

Magdalena Sowa

*Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II
Lublin*

Culture(s) dans la communication professionnelle

Abstract

The objective of the paper is a survey of the possible components of intercultural competence required in professional communication in a foreign language. Effective communication requires a thorough knowledge of not only the language of the interlocutor but also their culture in its various aspects: social customs, proper language standards, company culture etc., all contributing to the overall intercultural competence, and fostering mutual understanding or, when the rules of social and linguistic appropriateness are flouted, leading to misunderstanding. In the paper the problem is illustrated by examples of professional communication in French.

Keywords

French for specific purposes, professional communication, commercial correspondance, cultural competence.

La notion de la culture et les contenus culturels ne figurent pas dans les programmes d'enseignement des langues étrangères depuis aujourd'hui. « La culture "ensemble de caractéristiques propres à une société donnée" se trouve directement impliquée dans chaque système linguistique » (R. G a - l i s s o n, D. C o s t e, éds, 1976 : 137), c'est pourquoi en enseignant une langue étrangère (LE) l'enseignant transmet également les éléments de la culture. La compétence interculturelle, ou transculturelle comme certains l'appellent, se trouve à la base de chaque échange communicationnel et elle se concrétise, entre autres, à travers les marqueurs des relations sociales (salutations, formes d'adresse, conventions de prise de parole, exclamations), les règles de politesse qui varient d'une culture à l'autre, les registres de la langue, etc. Le fonctionnement efficace dans un milieu plurilingue et pluriculturel requiert

donc aussi bien la connaissance du code culturel que la connaissance du code linguistique. Et il arrive souvent que l'irrespect des règles culturelles aboutisse à des malentendus entre les interlocuteurs ou interrompe définitivement la communication.

La didactique des LE vise « le développement d'une "personnalité interculturelle" formée à la fois par les attitudes et la conscience des choses, constitue en soi un but éducatif important » (Conseil de la Coopération Culturelle, 2000 : 85). Divers critères de classement ont déjà été mis en place pour organiser les contenus culturels à présenter dans les méthodes de LE et en classe en ce qui concerne la culture. Ainsi, en analysant ces aspects, J.-M. Defays (2003 : 73–79) parle des conceptions civilisationnelle, littéraire, quotidienne, sociologique, anthropologique, sémiologique, pragmatique et interculturelle qui varient selon les situations de communication ou le type de données à traiter. Si la culture nous paraît, à premier abord, un phénomène lié à la vie quotidienne, il faut tenir compte de son existence et de son importance dans le cadre de la vie professionnelle où, de même, le code linguistique s'accompagne constamment du code culturel. Les deux conduisent à un échange ou à un dialogue entre les individus et les entreprises. Même si la globalisation prend de l'ampleur, il est toujours impossible d'admettre l'existence d'une seule culture professionnelle dans le monde et les règles de communication commerciale varient d'un pays à l'autre. Aussi, le présent article essaiera-t-il de mettre en lumière la valeur de la compétence interculturelle dans la communication professionnelle écrite en LE, notamment le français, et de sensibiliser ainsi aussi bien les enseignants des LE que les apprenants à cette composante communicationnelle.

Avant de passer au cœur du sujet, nous devons encore quelques précisions à notre lecteur. Nous avons choisi de traiter de la communication professionnelle en raison de l'intervention de plus en plus fréquente des enseignants de LE auprès d'un public professionnel : il n'intervient plus exclusivement dans une classe de langue au sein de l'école, mais son lieu de travail se transfère vers l'entreprise et ses élèves se transforment en professionnels des sociétés internationales pour qui la communication en LE devient une réalité, voire une nécessité dans un milieu plurilingue et pluriculturel. En tant que public, à part la compétence linguistique, ils viseront l'acquisition d'une compétence sociolinguistique qui « porte sur la connaissance et les habiletés exigées pour faire fonctionner la langue dans sa dimension sociale » (Conseil de la Coopération Culturelle, 2000 : 93). Une telle dimension de l'enseignement / apprentissage des LE (dans notre cas du français) sur objectif spécifique (FOS) requiert des compétences spécifiques et spécialisées de la part de l'enseignant sensible également aux différences culturelles entre les langues en contact, à savoir la langue source et la langue cible.

De plus, nous cherchons à observer à la loupe la communication écrite, à savoir la correspondance commerciale qui, en milieu professionnel, apparaît comme une activité systématique et constitue une majeure partie des échanges entre les interlocuteurs. Mais l'écriture professionnelle est-elle susceptible d'être porteuse des traits culturels ? Notre réponse ne saurait être que positive, même si nous constatons que lors de la rédaction, le locuteur ne dispose que de la langue privée d'éléments accompagnateurs, comme le geste, la mimique, le ton de la voix aptes à remédier aux emplois maladroits ou impropres de la LE. La langue constitue elle-même un phénomène culturel étant donné la forme discursive de chaque communication (J.-C. B e a c c o, 2000). « Les normes d'interaction communicatives définissent des normes de conduite sociale ou culturelle dans une communauté de communication donnée » (J.-C. B e a c c o, 2000 : 142). Cependant il ne faut pas confondre ces

- (1) règles implicites de comportement verbal [...] avec les règles de bonne formation morpho-syntaxique des énoncés. Ces normes d'interaction sont potentiellement à l'œuvre dans tous les échanges langagiers, oraux ou scripturaux, auxquels elles confèrent un caractère plus ou moins prévisible ou formulaire : il s'agit de toutes ces « règles » de la communication qui déterminent l'« appropriation » d'un énoncé (et non sa grammaticalité) dans une situation de communication donnée, comme les protocoles de prise de contact [...], le mode d'adresse [...], la politesse verbale [...], la forme et le ton des écrits administratifs ou académiques... (J.-C. B e a c c o, 2000 : 142).

À cette constatation s'ajoute encore un autre facteur : chaque locuteur est une source unique et originale de discours et de connaissances qui procèdent de ses expériences et de ses convictions. Mais la transmission de ces savoirs ne peut pas s'opérer n'importe comment. Il existe des cas où la forme et le style de la communication obéissent à des normes sévères et précisément définies. Tel est le cas de la correspondance professionnelle (administrative, commerciale) qui constitue une des formes d'expression les plus formelles et culturellement les plus spécifiques.

La lettre constitue un document universel et spécifique à la fois : universel parce qu'elle existe dans chaque société à tradition scripturale et spécifique parce que chaque société a élaboré des règles et des normes grâce auxquelles un document peut être qualifié de lettre ou non (cf. E. G a j e w s k a, M. S o w a, S. P i o t r o w s k i, 2008). Si nous observons la circulation des messages dans le cadre de l'entreprise, la première remarque qui s'impose concerne le statut de l'information dans le monde professionnel :

- (2) pour une entreprise, l'information représente une matière première et devient, de plus en plus, un outil stratégique. Or, il ne s'agit pas seulement de discours technique. Il est également de nature économique, politique, et par là, culturel. Un document ritualisé, c'est-à-dire soumis à des normes de présentation strictes, véhicule ces composantes ainsi que les marques des habitudes au long des années. [...] Les documents ritualisés qui circulent dans une entreprise sont l'une des marques de sa culture. En effet, l'emploi d'un ensemble de règles formelles pour « formaliser » la production d'information, caractérise des entreprises françaises (O. Challe, 2002 : 113–123).

Ces règles formelles concernent la structure et le corps de la lettre ainsi que le style et le ton, les formules d'appel et de politesse, etc. Elles font toutes partie d'un ensemble cohérent qu'est une lettre, et leur mise en place correcte aboutit à une relation voulue entre l'émetteur et le récepteur du document. La situation devient plus complexe quand la relation professionnelle se crée entre des individus issus de milieux culturels différents, utilisant des moyens de communication dissemblables. Les deux parties sont alors contraintes d'ajuster leur comportement aux normes requises dans une situation et dans une culture données. Car tout ce qui nuit à la communication nuit aux affaires. « En matière de communication transculturelle, l'essentiel n'est pas de communiquer un message donné mais d'obtenir de l'interlocuteur la réponse espérée » (E. Hall, M. Reed-Hall, 1990 : 24). Si encore le locuteur tient compte de la distance spatio-temporelle qui le sépare de son interlocuteur, il devra anticiper certaines réactions du récepteur et viser à atteindre des réponses, attitudes ou comportements souhaités (M. Sowa, 2005). Les éléments linguistiques qu'il a à sa disposition devraient être accompagnés des éléments culturels, tels que :

- 1) la culture générale, encyclopédique ou civilisationnelle, c'est-à-dire l'ensemble de connaissances qu'il faut avoir sur le pays et ses habitants et ce savoir n'est pas lié à un contexte situationnel précis ;
- 2) la culture d'expression, c'est-à-dire l'emploi approprié de la langue dans une situation communicative précise, le bon ton linguistique ou la politesse verbale (M. Marcjanik, 2007) ;
- 3) la culture scientifique et technique (D. Lehmann, 1993) liée à un domaine technique ou à une activité professionnelle exercée ;
- 4) la culture d'entreprise (D. Lehmann, 1993) qui correspond aux valeurs et normes respectées par une entreprise ainsi qu'aux comportements, modes d'organisation du travail et pratiques linguistiques qui en découlent ;
- 5) la culture personnelle de chaque locuteur.

Pour illustrer à quel point la conscience des éléments culturels est importante dans le procès de rédaction des lettres professionnelles, nous nous servons des vraies productions en français des étudiants polonais. Nous avons demandé à ces étudiants suivant une formation universitaire en français des affaires de rédiger une réponse à une lettre de réclamation concernant le service hôtelier. La situation problématique portait sur la réservation d'une seule chambre, au lieu de deux, pour le directeur et son assistant et la facturation de la prestation au tarif le plus élevé. La lettre du client était conclue par la formule *Je vous prie de croire, Monsieur le Directeur, à mes salutations définitives, je le crains* ce qui suggérait déjà la gravité de la situation. La réponse à rédiger au nom du directeur de l'établissement devait comporter les éléments suivants : a) accuser réception de la lettre du client, b) donner des explications crédibles, c) présenter des excuses, d) proposer une compensation, e) terminer la lettre avec une formule de politesse convenable.

Dans les écrits des étudiants nous avons repéré un certain nombre de formulations maladroites qui peuvent, à notre avis, être classées comme un manque de respect des éléments culturels dans la communication. Nos observations concernent entre autres :

- la culture d'expression malmenée par l'orthographe incorrecte des noms propres (et pas uniquement), la mobilisation des expressions familières ou propres à l'oral (*ça n'a jamais arrivé chez nous*¹), des formules d'appel (*Monsieur Aubin, Monsieur Pierre Anodin*) ou de politesse inappropriées au contexte ou à l'interlocuteur (*Veillez, je vous prie, recevoir mes excuses et réfléchir à ma proposition. J'espère que vos salutations ne soient pas définitives et que dans l'avenir vous nous donniez une chance de nous réhabiliter*) ;
- la culture d'entreprise méprisée par des informations qui contredisent la situation décrite ou même le contenu antérieur de la lettre en question ainsi que de fausses coordonnées, la méconnaissance du vocabulaire spécialisé et de la situation (*Nous vous excusons de séjourner à notre hôtel. Nous vous excusons aussi de mon absence et du responsable qui nous étions à la réunion des responsables de notre chaîne*), la formulation des propositions et solutions peu convaincantes (*La réalisation de votre demande était impossible parce que [...] votre chambre a été confiée à un couple octogénaire. Nous n'avons pas pu lui refuser la chambre*) ce qui renvoie à l'incompétence professionnelle de l'émetteur de la lettre et crée une image négative de l'entreprise et de son personnel (*Le personnel a beaucoup de travail et c'est pour cette raison que l'on s'est trompé de réservation.*).

Les exemples rapportés ci-dessus prouvent que la méconnaissance de la culture étrangère apparaît même au niveau avancé de l'enseignement / appren-

¹ Tous les exemples sont rendus d'après la version originale des étudiants.

tissage de la LE. Quelles en sont les causes ? À notre avis, l'explication principale réside très souvent dans l'inconscience de la situation de communication officielle, même dans la langue maternelle des apprenants. Très souvent, les apprenants rencontrent des difficultés similaires en rédigeant des lettres traditionnelles ou électroniques dans leur langue d'origine. Les lacunes relatives à la culture dans la langue source ne peuvent que rendre les difficultés en langue et culture étrangères plus pesantes et difficiles à surmonter.

Est-il possible alors d'apprendre la communication interculturelle ? Nous parlons du milieu et de la communication professionnels et l'enseignant de FOS est avant tout enseignant de langue, pas un spécialiste du domaine. S'il ignore certaines connaissances spécialisées, il reste sensible à la langue et, en classe, il privilégie le traitement de la langue et non celui des contenus. Les formations en LE ne visent pas ou bien ne devraient pas viser uniquement la maîtrise de la langue pour une spécialité scientifique ou technique, mais leur objectif serait plutôt d'équiper l'apprenant des moyens langagiers pour exprimer sa culture d'origine et pour mettre en mots la culture étrangère. Dans cette perspective, la langue devient « un facteur de reconnaissance de l'Autre » (O. Challe, 2002 : 131). Le langage nomme les objets, exprime des phénomènes économiques et politiques, mais il renvoie toujours à l'homme et garantit la rencontre approfondie des individus.

La situation n'est donc pas irrémédiable si l'enseignant envisage des techniques et des méthodes susceptibles de sensibiliser les apprenants aux spécificités de la communication professionnelle interculturelle. Cette tâche paraît plus réelle s'il part du constat que « toute culture est acquise et non pas innée » (E. Hall, M. Reed-Hall, 1990 : 34) et qu'

- (3) il existe deux types de culture, une culture que nous dirons « acquise » et une culture que nous dirons « apprise ». La culture « acquise » est inculquée avant la scolarisation. Elle ne fait pas partie des programmes scolaires même si elle constitue le fondement de tout enseignement ultérieur. Les composantes de la culture « acquise » sont les règles tacites du comportement dans les circonstances les plus diverses et plus particulièrement du comportement relationnel. La culture « apprise » est enseignée, comme la technique (E. Hall, M. Reed-Hall, 1990 : 16-17).

La conception présentée ci-dessus peut s'appliquer à l'enseignement / apprentissage de la correspondance commerciale où il faut non seulement équiper les apprenants de toute une gamme de formules et d'expressions relatives au contenu des lettres. Il est nécessaire, à notre avis, d'accompagner ce répertoire lexical d'application des stratégies propres au schéma de la lettre. La communication interculturelle pourrait s'apprendre en tant que technique rédactionnelle permettant de réaliser la fonction phatique de la langue,

c'est-à-dire l'emploi des moyens aptes à créer des relations entre l'émetteur et le récepteur. Le développement de la compétence écrite des apprenants devrait se réaliser à travers les écrits professionnels, entre autres les lettres, qui comportent plus d'éléments culturels qu'une description ou un récit. L'émetteur se met devant les yeux un interlocuteur concret avec qui il communique dans une situation concrète et pour une raison concrète. Il est obligé d'utiliser la deuxième personne du singulier ou du pluriel et de créer ainsi une certaine image de lui-même et de son interlocuteur. Le style et le ton du texte, les expressions choisies en fonction des paramètres situationnels comme entre autres la régularité des contacts (la prise de contact ou la réponse à une lettre) ou le caractère conflictuel de la situation (la réclamation ou la lettre de rappel de paiement), etc. vont influencer la réaction de l'interlocuteur face au document reçu.

Étant donné l'intérêt grandissant des apprenants pour les LE à visées professionnelles, il faudrait prévoir, à notre avis, dans le cadre de la formation des enseignants, le travail avec la langue spécialisée et les documents professionnels. Même si, en général, chacun est conscient des différences entre la communication quotidienne et la communication professionnelle, il arrive souvent que la théorie n'aille pas de pair avec la pratique. La correspondance commerciale en LE ne doit pas suivre forcément les mêmes règles que celle en langue maternelle et elle ne se limite pas uniquement à une réalisation graphique différente. La conséquence malheureuse de telles convictions débouche sur des rédactions intuitives des écrits professionnels en s'appuyant sur les modèles de la langue source. Aussi, la sensibilité aux contenus culturels et la conscience interculturelle de l'enseignant lui rendront-elles possible l'élaboration d'une méthodologie prenant en compte les besoins de communication de l'apprenant, le développement d'une compétence de communication (discursive et fonctionnelle) ainsi que la dimension culturelle de la communication.

Références

- Beacco J.-C., 2000 : *Les dimensions culturelles des enseignements de langue. Des mots aux discours*. Paris, Hachette, coll. F.
- Challe O., 2002 : *Enseigner le français de spécialité*. Paris, Economica.
- Conseil de la Coopération Culturelle, 2000 : *Cadre Européen Commun de Référence pour les langues : Apprendre, Enseigner, Evaluer*. Division des Langues Vivantes. Strasbourg, Didier.
- Defays J.-M., 2003 : *Le français langue étrangère et seconde. Enseignement et apprentissage*. Sprimont (Belgique), Mardaga.

- Gajewska E., Sowa M., Piotrowski S., 2008 : *Korespondencja handlowa w języku francuskim – poradnik*. Warszawa, WP.
- Galisson R., Coste D., eds, 1976 : *Dictionnaire de didactique des langues*. Paris, Hachette.
- Hall E., Reed-Hall M., 1990 : *Guide du comportement dans les affaires internationales (Allemagne, États-Unis, France)*. Paris, Éditions du Seuil.
- Lehmann D., 1993 : *Objectifs spécifiques en langue étrangère. Les programmes en question*. Paris, Hachette, coll. F.
- Marcjanik M., 2007: *Grzeczność w komunikacji językowej*. Warszawa, PWN.
- Sowa M., 2005 : « Situation d'écriture en communication professionnelle (Enseignement du français sur objectifs spécifiques) ». In : J. Florczak, éd. : *Techniques linguistiques dans la didactique du français langue étrangère*. Łódź–Płock, 143–150.