

LA VULGARISATION TECHNIQUE DANS L'ENTREPRISE

NADA KERPAN
SERVICES LINGUISTIQUES, BELL CANADA

GÉNÉRALITÉS

Définition

La communication technique vise à "rendre une information technique complexe accessible à un public profane"; elle est "toujours conçue en vue d'une action à entreprendre ou d'une tâche à exécuter dans l'utilisation d'un produit technique" et sa fonction essentielle est d'"enseigner, c'est-à-dire de susciter chez les consommateurs les comportements voulus pour leur permettre de tirer parti d'une technologie..."¹

Toutefois, il ne faut pas restreindre ici le sens de communication ou vulgarisation technique à un public-cible strictement commercial ou consommateur. Dans l'entreprise, la communication technique se présente, certes, comme un processus d'information spécialisée dont la finalité est le client. Cependant, elle se pratique largement entre groupes internes, soit pour la réalisation d'un produit ou service - par exemple, le circuit d'information (non nécessairement linéaire) constitué par l'ingénierie, la production, la planification et les ventes, soit pour les besoins de l'exploitation générale de l'entreprise - par exemple, en télécommunications, la vulgarisation du fonctionnement d'autocommutateurs pour le personnel des centraux publics ou encore la vulgarisation des

principes de mécanique pour l'entretien du parc de véhicules de l'entreprise.

La communication technique dans l'entreprise est indubitablement une fonction de fond, continue, quasi omniprésente et surtout foisonnante en notre ère technologique et à notre époque de forte concurrence.

Supports

Si elle emprunte le plus souvent le support de l'écrit, elle s'exerce aussi en situation orale. La formation ou même les séances de travail des personnels spécialisés constituent des moments effectifs de vulgarisation technique.

Sous quelle forme concrète se présente cette communication technique ? En ce qui touche la diffusion externe, elle consiste notamment en guides, notices technique et catalogues - le tout étant destiné à la clientèle ou au grand public et pouvant être désigné sous l'appellation de "documentation commerciale"; à l'occasion, elle est une documentation de vulgarisation préparée à l'intention expresse d'écoles primaires et secondaires - cas, par exemple, des entreprises de services publics. À l'interne, elle prend la forme d'instructions techniques, de cours et de condensés établis pour les besoins d'équipes et de personnels divers.

Langues

Cette vulgarisation se fait, pour une très large part, en anglais, les États-Unis constituant une source - directe ou indirecte - des plus importante en la matière. Les travaux actuels de traduction - qu'il

s'agisse de la traduction de guides destinés à la clientèle ou de documents techniques à usage interne - illustrent éloquemment cet état de choses. Toutefois, le français compte une certaine activité dans ce domaine. À Hydro-Québec, c'est connu, le français est et reste la langue de communication technique. IBM, de son côté, rédige ou adapte en français les cours et méthodes nécessaires à l'exploitation de son usine de Bromont. À Bell, la documentation du service télématique Alex ou celle de certains systèmes informatiques d'exploitation téléphonique, par exemple, est développée en français.

QUALITÉ DE LA VULGARISATION TECHNIQUE

La qualité de la vulgarisation technique se mesure à sa lisibilité. Cette lisibilité ou lecture du message dépend de la structure même de l'information, de sa forme linguistique, voire de sa présentation graphique (ce dernier élément se révélant de plus en plus important, aux yeux de l'entreprise, dans le cas des publications tant internes que commerciales). À l'heure actuelle, la communication technique sait être excellente mais peut aussi être de qualité moyenne, médiocre ou carrément mauvaise. On n'a qu'à songer à ce qui peut nous être servi sous forme de modes d'emploi ou encore à certains documents technique internes.

Documentation externe

Dans la grande entreprise, à tout le moins, la documentation externe - guides, notices techniques, catalogues - est régie par le principe selon lequel toute communication, avec le public ou avec la clientèle, doit être de haute tenue. Intégralement inscrite dans

la dynamique commerciale, l'information externe est de plus en plus considérée comme un élément clé du succès du produit. IBM, par exemple - dont une forte part de la documentation commerciale est conçue aux États-Unis - va jusqu'à soumettre les documents prévus pour la clientèle à des tests en laboratoire, ces tests étant pratiqués auprès d'utilisateurs représentant le consommateur moyen. De même, les Recherches Bell-Northern établissent, pour le lancement de produits nouveaux d'envergure, un cheminement critique d'élaboration de la documentation qui compte, entre autres étapes, des essais de la documentation anglaise ou française.

Sans être généralisé, ou appliqué à tous les produits ou encore effectué de manière aussi scientifique, le prétest de la documentation commerciale gagne du terrain et, du même coup, pose les conditions de base à une réelle fonctionnalité des publications commerciales. Malgré l'objectif bien avoué de qualité, l'information commerciale de l'entreprise n'est pas nécessairement de qualité soutenue. Si la très grande entreprise a les moyens de son objectif, la moyenne et petite entreprise est plus vulnérable sous ce rapport. Mais, quelles que soient la documentation et la taille de l'entreprise, les utilisateurs que nous sommes restent encore trop souvent confrontés à des messages brouillés, à une langue générale vacillante, à une langue de spécialité confuse, multiple ou désordonnée.

Documentation interne

Échappant à la règle de la qualité totale en matière de documentation (puisque l'image de marque n'est pas ici directement en cause quoique l'efficacité, elle, le soit), la vulgarisation interne présente les degrés les plus divers de qualité. Non seulement les

infractions à la langue sont légion, mais l'objectif même de communication semble, trop de fois, négligé ou omis. Quoique des cours de langue soient dispensés ou offerts au personnel, notamment dans la grande entreprise, la vulgarisation écrite comporte encore des lacunes étonnantes (mais l'on constate chez les Français de l'Hexagone également de singulières défaillances sous ce rapport !). Quant à la vulgarisation orale, elle est encore plus marquée de failles, faiblesses attribuables, entre autres, à un manque de maîtrise de l'expression parlée. Si la lisibilité doit être une donnée normale de toute documentation, la perception et la réalisation de cet objectif restent, dans l'entreprise, aléatoires et problématiques.

ÉLÉMENTS À L'ORIGINE DE LA NON-QUALITÉ DE LA VULGARISATION TECHNIQUE

Comment expliquer cette non-qualité de la vulgarisation technique ? Parmi les causes, certaines sont liées à l'individu, d'autres sont d'ordre organisationnel. Cependant, c'est moins la documentation externe qu'on peut prendre en flagrant délit d'illisibilité que les produits de communication technique interne.

Éléments liés à l'individu

Pour étrange que cela paraisse, l'absence de rigueur est l'un des éléments le plus souvent observés en ce qui touche le traitement de l'information technique. Toute notre époque, il est vrai, est taxée d'un manque de rigueur intellectuelle ainsi que d'un manque de formation générale et, dans le domaine technique, de telles lacunes deviennent vite apparentes. En effet,

pour s'acquitter de fonctions aussi essentielles, abstraites et astreignantes que l'analyse, la synthèse et la formulation structurée d'une information complexe, l'esprit doit être formé et rompu à un tel exercice.

Par ailleurs, même si nul ne peut prétendre à une maîtrise complète de son propre domaine professionnel, les spécialistes d'entreprise ne sont pas nécessairement des experts confirmés, étant assez souvent formés sur le tas. Un manque de formation technique générale ou de base, des formations fragmentaires et trop partielles s'avèrent des éléments qui nuisent considérablement à une production efficace d'information technique. Pour la réalisation d'un projet ou d'une fonction, l'entreprise sait mettre en commun ses ressources intellectuelles et ses talents les plus divers; là réside sa force mais une mosaïque de compétences professionnelles incomplètes est cause de faiblesses. Peut-être l'entreprise fait-elle, elle-même, erreur dans ses affectations et peut-être n'est-elle pas suffisamment exigeante lors du recrutement ?

À ces aspects s'ajoute, de toute évidence, une insuffisance ou une absence de formation à l'expression écrite et orale. Jusqu'ici, l'entreprise a eu tendance à croire que tout cadre ou tout professionnel pouvait être rédacteur ou communicateur. Aussi lui confie-t-elle, en même temps qu'une mission technique, l'opération même de vulgarisation, sans s'assurer, au préalable, de sa formation ou de ses aptitudes réelles à une activité aussi complexe.

Dans l'esprit de l'entreprise, il est acquis que le personnel fonctionnel peut établir les méthodes et sait aussi les formuler; l'outil linguistique n'est pas une préoccupation première pour elle. La langue écrite ne gagne-t-elle pas à se rapprocher de la langue parlée ?, va jusqu'à penser son personnel. De

plus, l'entreprise fait volontiers confiance au bilingue francophone, par exemple, le laissant rédiger dans sa langue seconde. Dans certains cas, le résultat est heureux; dans d'autres, désastreux.

Toutefois, non seulement la langue générale laisse souvent à désirer en communication technique, mais la langue de spécialité subit les contrecoups d'un manque de rigueur intellectuelle et d'une suractivité professionnelle. Une terminologie largement jargonique, subjective, toujours en devenir pénètre les documents et accentue le foisonnement en la matière ainsi que l'opacité en communication. S'il est vrai que les langues techniques ne peuvent se former qu'en milieu technique, ont-elles pour autant droit à une liberté absolue et à une création débridée ? L'objectif même de communication devrait, en l'occurrence, servir de balise.

Outre les faiblesses d'ordre purement linguistique, apparaît une absence de formation à la communication proprement dite. Pour le personnel linguistique même, la formation à la communication est, il faut l'avouer, une considération relativement nouvelle; aussi ne faut-il pas s'étonner qu'elle soit presque absente chez le personnel à vocation strictement technique.

Enfin, même si l'élément est d'un autre ordre et qu'il reprend des lacunes indiquées précédemment, il n'est pas superflu de souligner l'attitude même de certains chefs de produit ou de projet peu sensibilisés ou peu sensibles aux points de vue particulièrement linguistiques.

Éléments liés à l'organisation

Au nombre des causes d'ordre organisationnel figure l'évolution constante de la technologie, des projets et de l'information. Le monde technique n'est point un univers de certitudes et les tâtonnements ou la méthode par essais et erreurs y sont monnaie courante. La communication technique s'y effectue souvent à partir de données fragmentaires, non encore définitives. Brouillons répétés et versions nombreuses caractérisent cette activité.

Qui plus est, à cette mouvance de la technique, des technologies, des projets et de l'information s'ajoute, en de nombreuses circonstances, l'urgence du projet. La précipitation ou la course contre la montre est une réalité par trop fréquente dans l'entreprise et la communication technique ne peut que se ressentir de hâtes et d'à-coups étonnamment nombreux.

Mais il y a aussi les inconvénients d'une rédaction collective, répartie ou segmentée au sein d'équipes, qui ne s'accompagne pas nécessairement d'une harmonisation subséquente ou suffisante du document ou d'une révision en profondeur du fond et de la forme.

On ne peut, non plus, nier les effets d'un bilinguisme latent ou quasi continu, environnement dans lequel évolue et évoluera inévitablement une partie du personnel spécialisé. En effet, le personnel technique agit dans un milieu linguistique mixte - ce milieu s'expliquant par la structure même de l'entreprise ou encore par les sources premières de documentation, qui demeurent, dans une forte proportion, anglaises. (Après quoi, le personnel technique rédige, adapte ou traduit même.) Une telle situation ne peut que jouer contre la qualité linguistique de la communication technique française, en l'occurrence.

Enfin, l'appropriation - par contrat, il va de soi - de la documentation technique des divers fournisseurs avec lesquels l'entreprise traite accroît les risques de qualité mitigée ou variée en ce qui concerne l'ensemble de la communication technique d'une entreprise. En effet, une telle documentation n'est pas systématiquement soumise à un examen critique approfondi.

ÉLÉMENTS À L'ORIGINE DE LA QUALITÉ DE LA VULGARISATION TECHNIQUE

Les éléments à l'origine de la qualité de la communication technique, tant interne qu'externe, relèvent beaucoup plus de l'organisation que de l'individu en tant que tel.

Éléments liés à l'organisation

L'image de marque ou la recherche du succès du produit amènent l'entreprise à adopter des moyens plus en adéquation avec le but visé - en l'occurrence, la qualité de la communication technique avec l'extérieur. Or, un moyen efficace à cet égard est, sans contredit, un service de communication officiel et structuré, constitué d'un personnel compétent en la matière et travaillant en étroite collaboration avec les divers personnels techniques. Hydro-Québec demeure un excellent exemple en ce domaine, tant pour la vulgarisation technique interne que pour la vulgarisation externe.

Des postes de rédacteurs techniques disséminés dans les services de l'entreprise et occupés par des sujets foncièrement aptes à exercer une telle responsabilité constituent aussi une formule avantageuse. La compétence rédactionnelle associée à une formation technique et à

l'exercice de la fonction en milieu technique réel ne peut que servir la cause de la vulgarisation technique.

Par ailleurs, le soutien linguistique - conseil ou révision - offert au personnel, notamment dans la moyenne et grande entreprise, est assurément la formule ponctuelle d'appoint qui garantit le succès d'une communication technique. Nombreuses sont les grandes et moyennes entreprises qui disposent de tels services langagiers. La synergie "spécialistes techniques et spécialistes langagiers" n'a plus à faire ses preuves. Cependant, le service de soutien linguistique doit faire l'objet d'une promotion soutenue car, dans la précipitation quotidienne, il est facile de ne pas s'en prévaloir ou même de ne pas en être conscient.

À ce dernier élément se rattachent les outils que sont la documentation linguistique et, plus spécifiquement, les banques de terminologie. Le Service linguistique d'IBM, par exemple, constate avec intérêt que les services techniques de l'usine de Bromont, autonomes en rédaction technique, ne cessent de recourir au fichier électronique pour assurer la qualité de leur communication technique. En effet, la terminologie de spécialité ne doit-elle pas être connue de ses premiers utilisateurs ou consommateurs, les spécialistes techniques mêmes ?

Parmi les éléments qui garantissent une qualité de communication technique, il faut enfin souligner l'instrument directement opérant que sont les cours de l'entreprise ou les cours extérieurs dans le domaine de la communication, de la langue et des techniques - formation prévue à la fois pour le personnel langagier et pour le personnel technique. La grande entreprise sait souscrire, sinon parfaitement du moins en général, à une telle formule.

CONSIDÉRATIONS PARTICULIÈRES

Traduction

Il serait approprié de s'interroger brièvement sur le sort que la traduction fait à la communication technique. Une communication de qualité doit demeurer rigoureusement telle dans l'autre langue. La traduction ne manque ni de principes ni de méthodes à cet égard. C'est réalisable et c'est quotidiennement réalisé; les bons exemples sont nombreux. Toutefois, une dévalorisation de la communication technique se produit trop souvent aux mains des traducteurs non professionnels ou de la machine à traduire non révisée.

Pour sa part, une communication de qualité médiocre doit nécessairement être améliorée à l'étape de la traduction. Cette obligation s'exerce infailliblement dans le milieu professionnel. Une telle opération ne peut, cependant, être l'oeuvre de faux traducteurs ou du prétendu supertraducteur qu'est la machine à traduire mal ou non révisée.

Formation

Par ailleurs, pour singulier que cela paraisse, il faut aussi former à la communication générale et technique les langagiers mêmes que sont les traducteurs et terminologues. Un enseignement universitaire plutôt timide est dispensé à l'heure actuelle; la formation sur le tas et une formation autopraticquée se répandent. Mais il y a nécessité d'une formation globale et structurée dans ce domaine.

De même, les exigences auxquelles les professionnels de la communication générale sont de plus en plus confrontés dans l'entreprise font ressortir la nécessité

d'une initiation complète aux principes et règles spécifiques de la communication technique.

Enfin et surtout, l'enseignement de la communication technique doit s'intégrer au programme des étudiants et élèves des secteurs techniques, voire scientifiques. N'est-ce pas là que se forment les futurs acteurs du monde technique, acteurs qui se doubleront inévitablement du rôle de communicateurs techniques ?

La vulgarisation technique repose donc sur plusieurs pôles d'action, appelés à une interaction ou complémentarité : le pôle des spécialistes techniques, celui des experts langagiers et celui des formateurs - écoles professionnelles et universités.

BIBLIOGRAPHIE

Foucault, Gisèle, "Le risque merveilleux de créer" dans *Circuit*, n°. 15, décembre 1986, Société des traducteurs du Québec, Montréal, p. 3.