

PEUT-ON ENSEIGNER LA COMMUNICATION PROFESSIONNELLE?

Carmen-Ştefania STOEAN

Academia de Studii Economice din Bucureşti

Résumé: A l'égard de la communication professionnelle, la didactique des langues vivantes se trouve devant un paradoxe : bien que la préoccupation pour l'enseignement/apprentissage d'une langue vivante à visée professionnelle ne date pas d'aujourd'hui, et que ce dernier ait évolué des vocabulaires scientifiques et techniques vers les situations de communication professionnelle ou le jargon des métiers, bien que la nécessité d'une formation à la communication professionnelle soit reconnue et clamée comme une exigence de la mondialisation, il n'y a pas à vrai dire d'approche systématique de ce domaine. Qu'est-ce que la communication professionnelle ? Par quoi se caractérise-t-elle ? Qu'est-ce qui la différencie de la communication ordinaire ? Comment se manifeste-t-elle ? Peut-on l'enseigner/apprendre ? Nous essaierons d'y trouver des réponses, qui restent à être évaluées, en nous appuyant sur notre pratique enseignante.

Mots clés: communication professionnelle, contexte, hiérarchie, information, contraintes, domaine de référence, situation de communication.

1. Introduction

La communication professionnelle (désormais CP) représente, depuis plusieurs années déjà, le domaine de recherche et d'analyse de plusieurs disciplines dont l'intérêt à son égard se justifie non seulement par la dimension interdisciplinaire du domaine de la communication mais aussi par son importance dans la vie des individus.

1.1. Choix du thème

Plusieurs raisons appuient notre tentative d'identifier les composants et la structure de la CP et d'en comprendre le fonctionnement afin de pouvoir didactiser ces savoirs et les transformer en compétences à développer par l'enseignement/apprentissage d'une langue.

1.1.1. L'évolution des professions et le rôle que l'emploi de la langue se voit attribuer dans l'exercice des professions [4 :7] ont déterminé un changement de perspective sur les buts assignés à l'enseignement/apprentissage des langues étrangères en orientant ce dernier vers la satisfaction des besoins du marché du travail.

1.1.2. De par sa caractéristique de phénomène interdisciplinaire, la CP constitue l'objet d'analyse de disciplines scientifiques différentes. Chacune d'entre elles s'attarde sur un aspect de la CP- celui qui correspond à son domaine de référence- ce qui fait que nous disposons d'une variété de représentations/interprétations de la CP, parfois difficiles à mettre d'accord. Ainsi, par exemple, pour

- *les sciences de l'information et de la communication*, la CP n'est qu'une variante de la communication ordinaire pour la description de laquelle on utilise les mêmes concepts et mécanismes.
- *les sciences de gestion*, la vision sur la CP découle de leur vision sur l'organisation, lieu de manifestation de la CP. Dans cette vision, la CP est constituée d'activités de recueil et de transmission d'informations « servant à structurer, à adapter la structure, à définir les responsabilités, les postes de travail, les procédures de travail, et à effectuer le travail... » [5: 173]. La CP est donc un des éléments contribuant à « la bonne gestion de l'organisation » (id.).
- *la psychosociologie*, qui s'intéresse aux phénomènes de groupes et aux attitudes des individus dans leurs groupes, la CP « est un outil de maîtrise de la relation interindividuelle, des équipes et des groupes » qui doit « permettre aux membres des équipes et des sous-groupes de développer des relations constructives pour le travail. » [id. :174]
- *la sociologie*, intéressée par la « cohésion culturelle » des organisations, la CP « est quelque chose qui contribue à la constitution de la 'culture organisationnelle', à travers l'échange de normes et de valeurs. » [id. :175]
- *la science politique*, « centrée sur les phénomènes de pouvoir à l'intérieur de l'organisation », [id. :175] la CP « est l'expression de ces divergences d'intérêt (entre les acteurs de l'organisation, n.n.) et aussi l'expression des négociations incessantes qui ont lieu entre les acteurs et les autres partenaires des jeux de pouvoir. » [id. :175]
- *la psychologie*, qui « définit l'organisation comme un lieu d'émergence et de circulation d'affects » [id. :176], la CP a « pour finalité de réguler ces affects et de faire en sorte que les membres de l'organisation se sentent mieux et puissent mieux participer au travail collectif. » [id. :176]
- *les sciences du langage*, la CP est une autre forme d'utilisation de la langue et une possibilité d'étude des différents niveaux systémiques (lexical-terminologie, morpho-syntaxique-phaséologie), textuel (structure transphrastique) et discursif.
- *la didactique des langues*, la CP est un ensemble de situations de communication caractérisées par un emploi particulier de la langue, traduit dans les activités communicatives caractéristiques de chaque situation et dans la structure linguistico-pragmatique de chaque activité.

1.1.3. Ces différentes approches aboutissent à des études concernant :

- la communication pendant le travail et/ou sur les lieux de travail, orientée vers l'enchaînement des différents systèmes de communication, y compris l'enchaînement activité langagière- activité pratique,
- la communication organisationnelle en tant que structure institutionnelle à part entière, influencée par et influençant les autres structures de l'organisation,

- la communication comme expression d'un rapport de places et de statuts assignés aux interlocuteurs,
- la communication interpersonnelle dans le cadre de l'organisation,
- la communication caractéristique d'un domaine de référence: financier, marketing, social, etc.

Pour l'enseignant de langue(s), il n'est pas facile de décider quel(s) aspect(s) de la CP retenir et transposer dans le programme d'étude tant que l'accès à la connaissance de l'intérieur de la CP lui est sinon interdit, du moins très difficile à obtenir.

1.1.4. En effet, dans une organisation, la communication fait partie de la stratégie de développement de l'organisation, ce qui signifie qu'elle ne peut être connue que de l'extérieur, par ses manifestations publiques et par ses effets mais non pas par ses mécanismes constitutifs.

1.1.5. Les ouvrages consacrés à la CP du point de vue de l'enseignement/apprentissage d'une langue ne sont pas très nombreux et, de toute façon, ou bien ils ont une portée très générale, ou bien ils ne concernent qu'un domaine professionnel strictement délimité.

1.2. Aspects visés par une analyse de la CP à des fins didactiques

Pour l'enseignant de langue, la conception d'un programme d'étude à l'intention des non-spécialistes de la langue ne peut se réaliser avant que ne soient identifiés

- les éléments à prendre en considération pour la définition de la CP,
- les paramètres de la CP,
- les caractéristiques de la CP,
- la perspective sous laquelle la CP est envisagée (cf. 1.1.3. supra).

Ce n'est qu'après avoir résolu cette tâche que l'enseignant-chercheur pourra s'occuper des manifestations linguistico-discursives de la CP et de leur transposition didactique.

2. Description de la CP

2.1. Définition

Dans une organisation/entreprise, la communication représente « un processus d'écoute et d'émission de signes et de messages destinés à des publics particuliers et visant l'amélioration de l'image et des relations de l'organisation, la promotion de ses produits et services et la défense de ses intérêts. » [2 :27] Il en résulte que la CP appartient à la structure-même de l'organisation, à côté d'autres composants avec lesquels elle interagit et en fonction desquels elle « doit s'ajuster de façon permanente.....pour maintenir et développer l'entreprise. » [id. :43]

Pour les acteurs de la CP, celle-ci est « le produit d'une communauté dont les membres connaissent et pratiquent le même métier, observent le même ensemble de

rituels professionnels, partagent les mêmes valeurs socio-professionnelles et ont des buts communicatifs et non-communicatifs communs. » [7 :987]

2.2. Les objectifs de la CP

Ces objectifs, correspondant aux deux grandes formes de la CP - interne et externe - peuvent être définis en termes de compétences à acquérir/développer :

- *faire connaître*. C'est un objectif dont l'atteinte assure la connaissance de l'activité de l'entreprise par les salariés et sa notoriété à l'extérieur.
- *faire comprendre*. Il s'agit de définir la mission, les ambitions, la vision de l'entreprise et de créer, sur cette base, cette image-là de l'entreprise que cette dernière « souhaite diffuser auprès de ses publics. »
- *faire agir*. La communication avec et pour les clients de l'entreprise doit aboutir à déterminer un certain comportement de leur part, à savoir leur faire acheter les produits. [2 :36]

L'atteinte de chacun de ces objectifs exige certaines caractéristiques de la CP, qui découlent de ses paramètres.

2.3. Les paramètres de la CP

Ils ne diffèrent des paramètres de la communication ordinaire que par certaines caractéristiques dues au contexte organisationnel.

2.3.1. *le cadre spatio-temporel*, caractéristique de chaque entreprise, se définit par des éléments physiques concrets mais aussi et surtout par *le fonctionnement organisationnel*, c'est-à-dire par des règles (normes) à observer concernant le déroulement des activités, leur succession et leurs effets. Il s'agit d'un espace-temps standardisé(ou normalisé) dans lequel le déroulement des activités est planifié à l'avance et de façon définitive. Tout changement de leur ordre spatio-temporel peut entraîner des dysfonctionnements parfois graves.

2.3.2. *les participants à la CP* appartiennent à un même groupe ou sous-groupe professionnel (à l'intérieur de l'entreprise). Leur comportement communicatif est déterminé, suivant le contexte, ou bien par leurs attitudes individuelles ou bien par « les normes que leur dicte leur rôle au sein du groupe social auquel ils appartiennent. » [1 :37] Dans un contexte professionnel, c'est le comportement communicatif normé qui l'emporte presque toujours.

Quelques caractéristiques des participants à la CP doivent être relevées car elles influent directement sur leur comportement communicatif :

- les acteurs de la CP ont en commun un ensemble de valeurs fondamentales (intégrées à ou définissant la culture d'entreprise) auxquelles ils adhèrent au moment de l'intégration du groupe et qui leur imposent un comportement communicatif qu'ils ne manifestent pas en dehors de l'entreprise.

- ils essaient d'offrir une image de soi qui corresponde non seulement à l'idée qu'ils se font d'eux-mêmes mais qui soit consistante avec le rôle et la place détenus dans le groupe.
- l'attitude envers l'autre, déterminée hiérarchiquement à l'intérieur de l'organisation, doit être congruente au rapport de places instauré entre les participants à la CP. A l'extérieur de l'organisation, elle est déterminée par le statut de l'interlocuteur-concurrent ou partenaire- et par les normes de la communication externe.

Ces caractéristiques appartiennent à l'individu par le biais du rôle qui lui est assigné dans l'organisation. A la différence du monde social, dans le monde de l'organisation, les rôles-institutionnels aussi bien que situationnels- sont attribués par et dans le contexte et l'individu est tenu de se les approprier s'il veut appartenir au groupe professionnel que représente l'organisation visée.

Les rôles institutionnels, correspondant à la profession et à la fonction, sont issus du fonctionnement de l'organisation et sont les seuls à être reconnus et validés dans et par l'organisation. Ce n'est qu'en assumant son rôle institutionnel qu'un individu peut agir – y compris par la langue- au nom de l'entreprise, à l'intérieur comme à l'extérieur.

Les rôles situationnels (interactionnels) varient d'une situation de communication à l'autre mais ils sont influencés par les rôles institutionnels. Chaque rôle comporte *des prescriptions* et *des interdictions*.

Le prescrit, ce que le détenteur d'un rôle doit faire, ce que l'entreprise attend de lui se retrouve très clairement dans la fiche du poste- pour les rôles institutionnels- ou bien dans les normes de fonctionnement de la situation de communication – pour les rôles situationnels.

L'interdit, ce qui n'est pas permis au détenteur d'un rôle de faire, est mentionné dans le règlement intérieur – pour les rôles institutionnels- et de nouveau dans les normes de fonctionnement des situations de communication, pour les rôles situationnels.

Les rapports de places instaurés dans une situation de communication professionnelle observent les rapports instaurés entre les individus par leurs rôles institutionnels respectifs. Il s'agit de rapports fortement hiérarchisés, à côté desquels se manifestent aussi des rapports égalitaires, entre les individus se trouvant au même niveau hiérarchique.

Les rôles et les rapports de places déterminent *l'orientation* de la CP – de haut en bas ou de bas en haut- et *sa nature* : unilatérale, bilatérale, multilatérale.

2.3.3. L'orientation de la CP détermine le contenu du/des messages: la transmission de bas en haut de critiques, de remarques et de propositions concernant la qualité du travail ou son management est difficile sinon impossible si elle n'a pas été demandée par la hiérarchie.

De l'autre côté, la transmission de contenus sociaux ou intimes de haut en bas « pourrait atténuer la structure formelle de rôles de l'organisation » [3 : 120, n.t.] et

diminuer par cela l'autorité hiérarchique. Il y a donc dans l'entreprise certains thèmes et certains types de communication qui peuvent être abordés et d'autres qui sont interdits.

2.3.4. *Les canaux de la CP* sont plus divers et certains sont propres à l'entreprise, donc institutionnalisés et standardisés : intranet, visioconférence, boîte à idées, affichage, journal d'entreprise, etc.

2.3.5. *Les moyens de communication* sont hautement codifiés suivant :

- des normes générales à l'œuvre dans tous les domaines professionnels, telles les normes de la correspondance d'affaires
- des normes propres à l'organisation : celles concernant les rapports au travail, l'organisation de ce dernier, etc.
- des normes propres aux domaines de référence de l'organisation : marketing, financier, relations publiques, administration, etc.

Ces normes agissent dans la communication orale et dans la communication écrite, à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise.

2.3.6. *Les situations de communication* constituant le *noyau communicationnel* de l'organisation. Toute organisation a son histoire situationnelle : les situations de communication et la communication ont évolué en même temps que l'entreprise, certaines situations et formes de communication ont disparu car inefficaces, d'autres ont apparu. Mais, à travers cette histoire, il y a un ensemble de situations de communication qui ont survécu car indispensables au bon fonctionnement de l'entreprise et à sa réussite. Elles constituent le *noyau situationnel* de la CP. Ce sont, en principe, ces situations-là avec leurs activités communicatives propres et leurs structures d'actes de parole qui sont proposées par l'enseignement d'une langue à des fins professionnelles.

2.4. Les caractéristiques de la CP

A côté des caractéristiques qu'elle partage avec la communication ordinaire, la CP en a d'autres, issues des particularités de ses paramètres. Une synthèse des ouvrages étudiés (cf. *Références*) met en évidence les caractéristiques propres à la CP.

2.4.1. Par rapport au contexte,

- la CP est un phénomène institutionnel, conventionnel et contractuel, inscrit dans un environnement porteur de règles et de codes qui tendent à lui conférer une spécificité. Elle est centrée sur le dispositif de travail et détermine la prise de conscience de l'environnement de travail au sens large.
- la CP résulte d'une interdépendance au contexte d'action, entre les activités verbales et non-verbales, les activités verbales et les outils, entre les différents modes de représentation de la réalité que sont la parole, les écrits, les chiffres, les tableaux, les graphiques, les maquettes, etc.

- la CP est pensée en termes d'interactions et d'interactivité ancrées dans un contexte qui influe sur ce que dit le locuteur et sur la manière dont il le dit
- la CP privilégie l'aspect collectif et collaboratif du travail, étant planifiée et structurée indépendamment des volontés et des intérêts des acteurs.

2.4.2. Par rapport à ses participants,

- la CP attribue à l'individu une *identité professionnelle* qui tend à neutraliser la subjectivité et qui l'oblige à se conformer aux règles de la profession
- la CP est imposée par le monde professionnel pour des fins presque exclusivement fonctionnelles pour permettre l'échange entre des pairs.
- la CP est un instrument dont seul le bon maniement garantit l'intégration, en tant que sujet à part entière, dans le monde de l'organisation
- l'appartenance à une communauté professionnelle et l'appropriation des règles et des formes de la CP relèvent d'un *processus conscient* résultant de l'engagement professionnel de l'individu.
- dans la communauté professionnelle, tout est imposé de l'extérieur (de l'individu): le rôle, la fonction, le statut qui fixent l'individu dans une position qui ne laisse que très peu de place à son rôle originel
- la CP privilégie les relations objectives, référentielles au détriment des relations subjectives, qui ne peuvent pas quand même être exclues.
- la CP peut être *unilatérale* (un seul participant émet un message), *bilatérale* (les rôles de locuteur et d'interlocuteur sont assurés par les deux participants) ou *multilatérale* (plusieurs participants assument les rôles d'émetteur et de récepteur)

2.4.3. Par rapport au message,

- dans la CP, la dimension référentielle l'emporte sur la dimension individuelle
- la CP véhicule une culture d'entreprise et varie suivant le changement de la culture managériale
- la CP détermine une interaction dialogale qui hiérarchise l'information en fonction du degré d'importance que celle-ci présente
- le contenu du message détermine l'orientation de la CP: les messages circulant de haut en bas « concernent des demandes d'informations de routine, des instructions générales de fonctionnement et des directives de politique générale » [1 :137] ; les messages circulant de bas en haut « concernent les informations de routine nécessaires aux différents niveaux de l'entreprise pour travailler. » [1 :136]

2.4.4. Par rapport aux codes et aux moyens de la CP,

- la CP est régie par des lois correspondant aux rituels langagiers ordinaires
- la CP est le produit d'une communauté professionnelle appelée aussi communauté discursive, caractérisée non seulement par un lexique spécialisé

mais aussi par des genres de texte et types de discours spécifiques et renvoie à une activité de production et de reconnaissance de ces formes.

- la CP dispose d'une variété de moyens de communication dont certains lui appartiennent en propre (cf. supra)

2.4.5. Par rapport aux canaux,

- la CP se caractérise par **la multicanalité**:
 - elle fait intervenir, en même temps, la voix, la posture, le traitement de texte, des enregistrements sur répondeur téléphonique, la lecture sur l'écran,
 - elle diversifie les prises de parole,
 - elle favorise l'interpénétration des espaces professionnel et privé.

2.4.6. Quelque schématique ou incomplète qu'elle soit, cette description met en évidence la complexité de la CP, la diversité des approches théoriques adoptées pour son étude et l'absence, de ces études, d'une préoccupation pour l'aspect linguistique de la CP. Cette description nous permet de réaliser un modèle de la CP dans lequel insérer les différentes formes- orales et écrites- de la CP correspondant aux sous-domaines d'activité de l'entreprise : comptabilité, production, recherche, administration, etc. Mais, pour y arriver, les seules compétences de l'enseignant en langue ne suffisent pas. Elles doivent rejoindre celles du spécialiste du domaine de référence.

3. Enseigner la CP à des non-spécialistes de la langue

3.1. Les conditions actuelles de la pratique des métiers mettent en évidence l'importance accrue de la CP.

La description ci-dessus fait comprendre que le monde du travail d'aujourd'hui se caractérise par deux phénomènes se déterminant réciproquement : d'un côté, les compétences en langue (maternelle et/ou étrangère) qui sont une condition pour accéder à un emploi et, de l'autre côté, le travail effectif dans l'organisation qui se réalise non seulement par l'interaction activité pratique-activité langagière mais aussi en remplaçant l'activité pratique par l'activité langagière. Pour élaborer un programme d'enseignement d'une langue à des fins professionnelles (le français dans notre cas), l'enseignant doit répondre à au moins deux questions: *pourquoi ?* et *quoi ?*

3.1.1. Pourquoi? En effet, pourquoi apprendre une langue étrangère quand on se prépare à devenir économiste, ingénieur, médecin, etc.?

Répondre qu'on l'apprend pour avoir accès à l'information de spécialité ou pour travailler à l'étranger ou dans une multinationale dans son pays ne suffit pas.

Dans le premier cas, l'enseignant de langue doit connaître et avoir accès aux sources d'information : les genres et types de textes et de discours propres au domaine de référence. Sa tâche consistera à développer aux apprenants les compétences de

compréhension écrite (lexique de spécialité, phraséologie, grammaire du texte, caractéristiques discursives) et d'expression écrite (prise de notes, résumé, synthèse, rapport, fiche de lecture).

Dans le second cas, la tâche de l'enseignant devient beaucoup plus compliquée et, parfois, même impossible à être menée à bonne fin. Préparer de façon efficace un individu pour un emploi futur implique la connaissance des tâches (langagières dans notre cas) qu'il aura à accomplir, de l'environnement dans lequel il travaillera, des caractéristiques de la CP promue par l'entreprise concernée. Or, il est évident que, dans l'état actuel des choses, ni l'établissement d'enseignement, ni l'enseignant de langue, ni l'apprenant ne peuvent détenir, à l'avance et de façon pertinente, ces connaissances. En leur absence, la question portant sur l'aspect le plus controversé de l'enseignement des langues étrangères à des non-spécialistes de la langue, *le contenu*, trouvera difficilement une réponse adéquate.

3.1.2. Quoi? Il est difficile d'établir le(s) contenu(s) curriculaire(s) si l'on ignore les besoins de formation en langue à satisfaire.

Deux orientations se sont manifestées par rapport à la (non-)prise en considération des besoins spécifiques des futurs professionnels :

- Ignorer ces besoins et élaborer un curriculum de français général, en s'appuyant sur une tradition de l'enseignement/apprentissage des langues conformément à laquelle la bonne maîtrise de la langue générale suffit pour avoir accès à et comprendre les langues spécialisées dont la spécificité se voit réduite au lexique.

Une variante récente de cette orientation concerne l'enseignement du français sur objectifs universitaires qui prépare à la compréhension/expression écrites et orales des différents discours et textes caractéristiques d'un domaine disciplinaire et fournit, par cela, aux apprenants les moyens d'accès aux informations de spécialité.

- Identifier ces besoins spécifiques et élaborer des curricula censés les satisfaire.

Pour les raisons évoquées sous 3.1.1., dans la plupart des situations d'enseignement/apprentissage, il ne s'agit pas en fait des *vrais* besoins spécifiques mais des besoins *supposés* spécifiques pour la formation en langue dans tel ou tel domaine de référence.

Cette orientation s'est développée à partir du dix-neuvième siècle, et même bien avant, avec la rédaction des manuels à l'intention des commerçants. Elle s'est renouvelée dans les années soixante du dernier siècle grâce au français scientifique et technique enseigné aux spécialistes étrangers pour satisfaire leurs besoins de documentation dans la spécialité.

Une variété de français s'est ainsi développée au fil des années (français fonctionnel, de spécialité, spécialisé, à visée professionnelle, sur objectifs spécifiques, professionnel) accompagnée de différentes méthodologies adaptées, chacune, à l'une ou l'autre de ces déclinaisons et qui témoignent « en fait de l'évolution d'une approche

« systémique centrée sur les caractéristiques de structure du français de spécialité vers une approche contextualisée, centrée sur le fonctionnement du système en situation de communication professionnelle. » [7 : 983]

Ces différentes déclinaisons du français témoignent aussi de la complexification du contenu de l'enseignement : au contenu lexical s'est ajouté le contenu phrastique et ensuite *le contenu* situationnel: les activités communicatives caractéristiques de certaines situations de communication professionnelles avec les actes de parole correspondants et les formes textuelles et discursives appropriées. Cette approche de la CP, par le biais des situations de communication le plus généralement rencontrées dans les entreprises, assure une formation en langue à visée professionnelle : l'apprenant devra adapter les savoirs et les savoir-faire acquis aux situations concrètes auxquelles il participera sur son lieu de travail. Nous sommes encore loin de la satisfaction des besoins spécifiques en langue des spécialistes.

En fait, il n'y a qu'une seule situation d'enseignement/apprentissage où les besoins spécifiques peuvent être satisfaits : l'enseignement sur objectifs spécifiques. Dans ce cas, l'entreprise rédige un cahier des charges qui précise les compétences en langue dont un individu a besoin pour occuper un poste. C'est le seul type d'enseignement efficace dans le cas d'une langue spécialisée mais, malheureusement, il ne peut pas être pratiqué dans les établissements d'enseignement supérieur faute de collaboration- à cet égard- avec les entreprises. En l'absence d'un inventaire précis de tâches langagières requises pour tel ou tel poste – que seul la coopération enseignement-entreprise pourrait résoudre-, la formation en langue ne pourra pas dépasser le niveau de l'orientation générale.

4. Conclusion

Si l'on prend en considération tous les aspects présentés, les enseignants et les didacticiens des langues devraient réfléchir à certaines mesures censées améliorer la qualité et les résultats de la pratique enseignante:

- étudier les particularités de la communication professionnelle en termes de formes linguistiques, discursives, interactionnelles et de verbalisation (= représentation d'une activité pratique par des activités communicatives)
- articuler les trois pôles nécessaires pour la formation à l'exercice des professions : les aspects langagiers et linguistiques, les activités de travail, communes et/ou particulières aux différents domaines et sous-domaines et la pratique effective du métier. [4, passim]
- élaborer des programmes d'étude de la communication professionnelle
- assurer une formation minimale dans le domaine de référence pour les enseignants de langue.

Il résulte, de ce que nous venons de présenter, que l'enseignement/apprentissage d'une langue étrangère à visée professionnelle doit s'appuyer de plus en plus sur la connaissance de la réalité du terrain, c'est-à-dire de la communication professionnelle telle qu'elle se manifeste sur le lieu de travail et non pas telle qu'elle apparaît dans les études théoriques. Il est évident que la programmation didactique doit se rapporter aux activités communicatives déployées prioritairement dans un domaine visé et établir les contenus d'enseignement/apprentissage en fonction des différentes compétences auxquelles renvoient ces activités.

A cet effet, on pourrait valoriser, au moins dans un premier temps, les référentiels universitaires concernant les habiletés et compétences préférentielles à faire acquérir aux étudiants à différents niveaux de leur formation, auxquels joindre les référentiels des métiers, s'ils existent.

Vu les particularités de chaque domaine d'activité non seulement au point de vue des activités pratiques mais aussi au point de vue des moyens de communication, le champ de recherche s'avère très offrant pour les théoriciens et surtout pour les enseignants qui visent l'efficacité de l'enseignement dispensé. [7 : 990-991]

Références bibliographiques

1. Eldin, F., 1998. *Le management de la communication. De la communication personnelle à la communication d'entreprise*, Paris, Harmattan
2. Libaert, Th., 2009. *Introduction à la communication*, Paris, Dunod
3. Mcquail, D., 1999. *Comunicarea*. Iași, Institutul European
4. Mourlhon-Dallies, F., 2007. *Enseigner une langue à des fins professionnelles*. Paris, Didier
5. Mucchielli, A., 2002. *La communication interne. Les clés d'un renouvellement*. Paris, Armand Colin
6. Păuș, V.A., 2006. *Comunicare și resurse umane*. Iași, Polirom
7. Stoean, C.-Șt., 2009. "L'audit de la communication professionnelle. De la pratique à la théorie." in *Probleme actuale de lingvistică, glotodidactică și știință literară*, Chișinău, Centrul editorial-poligrafic al USM, ISBN 978-9975-70-952-1