

**Travail de validation :**

**« A quoi ça sert d'apprendre  
à s'exprimer, on sait déjà le  
faire ?! »»**

**Démarches orientantes**

**HEP-VS**

**103.402 - Démarches orientantes**

**Semestre 6**



Haute école pédagogique du Valais  
Pädagogische Hochschule Wallis

# Table des matières

## Table des matières

1. Introduction.....	3
2. Objectifs .....	4
3. Concepts théoriques .....	5
i. L'infusion .....	5
ii. La mobilisation .....	6
iii. L'auto-efficacité .....	6
iv. La cristallisation .....	7
4. Plan d'action .....	7
i. 1er cours: phase de découverte .....	7
ii. 2ème cours : phase de stabilisation .....	8
5. Moyens requis et coûts .....	9
6. Anticipation des difficultés et faisabilité .....	9
7. Réflexions personnelles .....	9
8. Annexes .....	11
Annexe I : document pour la prise de notes .....	11
Annexe II : apports théoriques.....	12

## 1. Introduction

Pour ce travail, nous avons choisi d'intégrer une démarche orientante dans le cadre du cours de français. En effet, nous remarquons parfois que certains élèves de secondaire I ne comprennent pas l'importance de bien connaître la langue française pour la suite de leur carrière professionnelle. À leur décharge, il est difficile, à leur âge, de s'imaginer l'importance que revêt la connaissance de la langue, ne serait-ce que pour rédiger des CV et des lettres de motivation. Cela est d'autant plus difficile qu'ils ne se profilent pas encore par rapport à ce qu'ils veulent faire plus tard dans leur vie. En effet, bien connaître le français permet avant tout de bien communiquer or la communication est capitale à l'heure actuelle avec le développement de plus en plus important des métiers des médias, de la communication ou encore du marketing. La communication demeure également nécessaire pour qu'une entreprise de manufacture, un cabinet d'avocat ou encore une multinationale puissent fonctionner correctement.

Pour leur faire prendre conscience de l'importance de la communication dans le milieu entrepreneurial, nous avons décidé de mettre en place une séquence qui se déroulera selon trois axes : premièrement, nous les lancerons dans une activité avec un exercice en grand groupe de dix personnes autour de ce qu'on appelle communément *le téléphone arabe* : l'enseignant donnera à un premier élève des instructions qu'il devra transmettre ensuite à un camarade et ainsi de suite. Au final, le dernier élève de la chaîne devra dire à haute voix ce qui lui a été dit par l'avant-dernier camarade du groupe. Ensuite, un deuxième exercice fera intervenir des groupes plus petits, de quatre à cinq élèves. Ces derniers devront produire une tâche complexe avec des Lego en construisant une certaine structure. Puis, ils devront transmettre des consignes aux autres groupes pour qu'ils puissent faire de même. Si la tâche est finalisée, et mieux encore, si la tâche ne l'est pas, les élèves comprendront, dans un cas comme dans l'autre, l'importance de bien communiquer pour arriver au terme d'un objectif commun (cf. 1er cours: phase de découverte). Ce début de cours ludique permettra de lancer par la suite une discussion sur les résultats obtenus puis de passer à une phase théorique avec la lecture d'une fiche destinée aux élèves (cf. Annexe II).

Enfin, nous pensons intéressant de les confronter au monde réel en les envoyant interroger deux proches afin que ceux-ci leur transmettent leur rapport à la communication sur leur lieu de travail: en quoi le recours à la langue/ communication est-il utile avec vos collaborateurs ? En quoi le recours à la langue/ communication est-il utile avec la clientèle? En quoi le recours à la langue/ communication est-il utile pour faire parler de l'entreprise?

## 2. Objectifs

L'objectif premier de ce projet d'approche orientante veut faire prendre conscience aux jeunes de l'importance que revêt actuellement la communication (verbale comme écrite) dans un nombre grandissant de métiers actuels. Ce travail remplit différentes entrées du Plan d'études romand comme celles liées aux visées prioritaires de la catégorie « Langues - Français » :

*« Maîtriser la lecture et l'écriture et développer la capacité de comprendre et de s'exprimer à l'oral et à l'écrit en français.*

*Découvrir les mécanismes de la langue et de la communication.*

*Développer des compétences de communication opérationnelles dans plusieurs langues ».*

« *Travailler les langues et la communication à l'école, c'est permettre à chaque élève :*

*d'acquérir les outils nécessaires à la maîtrise de la lecture et de l'écriture;*

*de développer et mobiliser des techniques et des stratégies de compréhension et d'expression dans des situations de communication en français et dans au moins deux langues étrangères;*

*de maîtriser progressivement - et à des degrés distincts pour la L1 et les autres langues étudiées - les principaux genres de textes (oraux et écrits) pertinents dans le contexte scolaire (exposé, commentaire écrit, consignes, ...), social (discours public, informations télévisées,...) et culturel (récit, conte,...);*

*d'accéder, en français et, à un degré moindre, dans au moins deux langues étrangères, aux informations et connaissances lui permettant de comprendre le monde et de s'exprimer en tant qu'individu et citoyen;*

*de se construire comme personne.*

*Pour faire face aux situations de communication présentes à l'école, dans le monde professionnel et dans la vie sociale, les élèves doivent développer des pratiques langagières, orales et écrites, répondant à des situations et projets de communication divers, qui se complexifient au cours de la scolarité. Parler, écouter, lire, écrire et interagir - en français et dans les autres langues étudiées - représentent des savoir-faire indispensables à tout citoyen et garantissent l'accès aux savoirs »<sup>1</sup>.*

Au-delà, ce travail remplira également d'autres visées générales comme celles de la capacité transversale « Communication » et avant tout aux descripteurs suivants ; codification du langage et circulation de l'information : « *choisir et adapter un ou des langages pertinents en tenant compte de l'intention, du contexte et des destinataires ; respecter les règles et les conventions propres aux langages utilisés ; adopter une attitude réceptive ; analyser les facteurs de réussite de la communication ; ajuster la communication en fonction de la réaction des destinataires* »<sup>2</sup>.

Ce projet d'approche est destiné à des élèves du secondaire I en fin de formation et qui désirent se profiler pour un futur apprentissage ou une prochaine filière d'étude.

### **3. Concepts théoriques**

#### **i. L'infusion**

Les élèves du secondaire I sont à un stade de leur vie durant lequel leur identité personnelle est en pleine construction. Ce processus s'accompagne bien souvent d'une relative révolte contre l'autorité, qu'elle soit parentale ou incarnée par les acteurs du domaine de l'enseignement (enseignants, direction,...). De plus, les élèves ont besoin de donner du sens à ce qu'ils font, d'où la question fréquente : « Mais ça sert à quoi Monsieur d'apprendre ça ? ». Même s'ils se projettent ou sont forcés de se projeter dans l'avenir, notamment par le biais du cours d'EDC, ils oublient bien souvent ce que peut leur amener l'école en terme purement

---

<sup>1</sup><http://www.plandetudes.ch/web/guest//cg/>

<sup>2</sup><http://www.plandetudes.ch/web/guest/capacites-transversales1#comm>

professionnel. Il est donc difficile de faire prendre conscience aux élèves de l'importance de certains concepts ou notions que nos élèves croient maîtriser, parce qu'ils les ont déjà abordés durant les années précédentes. Si c'est le cas, ils rechignent d'autant plus à rentrer dans la matière. Cependant, l'expression orale, du moins en français (L1 34) est - quantitativement (au nombre de pages et d'objectifs spécifiques) par rapport à la totalité des objectifs du français L1 - le parent pauvre des exigences posées par le PER.

Ce cours s'inscrit logiquement dans le prolongement d'une séquence en expression orale en français. Pour revenir sur le principe d'infusion, ce projet leur permet de relever l'importance primordiale des aspects en lien avec la communication. Il est dès lors possible, en articulant la séquence d'expression orale, avec le cours d'EDC, de tisser des liens entre ce qui est fait en classe en terme d'expression orale avec les attentes du monde professionnel ou les métiers dans lesquels l'expression orale joue un rôle central.

## **ii. La mobilisation**

Autant pendant la phase d'entretiens avec les proches que lors des séances en classe, les élèves pourront se rendre compte de l'omniprésence de la communication ainsi que de l'importance d'une communication adéquate. De plus, les activités envisagées leur permettront de se familiariser ou de découvrir certaines professions. Le but de ces deux cours est donc d'amener les élèves à prendre conscience de l'importance de travailler l'expression orale de façon sérieuse en classe, car elle leur sera utile dans chaque étape de leur parcours professionnel: bien communiquer et savoir se présenter lors d'un entretien d'embauche, utiliser des termes adéquats dans un travail afin de bien se faire comprendre et communiquer de façon correcte avec la clientèle. Il serait dès lors intéressant de voir quelle sera l'évolution de l'intérêt porté par les élèves à la branche du français, car elle sera directement mise en corrélation avec certaines des attentes du monde professionnel.

## **iii. L'auto-efficacité**

Cette notion rend compte du sentiment d'un individu dans l'accomplissement avec succès d'une tâche, compte tenu de ses compétences. Dans les deux cours proposés, les élèves devront atteindre leur zone proximale de développement

lorsqu'il leur sera demandé de synthétiser les réponses de leur entourage, tout comme lorsqu'il leur sera demandé de formuler un bref mode d'emploi à l'attention de leurs camarades qui devront, en se basant sur les explications du groupe, réaliser ce qui a été expliqué. L'objectif serait qu'au terme de la séquence les élèves atteignent une sensation du devoir bien fait et puissent dès lors recueillir l'admiration de leurs camarades. Le sentiment d'auto-efficacité augmentera alors chez chaque élève ayant réussi la tâche.

#### **iv. La cristallisation**

Le fait de demander aux élèves de questionner des membres de leur entourage a un double avantage : dans un premier temps, ils pourront soit se familiariser avec un métier qu'ils connaissent, soit découvrir une profession qu'ils ne connaissent pas. Cette confrontation pourra peut-être faire émerger une nouvelle orientation pour quelques élèves. Dans un second temps, elle permettra une prise de conscience de la part de chaque élève par rapport aux objectifs visés en cours de français lorsqu'il est question d'expression orale. Cette démarche permettra ainsi à l'élève de développer une image de soi plus cohérente et plus stable tout en aidant l'élève à se situer par rapport aux exigences du monde professionnel lorsqu'il est question de communication. Les élèves pourront dès lors se diriger soit vers un métier où la communication joue un rôle central, soit vers un métier où celle-ci entre en ligne de compte de façon secondaire. La démarche vise donc à aiguiller l'élève vers le choix ou l'élimination de certaines professions par rapport à son ressenti et ses compétences d'expression orale.

### **4. Plan d'action**

Ce projet d'approche orientante liée à l'importance de la communication en entreprise se déroulera durant deux cours :

#### **i. 1<sup>er</sup> cours: phase de découverte**

Les élèves sont répartis en deux grands groupes d'une dizaine d'élèves. Les élèves doivent mener à bien une tâche transmise par l'enseignant, qu'on appelle communément *le téléphone arabe*. Les élèves sont disposés en ligne ou en demi-cercle. L'enseignant fait lire une phrase à l'élève situé en bout de chaîne et doit la

susurrer à l'oreille de son voisin. L'élève en bout de chaîne dit la phrase à haute voix. S'ensuit une comparaison avec le phrase de base. Cet exercice vise à faire comprendre aux élèves l'importance d'une bonne communication au sein d'un groupe afin d'atteindre un résultat. Cette tâche devrait durer 5 minutes.

La deuxième tâche, plus complexe, s'appuie sur un exercice effectué à la D School de Stanford. Les élèves sont répartis en groupe de 4 à 5 individus. Il est alors demandé à chaque groupe qui a reçu une quarantaine de pièces de Lego de créer une forme ou un objet complexe. Chaque groupe devra, par la suite, rédiger la notice de montage pour atteindre l'objectif souhaité. Chaque groupe donne ainsi les consignes par orale et les autres groupes doivent les exécuter. Le but est d'amener les jeunes à formuler leurs idées de façon concrète. Cette deuxième tâche devrait occuper la plus grande partie du cours.

En devoir, il sera demandé aux élèves d'interroger deux membres de leur entourage. Les questions sont les suivantes.

- ✓ Quelle est votre profession ?
- ✓ En quoi le recours à la langue/communication est-il utile avec vos collaborateurs ?
- ✓ En quoi le recours à la langue/communication est-il utile avec la clientèle ?
- ✓ En quoi le recours à la langue/communication est-il utile pour faire parler de l'entreprise ?

Pour les 3 dernières questions, il est attendu au moins trois propositions par question.

## **ii. 2<sup>ème</sup> cours : phase de stabilisation**

Durant le deuxième cours, les élèves doivent se mettre par groupe de quatre et comparer les réponses. Chaque groupe doit par la suite venir au tableau afin d'y noter les réponses. Cette phase est estimée à 5 minutes.

Puis, chaque élève note sur une feuille blanche tous les métiers de la communication qu'il connaît. L'enseignant, avec les élèves, passe en revue les différentes réponses et en discute avec eux. Enfin, l'enseignant donne d'autres exemples de métier où les qualités de la communication sont requises. Cette phase est estimée à 25 minutes.

Dans le dernier quart d'heure, l'enseignant explique, au final, de manière théorique, en quoi la communication est capitale dans le milieu du travail et des entreprises en général. (cf. Annexe II)

## **5. Moyens requis et coûts**

Les moyens requis pour cette activité sont en général disponibles dans une école : tableau ou TBI, quelques feuilles afin de prendre des notes. Seuls les Lego peuvent venir alourdir la facture si l'enseignant ne peut en trouver dans son entourage. Il serait dès lors contraint d'acheter une boîte de Lego.

## **6. Anticipation des difficultés et faisabilité**

Durant le premier cours, l'activité du *téléphone arabe* devrait bien se dérouler. Les élèves connaissent déjà ce procédé et devraient se lancer dans cette activité ludique avec intérêt. Par contre, le deuxième exercice risque de se révéler nettement plus complexe et risque de déboucher sur des résultats décevants, car les élèves auront du mal à exprimer ce qu'ils veulent dire. Cependant, là réside tout l'intérêt de l'expérience. Ils réaliseront que même une tâche, simple sur le papier, est en fait d'une grande complexité. Entre ce que l'on veut dire, ce que l'on croit dire, ce que l'on dit, ce que l'on croit que l'autre comprend et ce qu'il comprend réellement existe un réel fossé.

Le devoir ne devrait pas poser trop de problèmes aux élèves. Ils auront une semaine afin de trouver deux personnes à qui s'adresser. Par contre les réponses risquent d'être toujours les mêmes. De nouveau, il serait intéressant d'arriver à un tel résultat pour faire prendre conscience à nos jeunes des propriétés immuables de la communication en entreprise ou avec la clientèle.

## **7. Réflexions personnelles**

Ce projet nous a permis avant tout d'en apprendre plus sur les métiers de la communication ainsi que sur l'importance de cette dernière pour le fonctionnement correct d'une entreprise quelconque. Cet apport devra être aussi compris par les élèves grâce aux différentes phases mises sur pieds. De plus, la préparation de ce travail nous a permis aussi de nous rendre compte du nombre de variables à



prendre en compte pour créer un projet concluant comme la variable budgétaire par exemple.

Ce projet nous a également permis de créer des documents directement utilisable lors d'un cours d'EDC par exemple. Ces activités, nous le pensons, seront perçues de manière positive par les élèves puisque pertinentes et réellement utiles.

De plus, ce projet est transmissible à d'autres enseignants au besoin. Il est facilement compréhensible, pertinent et ne nécessite pas beaucoup de moyens à mettre en place; enfin, elle ne coûte presque rien (sauf peut-être pour les Lego).

Ce travail, au final, nous aura permis d'enrichir notre bagage d'enseignant (tout comme les cours de démarches orientantes reçus durant ce semestre) en ayant appris des concepts théoriques inconnus mais néanmoins intéressants pour le suivi d'élèves qui se trouvent à une période de leur vie où les choix qui vont être faits peuvent influencer sur le futur de leur vie professionnelle.



## 8. Annexes

### Annexe I : document pour la prise de notes

Métier : .....

En quoi le recours à la langue/communication est-il utile avec vos collaborateurs ?

.....

.....

.....

En quoi le recours à la langue/communication est-il utile avec la clientèle ?

.....

.....

.....

En quoi le recours à la langue/communication est-il utile pour faire parler de l'entreprise ?

.....

.....

.....

Métier : .....

En quoi le recours à la langue/communication est-il utile avec vos collaborateurs ?

.....

.....

.....

En quoi le recours à la langue/communication est-il utile avec la clientèle ?

.....

.....

.....

En quoi le recours à la langue/communication est-il utile pour faire parler de l'entreprise ?

.....

.....

.....

## **Annexe II : apports théoriques**

### **La communication, une compétence primordiale en entreprise**

Difficile de se passer de spécialistes en communication dans une société où trône l'image. Et si les entreprises l'ont compris depuis longtemps, de plus en plus d'institutions, d'associations voire de particuliers font aussi appel à des professionnels. Internet a aussi entraîné de nouveaux besoins. Seule condition : être bien formé.

Dans un contexte très concurrentiel, soigner son image est devenu aussi indispensable que savoir vendre ses produits. Aussi les entreprises cherchent-elles à peaufiner leur communication que ce soit en interne auprès de leurs employés et de leurs actionnaires, ou bien en externe auprès de leurs fournisseurs et des médias.

La stratégie de communication constitue un enjeu central pour lequel les entreprises n'hésitent pas à dépenser de fortes sommes.

#### **Le secteur de la communication : de nombreux débouchés**

Il faut dire que les débouchés sont nombreux : entreprises bien sûr, mais aussi les agences qui permettent de gérer un portefeuille de clients diversifiés. Par ailleurs les collectivités locales, associations, syndicats, ONG, partis politiques, établissements d'enseignement et même particuliers font de plus en plus appel à des professionnels de la communication pour mettre en valeur leur image. Autant de débouchés à ne pas négliger d'autant qu'ils ouvrent à des postes à responsabilités.

#### **L'ère numérique crée de nouveaux métiers de la communication**

L'avènement des nouveaux moyens de communication autour d'internet et des réseaux sociaux offre une belle opportunité aux jeunes diplômés de faire valoir leurs compétences en la matière, par rapport aux générations précédentes parfois un peu dépassées. La demande en personnes compétentes dans ces nouveaux métiers de la communication reste importante.

## Liste des métiers de la communication

- ▶ Créativité : acheteur d'art, directeur artistique, infographiste, graphiste,...
- ▶ Événementiel : chef de projet événementiel, attaché de presse dans le sport, attaché de presse...
- ▶ Stratégique : directeur de communication, directeur de la communication dans la sphère publique, attaché de presse, chargé de communication, assistant de communication, media planner, responsable de l'information et de la communication interne, responsable de la communication externe, responsable de la communication publique, traducteur, journaliste d'entreprise, lobbyiste...

## La communication interne à l'entreprise

Au-delà de ces métiers où la communication joue un rôle central, la communication au sens large demeure importante dans la prise de décision et le dialogue social des entreprises.

En effet, la communication formelle est organisée par l'entreprise pour être au service de son projet. Elle est pensée en termes d'image, d'objectifs, de documents, de procédures. En interne, elle revêt donc une importance particulière selon les objectifs visés par l'organisation.

## Les « sens » de la communication

Ainsi, au sein d'une entreprise, la communication peut avoir plusieurs sens. La communication interne passe par des voies différentes selon la position des acteurs au sein de l'organisation.

Il y a, par exemple, la communication descendante : l'information est transmise hiérarchiquement par un supérieur à un ou plusieurs subordonnés comme lorsqu'un chef de service remet un ordre de mission à un employé.

Vient ensuite la communication ascendante, lorsque l'information est transmise par un membre ou par l'ensemble du personnel à la hiérarchie. Cela arrive par exemple lorsqu'un représentant rend son rapport d'activité hebdomadaire au directeur commercial.

Au final, la communication horizontale vient clore ce point sur les « sens » de la communication en entreprises. La transmission de l'information est transmise sur

un plan horizontal, c'est-à-dire de collègue à collègue sans faire intervenir la hiérarchie.

## **Les objectifs de la communication**

Premièrement, la communication interne à l'entreprise permet d'exécuter un certain travail. Pour exécuter un travail correctement, il est important que les bonnes informations passent au bon moment aux bonnes personnes. Par exemple, pour transmettre des instructions, la direction diffuse une note de service ou pour répartir le travail décidé en réunion, un compte rendu est remis aux participants.

Ensuite, une communication efficace permet de préparer une prise de décision valable. Afin de préparer convenablement une prise de décisions, il faut avoir à sa disposition toutes les informations existantes nécessaires. Par exemple, pour une décision économique, il est important de connaître tous les chiffres, les bilans, les statistiques, les tableaux...

Le choix du support (mail, courrier, affichage...) de l'information est déterminant car cela favorise la fluidité de la transmission et l'efficacité de la prise de décision selon l'objectif qui doit être atteint.

Il est important d'anticiper cela pour pallier les différents problèmes qui peuvent entraver la fluidité de l'information, tels que la rétention ou la profusion d'informations, la lenteur de transmission, la véracité et la clarté...

Finalement, la communication entre membres d'une même entreprise permet de favoriser le dialogue social. En effet, une bonne communication au sein d'un groupe favorise la bonne entente, évite les conflits et lui permet de bien fonctionner. L'individu se sent alors bien dans le groupe : il peut s'exprimer facilement, être écouté, ce qui augmente sa motivation et son sentiment d'appartenance.

## **Les moyens donnés à la communication en entreprise**

Il faut distinguer ici les « sens » de la communication. Pour une communication de type descendante, les canaux de communication les plus utilisés dans les organisations sont : le journal interne, l'affichage, la réunion, le téléphone, le livret d'accueil, les fiches de procédures, les notes, les entretiens. Il y a par exemple l'affichage dans l'entreprise du règlement intérieur ou des consignes de sécurité.



Ensuite, pour une communication de type ascendante, les moyens d'expression mis à la disposition des individus peuvent être : le sondage ou l'enquête, la boîte à idées, la tribune libre dans le journal d'entreprise. Par exemple, certaines entreprises publient un journal en interne, validé par la direction. Les employés peuvent alors en profiter pour y publier des articles, faire passer des messages, des idées, des petites annonces...