume de traduction représenté par les catalogues, modes d'emploi et autres manuels, lesquels sont rédigés selon un style bien particulier et présentent un vocabulaire hautement spécialisé.

Le style de ce langage doit être informatif, c'est-à-dire qu'il doit être complètement neutre et objectif car il a pour but d'informer ou de donner des explications. Son contenu doit être clair et précis, ses phrases plutôt courtes et on parle de la fonction référentielle (données objectives, définitions, chiffres, dates, noms, etc.). Le discours doit être impersonnel.

Quant à la terminologie, elle doit correspondre au vocabulaire utilisé habituellement par les spécialistes du secteur, mais elle doit surtout respecter le principe de la monosémie des termes, à savoir qu'un terme ne peut désigner qu'un seul et unique concept afin d'éviter toute confusion et de lever toute ambiguïté. Et pour assurer l'uniformité terminologique lors de la traduction de gros volumes, les linguistes élaborent généralement un glossaire répertoriant les termes techniques dans la langue de départ et dans celle d'arrivée avant de procéder à la traduction.

L'une des principales responsabilités des universités est de préparer les étudiants à occuper différentes fonctions dans la sphère socio-économique (Tremblay, Groleau & Doray, 2014), de le préparer à s'intégrer dans le domaine professionnel, à savoir comment il peut réussir sa communication et produire un discours clair et cohérent dans des situations de communications variées.

Prenons l'exemple de la communication au sein de l'entreprise. On demande à un manager de savoir communiquer. Savoir communiquer avec sa hiérarchie, son équipe, les autres intervenants dans l'entreprise et aussi les autres acteurs en-dehors de l'entreprise. Encore faut-il définir sur quoi repose une communication efficace. Il ya cinq points essentiels pour poser les bases d'une communication efficace au sein d'une entreprise. Tout d'abord, on doit avoir un objectif précis. Les grands communicateurs ont une idée claire de l'objectif de leur intervention, parfois très longtemps à l'avance. Ensuite, il faut développer son acuité sensorielle ce qui va permettre d'évaluer l'impact de nos interventions. En plus, il faut développer sa flexibilité comportementale. Aussi, il faut respecter le modèle du monde de l'autre. Enfin, on doit respecter son écologie c'est-à-dire il faut respecter notre environnement, nos valeurs, nos croyances de manière à ne pas se trouver dans des "mal-être" sous prétexte d'atteindre à tous prix notre but.

Ces cinq points sont applicables par tout le monde : dirigeant, cadres supérieurs, managers de proximité, collaborateurs etc.

Conclusion

Dans ce travail, nous avons essayé de mettre en relief et d'insister sur l'importance de l'apprentissage des langues de spécialité et des techniques de communication afin de bien former les futurs et les vrais professionnels.

Références

- Robrieux, Jean Jacques, Rhétorique et Argumentation, 2^{ème} édition Nathan/Her, Paris 2000.
- Champagne, Claudette L'Argumentation et la communication, mai 2004
- Plantin, Ch., Essais sur l'argumentation, introduction à l'étude linguistique de la parole argumentative. Ed. Kimé, 1990.
- Breton, Philippe, « Les différents registres de la communication. », in L'argumentation dans la Communication. Ed. Repères.
- Bautier, Roger, De la Rhétorique à la communication, Grenoble: PUG, 1994.
- Bautier Roger, Cezinare Elisabeth, Les logiques d'une conception moderne de la communication. , Paris, PUG, 2000.
- Miège, Bernard, La pensée communicationnelle. Paris. PUG., 1995
- Une logique de la communication, Paul Watzlawick, Janet Helmick Beavin, Don. D. Jackson; trad. par Janine Morche- Paris, ed du Seuil, 1972.
- CICUREL, Francine & DOURY, Marianne. (2001). Interactions et discours professionnels: usages et transmission. Paris : Presses Sorbonne Nouvelle.
- CHEVALLARD, Yves. (1985). La transposition didactique : du savoir savant au savoir enseigné. La Pensée Sauvage.
- GALISSON, René et COSTE, Daniel. (1976). Dictionnaire de didactique des langues. Paris, Hachette.
- GAUTIER, Laurent. (2014). Des langues de spécialité à la communication spécialisée: un nouveau paradigme de recherche à l'intersection entre sciences du langage, info-com et sciences cognitives? Etudes Interdisciplinaires en Sciences humaines, Collège Doctoral Francophone Régional d'Europe Centrale et Orientale en Sciences Humaines(CODFREURCOR), 1, pp.225-245.
- LERAT, Pierre. (1995). Les langues spécialisées. Paris, PUF.
- LERAT, Pierre. (2016). Langue et technique. Préface by Alain Rey. (Collection Vertige de la langue). Paris: Hermann.
- MERCELOT, Gérard. (2006). Négociations commerciales et objectifs spécifiques. De la description à l'enseignement des interactions orales professionnelles. Bern: Peter Lang.
- MOURLHON-DALLIES, Florence. (2008). Enseigner une langue à des fins professionnelles. Paris, Didier.