

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Les valeurs au coeur de l'innovation, pour une ouverture vers le monde

Collard, Anne-Sophie; Klein, Annabelle; Lahaye, Anne-Catherine; Rigaux, Natalie; Tirtiaux, Johan

Published in:

Actes du 29ème Congrès de l'Association Internationale de Pédagogie Universitaire (AIPU)

Publication date:

2016

Document Version

le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):

Collard, A-S, Klein, A, Lahaye, A-C, Rigaux, N & Tirtiaux, J 2016, Les valeurs au coeur de l'innovation, pour une ouverture vers le monde. dans *Actes du 29ème Congrès de l'Association Internationale de Pédagogie Universitaire (AIPU)*.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Les valeurs au coeur de l'innovation, pour une ouverture vers le monde de la communication

Anne-Sophie Collard, Annabelle Klein, Anne-Catherine Lahaye, Natalie Rigaux, Johan Tirtiaux

Le point de départ de la démarche pédagogique présentée est un diagnostic posé sur les enseignements, la perception des étudiants, leurs difficultés et attentes liées au monde professionnel. Face au constat d'études en communication à l'identité et la finalité floues, d'un cloisonnement des enseignements et des liaisons non aisées entre théories et pratiques, des réponses pédagogiques ont été proposées dans le bachelier en information et communication de l'UNamur. Deux d'entre-elles, appuyées sur une collaboration avec le monde professionnel (Brémaud & Boisclair, 2012), sont présentées ici.

Les valeurs sous-jacentes aux dispositifs présentés s'articulent autour de cinq axes : une *responsabilité académique* quant à l'avenir des étudiants d'une orientation aux débouchés incertains ; le *sens des études*, parfois fragile (cf. Vermandele et al., 2010) ; l'apprentissage *actif* de savoirs, savoir-faire et savoir-penser (critiques), dans un monde aux enjeux de communication omniprésents ; la valeur du *collectif* mise au centre du travail des enseignants et des étudiants ; et *l'innovation*, non comme but en soi, mais comme ajustement aux évolutions sociétales et au monde étudiant (cf. Peraya & Bonfils, 2012).

1. Un projet de communication commandité

Le premier dispositif présenté repose sur un dialogue entre les théories et les pratiques de communication au sein des entreprises. Dépassant les études de cas classiques, la démarche du cours de *Communication d'entreprise* est professionnalisante, responsabilisante et complexe sur le plan des compétences à mobiliser. Le cours s'appuie sur une collaboration avec une entreprise autour d'un projet en communication. Il vise une meilleure intégration des apprentissages par une alternance entre apports théoriques et une immersion dans les réalités et contraintes d'une entreprise commanditaire. L'accent est mis sur la complémentarité entre les étudiants en communication d'entreprise et en gestion, placés dans une logique collaborative comparable à des situations de communication interne en entreprise. Ce processus est nourri sur le plan théorique par une appropriation d'articles scientifiques par les étudiants, invités à identifier des liens pertinents avec le projet. Un livrable écrit collectif est réalisé autour de recommandations. Le travail se clôture par un jury lors duquel les étudiants présentent au commanditaire la synthèse de leurs démarches et leurs recommandations de communication.

Une autre originalité du projet tient à son caractère pluridisciplinaire. Le dispositif se prolonge en effet au sein du cours *Sémiotique*. L'objectif de ce cours est de comprendre les processus de signification au sein de dispositifs de communication. L'enjeu est de conscientiser, de façon critique, les représentations et valeurs véhiculées par la communication. Sans un effort d'appropriation, les concepts enseignés peuvent apparaître abstraits, complexes et détachés des réalités professionnelles. A partir des résultats du

projet réalisé en *Communication d'entreprise* et des approches théoriques du cours, les étudiants conçoivent une maquette (i.e. d'une affiche) susceptible d'être transmise à un graphiste pour réalisation. Ils travaillent en sous-groupes et sont mis en concurrence comme des agences de communication répondant à un appel d'offre. Lors de la dernière séance, les maquettes sont présentées au commanditaire.

Ce double projet a été évalué depuis 2014-2015. Il est jugé intéressant par l'ensemble des étudiants. Ils apprécient la réalisation de tâches proches d'une situation professionnelle, la possibilité d'appliquer les acquis théoriques, la collaboration avec « un vrai client » et l'aboutissement à une réalisation concrète. Ils aiment également le travail avec les étudiants d'une autre orientation. Concernant le volet *Sémiotique*, les étudiants valorisent la dimension de créativité liée au travail de production d'un objet de communication et la compréhension ainsi facilitée d'un cours jugé très théorique. Enfin, les étudiants reconnaissent le caractère pluridisciplinaire du projet. Faire varier leur regard théorique sur un même objet, au travers des deux volets, est considéré comme un plus par la quasi-totalité d'entre eux.

2. Jury de stage et problématisation

Un second dispositif d'articulation avec le monde professionnel concerne les stages. Leur objectif est double : intégrer une dose de pratique professionnelle dès le bachelier universitaire, mais également en faire une activité d'intégration des apprentissages (Roegiers, 2000), via un travail de problématisation. La problématisation est un « *processus multidimensionnel impliquant position, construction et résolution de problèmes* » (Fabre, 2009 : 28). La compétence visée consiste à questionner et analyser un phénomène complexe de façon critique en mobilisant les outils théoriques pertinents. Un jury a été associé à ce stage comme épreuve finale intégrée : les étudiants présentent leur expérience du stage et leur problématique devant un public composé des enseignants de la filière et de professionnels de la communication. Cela permet de faire évoluer la collaboration avec les professionnels. De « pourvoyeurs de stage » (Pentouceau, 2012), ils deviennent davantage acteurs du dispositif pédagogique. Ces présentations devant jury ont en outre pour originalité de mobiliser l'enseignement en langues : néerlandais ou allemand, anglais et français.

Depuis 2013-2014, ce dispositif est évalué auprès des étudiants via un questionnaire et des focus groupes. Le volet problématisation est très apprécié. Les étudiants considèrent très majoritairement qu'il favorise le recul critique, pousse à s'interroger en profondeur sur certaines dimensions du stage et à mieux comprendre les réalités observées. Enfin, ce travail est vécu comme un défi intellectuel, un « mini mémoire » dont ils sont fiers. Le jury est également très apprécié. Il constitue une forme de rite de passage (Van Genneep, 1981). Symboliquement, les étudiants quittent le stade d'étudiant de premier cycle et sont aptes à s'orienter vers un master.

L'évaluation a toutefois révélé certaines difficultés. La première année, 15 étudiants (/18) considéraient qu'il s'agissait d'un exercice difficile. Plusieurs éléments étaient pointés : trouver un objet pertinent, un angle théorique, de la littérature... Afin de renforcer

l'encadrement et la préparation de la problématisation, le cours *Individu et société* est devenu le « *sas de problématisation* » (Besson, Collin & Hahn, 2004). Les améliorations ont été ressenties à divers niveaux : préparation du travail plus en amont, recueil d'éléments empiriques lors du stage (observations, entretiens, statistiques...) et élaboration d'une méthodologie scientifique. Permettre aux étudiants de faire une première expérience professionnelle sans rien lâcher sur les exigences d'une réflexivité critique suppose en effet un processus d'ajustement continu.

Références

Besson M., Collin B. & Hahn C. (2004) L'alternance dans l'enseignement supérieur au management. *Revue française de gestion*, 4(151), p. 69-80.

Brémaud L. & Boisclair M. (2012). Pédagogie universitaire et partenariat université-entreprise : enjeux, écueils, perspectives. *Revue internationale de pédagogie de l'enseignement supérieur*, 28-1.

Fabre M. (2009). Qu'est-ce que problématiser ?, *Recherches en éducation*, 6, p. 22-36

Pentouceau H. (2012), L'alternance dans une formation professionnelle universitaire. De l'idéal épistémologique aux contradictions pédagogiques. *Revue internationale de pédagogie de l'enseignement supérieur*, 28-1

Peraya D. & Bonfils P. (2012). Nouveaux dispositifs médiatiques : comportements et usages émergents. *Distances et médiations des savoirs. Distance and Mediation of Knowledge*, 1(1).

Roegiers X. (2000). *Une pédagogie de l'intégration*. De Boeck : Bruxelles.

Van Gennep A. (1981). *Les rites de passage*. Paris.

Vermandele C., Plaign C., Dupriez V., Maroy C., Campenhoudt M. V. & Lafontaine D. (2010). Profil des étudiants entamant des études universitaires et analyse des choix d'études. *Les Cahiers de Recherche en Education et Formation*, 78.