

# 10 Principes

Pour le professeur enseignant  
« Information et communication »,  
« Communication et gestion des ressources humaines ».

- *Un positionnement technologique, entre sciences humaines et pratiques des organisations*

Deux disciplines nouvelles, qui puisent dans les sciences humaines et les pratiques organisationnelles.

Des changements profonds au niveau des objectifs et des contenus renouvelés.

Il est important d'appréhender ces programmes avec un œil neuf. Ils sont présentés en trois parties:

- les objectifs généraux;
- un tableau composé de 3 colonnes : thème, sens et portée de l'étude, notions;
- les indications complémentaires.

Il convient de le lire dans son intégralité. Tout est important, les indications complémentaires ne doivent pas être négligées: elles sont porteuses de l'esprit du programme, elles fournissent les indications qui aident à sa compréhension, elles expliquent précisément les stratégies pédagogiques préconisées, les supports possibles. Nous verrons tout au long de cet exposé que tout concourt pour que le document d'accompagnement soit parfaitement connu des enseignants.

- *Dix principes*

Les programmes s'intéressent à l'individu, à ses comportements, à ses relations avec les autres acteurs de l'organisation. Ils s'ouvrent donc à des champs nouveaux et surtout sensibles du fait de la diversité des approches possibles et parce qu'ils s'adressent à des publics jeunes.

Il est donc très important que les 10 principes qui suivent, qui explicitent les intentions et les choix opérés par le programme, soient largement diffusés et respectés par les professeurs qui auront la charge de ces enseignements.

## Principe 1

**Pour la poursuite d'études, le bac technologique**

**Pour l'insertion professionnelle, le bac professionnel**

Le baccalauréat technologique COM-GRH n'a pas pour vocation spécifique de former des secrétaires.

Derrière cette affirmation, un peu brutale, deux idées qu'il semble nécessaire de réaffirmer pour cette spécialité :

- Pas d'insertion professionnelle directe.

Le baccalauréat COM-GRH, comme tout bac de la série STG est technologique. Il a pour objectif de former des jeunes qui vont poursuivre leurs études. La professionnalisation s'opère après le bac pour ceux qui choisissent les sections de techniciens supérieurs. Le baccalauréat STG ne prépare directement à aucun métier.

- Pas de spécialisation dans le secrétariat.

Le baccalauréat COM-GRH permet une diversité de poursuites d'études. Il n'est pas spécialisé sur la formation de futures assistantes. Il s'ouvre sur des poursuites d'études supérieures préparant aux BTS et aux DUT relevant du domaine de la communication, de la gestion administrative, de la gestion des ressources humaines, de la gestion des petites et moyennes entreprises, de la communication des entreprises et des organisations mais aussi vers les cursus universitaires de l'administration des organisations, des sciences de l'information et de la communication.

Il faut absolument éviter la confusion avec le baccalauréat professionnel secrétariat, confusion qui perturbe l'orientation et a un impact sur l'esprit de l'enseignement.

## **Principe 2**

### **Les fondements scientifiques : Priorité aux NOTIONS**

Le positionnement technologique du baccalauréat se traduit par des programmes de spécialité exprimés en notions et contenus à construire. Dans cet esprit, plusieurs idées doivent être retenues :

L'écriture du programme marque la fin d'une approche en termes de compétences (réservée à l'enseignement professionnel).

La 3<sup>e</sup> colonne du programme cite clairement toutes les notions qui doivent être acquises par les élèves (toutes : pas plus, pas moins). Il est important que les élèves les maîtrisent car elles seront évaluées au baccalauréat

Les notions du programme prennent du sens par leur mise en œuvre dans le contexte des organisations.

On enseigne aux élèves les notions du programme mais non les théories dont elles sont issues.

Cependant les professeurs doivent connaître les théories de référence qui contribuent à relier les notions du programme entre elles.

## **Principe 3**

### **Tout le programme, rien que le programme**

Les champs des disciplines de référence sont larges (Ex les sciences de la communication et de l'information). Des choix ont été faits par le GEPS et ont été validés. Le programme est ambitieux. Il ne faut donc pas aller au-delà de ce qui est indiqué dans le programme mais il faut connaître tout le programme qui ne se limite pas aux tableaux en trois colonnes. Il est indispensable d'éviter les dérives, les égarements, les surcharges.

Les indications complémentaires du programme anticipent certains risques en offrant un cadrage auquel il faut se référer. Exemple: prise en compte d'un public jeune, influençable, dont l'esprit critique n'est pas encore suffisamment développé

Il faut se méfier d'une tendance à introduire des notions relevant de champs auxquels on s'est intéressé relevant d'une autre approche des domaines étudiés mais qui ne sont pas au programme. Exemples: la sociologie, la sémiologie.

## **Principe 4**

**Ni psycho, ni socio, ni psycho socio,**

**Juste des notions empruntées à la psychologie sociale.**

Le programme, pour la partie relative au comportement de l'individu, indique que cette étude permet de mettre en place un ensemble de notions empruntées à la psychologie sociale afin de les mobiliser dans les enseignements de communication ou de marketing en première et terminale. Cette approche doit rester simple. Il s'agit d'enseigner les notions de base et non d'un enseignement autonome de psychosociologie.

Certains, du fait de leur culture personnelle, peuvent être tentés par une approche plus sociologique ou psychologique, approches qui peuvent être légitimes. Mais rappelons que des choix ont été faits, en fonction d'objectifs globaux d'apprentissage, du degré de maturité des élèves et du temps imparti ; ces choix ont été approuvés dans une procédure de consultation et ils s'imposent désormais dans le cadre du programme.

## **Principe 5**

**Les organisations : des références, pas des modèles.**

Dans le domaine de la gestion, l'acquisition des notions des sciences de la communication, de l'information et de l'organisation et leur mobilisation doivent prendre pour référence les organisations. La variété des organisations permet de montrer aux élèves qu'il n'y a pas de pratique unifiée.

L'adoption de pratiques par des organisations ne suffit pas à leur conférer la légitimité qui permettrait d'ériger ces pratiques en modèles :

Certaines pratiques, généralisées, sont scientifiquement infondées. Exemples : graphologie, PNL...

Les organisations sont sensibles aux phénomènes de modes, issus de cabinets de consultants et d'auteurs à succès, qui sont aussi un axe d'évolution de pratiques adoptées puis abandonnées. Exemples: méthodes de motivation (stages de survie), les clés de l'excellence,...

## **Principe 6**

**Attention aux pseudosciences ... et aux sectes**

Quelques champs (comportement des individus, communication) peuvent être particulièrement exposés à des approches sans fondement scientifique, popularisées par une presse de vulgarisation ou des cabinets de consultants plus ou moins scrupuleux.

Les auteurs de ces pseudo-théories leur attribuent des noms qui leur donnent un enrobage scientifique: programmation neuro-linguistique, psychomorphologie, morphogestuelle, synergologie... Le succès de certaines dans les organisations leur confère un statut (PNL). Il faut garder à l'esprit que ces pseudosciences sont porteuses d'intentions contradictoires avec les valeurs de l'éducation nationale, telles que la manipulation, la normalisation comportementale, voire le racisme.

Certaines de ces pseudosciences ont été récupérées par des sectes (la PNL, par exemple) qui tentent de s'infiltrer dans les formations, en particulier de développement personnel. (Voir le rapport de la mission interministérielle de lutte contre les sectes, publié à la documentation française, du Ministère de la jeunesse et des sports « Penser le risque sectaire » et la circulaire n°2002-120 parue au BO du 6 juin 2002).

Notre déontologie doit être totale sur ces questions et nos références scientifiquement validées.

## **Principe 7**

### **La diversité des sources : validation et sélection**

La diversité des sources est recommandée (revues, ouvrages, Internet, films...), mais il est important de vérifier l'exactitude des informations, de s'assurer de leur validité scientifique. Il est tout aussi important de sélectionner les informations pouvant être mises à portée de nos élèves.

## **Principe 8**

### **Les pratiques pédagogiques : rien de systématique**

Même si, dans le programme, des recommandations pédagogiques proposent de passer par l'observation puis l'analyse et ensuite la conceptualisation, cette démarche pédagogique ne doit pas être systématisée. Toutes les autres démarches pédagogiques : déductives, expositives, pédagogie de l'action (dont la pratique d'activités) peuvent être mises en oeuvre quand le thème s'y prête.

Ce choix relève de la liberté pédagogique du professeur, fondée par sa compétence.

## **Principe 9**

### **L'étude des comportements : ni norme, ni jugement, ni prescription.**

L'objectif du programme n'est pas de changer, ni de normaliser le comportement des élèves. Nous leur apportons des outils pour analyser des phénomènes sociaux ou de communication extérieurs à eux ; nous ne les jugeons, ni ne les conseillons jamais sur eux-mêmes.

## **Principe 10**

### **RIGUEUR SCIENTIFIQUE, ACCESSIBILITÉ, ATTRACTIVITÉ**

Les programmes de 1<sup>ère</sup> et de terminale doivent être traités avec rigueur scientifique. Celle-ci ne s'oppose ni à l'accessibilité des contenus pour les élèves ni à l'intérêt que peuvent susciter les exemples, les cas et les méthodes pédagogiques.

Le CR-COM propose des ressources qui mettent en œuvre des démarches diverses (analyses filmiques, reportages, études de cas, jeux de rôles) qui démontrent la faisabilité de cette ambition.

\* \* \*