



Maria Margherita Mattioda

Université de Turin, Italie

marita.mattioda@unito.it



Geneviève Tréguer-Felten (2018). *Langue commune, cultures distinctes. Les illusions du globish*, Laval, Les Presses de l'Université Laval, 214 p.

En 2013 le juriste et philosophe François Ost faisait le constat suivant : « l'expérience enseigne que tout langage unique ne tarde jamais longtemps à se « babéliser » (Ost, 2013). Face à une société mondialisée et dominée par un modèle communicationnel présenté de toute part comme inéluctable, la dialectique entre la langue universelle et la pluralité post-babélienne est toujours à l'œuvre pour remettre en question ces axiomes qui tendent à s'imposer selon les contingences. C'est exactement dans les plis de la langue commune prêchée par les grandes entreprises opérant à l'international - ce « globish » évoqué dans le sous-titre -, que nous fait plonger Geneviève Tréguer-Felten dans ce livre solide et stimulant afin de faire jaillir toutes les limites de l'adoption d'une langue commune (l'anglais) pour la communication en situation d'interculturalité. Par le biais de l'analyse de discours comparative appliquée à la communication professionnelle des entreprises, l'auteure s'attache à montrer les « illusions d'une évidence » à travers l'« épaisseur » des discours : si d'une part la langue globale est un fait assis dans la réalité des activités humaines mondialisées, d'autre part le manque de réflexion concernant l'emploi généralisé de l'ELF (anglais *lingua franca*) sous un angle plus proprement linguistique et culturel empêche d'en cerner toutes ses limites. L'originalité de l'approche adoptée dans cet ouvrage consiste à considérer cette *lingua franca* à la lueur de la culture inscrite par les locuteurs dans tout discours et par les univers de sens qu'ils mobilisent, d'où les « accidents de parcours », la diversité des interprétations, la « mal-entente ». À ce propos, les *Annexes* clôturant le livre sont éclairantes sur les fondements théorico-méthodologiques qui encadrent cette recherche visant à rendre perceptible l'inscription des locuteurs dans le discours grâce à une approche interprétative de la culture associée à l'analyse de discours contrastive appliquée à un corpus de textes très spécifiques (brochures, courriels, autoprésentations, codes et principes...) issus d'entreprises françaises, étatsuniennes et chinoises. De par un *modus operandi* outillé (l'analyse lexicométrique) et orienté par les transformations des échanges

numériques, l'auteure s'intéresse à la manière dont ces entreprises construisent et affichent leur *ethos* dans la langue de la communication internationale (ELF) et examine les tensions discursives qui en ressortent. Or, ces choix communicationnels dans une langue soi-disant commune, mais dépourvue de fonds culturel partagé demandent aux destinataires de faire appel à leur propre « univers de sens » d'où la question de la représentation de l'autre en tant qu'étranger, comme le suggère la langue adoptée, ou en tant qu'*alias* culturels comme l'indique leur « culture discursive ».

Dans les huit chapitres composant cet ouvrage, le lecteur - chercheur, professionnel ou étudiant en formation - pourra trouver matière à repenser les représentations des langues et des pratiques communicationnelles institutionnalisées dans les organisations (entre autres) à partir de l'osmose entre langue, culture, discours. Celle-ci révèle l'impossible transparence de la *lingua franca*, affirme la valeur de la traduction en tant que pratique indispensable pour transposer des « univers de sens » et fait émerger l'exigence de développer une certaine « attention », voire une « conscience » plurilingue pour mieux répondre aux défis de la communication interculturelle.

Dans le premier chapitre, sont illustrées les dérives communicationnelles engendrées par la non-coïncidences des univers de sens. En effet, le contexte culturel donne la couleur à tout discours, d'où le titre éloquent *Tu dis vert, j'entends bleu !*, mais l'absence d'un terrain d'entente partagé en ELF alimente les incompréhensions et les malentendus. Comme le montre l'analyse des échanges dans les courriels rassemblés au sein de plusieurs firmes multinationales, produits par des locuteurs de divers statuts, l'efficacité de la communication se heurte non seulement à des problèmes relevant de la maîtrise de la *lingua franca*, mais encore à la distance culturelle entre les usagers, ce qui constitue l'obstacle principal pour passer de la « commun'action » à la « commun'entente ». Un retour sur les fondements mêmes de la communication met en évidence le fait que la culture constitue le fond sur lequel les discours, les situations, les relations sociales prennent sens. Ainsi, la communication par l'intermédiaire de l'anglais international n'offre pas de cadre commun aux locuteurs qui font appel à leur propre culture pour construire le sens, d'où la notion de « mal-entente », proposée par l'auteure, pour désigner des incompréhensions latentes (Chapitre 2. *D'où vient cette « mal-entente » ?*).

Dans le chapitre suivant (*Un cas franco-chinois*), Geneviève Tréguer-Felten s'attache à l'analyse contrastive des autoprésentations de grandes entreprises chinoises et françaises en ELF étalées sur le temps puisqu'un premier corpus de brochures a été recueilli à la fin des années 1990, intégré en 2008 par des documents numériques téléchargés sur Internet à partir de la rubrique *About us*.

Après avoir tracé le contexte macro-économique et présenté les différentes structures textuelles et énonciatives qui organisent le discours *corporate*, caractérisé d'une part par l'effacement énonciatif compensé par la prise en charge visuelle du discours (sous corpus chinois) et d'autre part par l'inscription syntaxique de l'énonciateur e/ou du destinataire (sous corpus français), dans les chapitre 4 (*L'ethos des entreprises chinoises*) et 5 (*L'ethos des entreprises françaises*) la réflexion se poursuit dans le but de mieux cerner l'image de soi que ces firmes projettent dans et par leurs discours. Un ethos d'entreprise spécifique à chaque pays émerge dans le corpus examiné. Les entreprises chinoises se caractérisent par une inscription dans l'histoire et une plus forte intégration dans la société qui en fait leur réputation ; ainsi leur ethos social se projette-t-il dans la trame discursive en déployant ses valeurs et sa « bienveillance » à l'égard de son auditoire qui se veut universel. Le binôme énonciateurs-destinataires vise à instaurer des relations harmonieuses et une véritable communion entre eux. En revanche, les entreprises françaises se focalisent sur le moment présent et laissent transparaître des qualités éthiques quelque peu différentes dans un discours davantage hiérarchisé esquissant deux profils principaux : le mentor et le leader. Le premier « fait preuve de bienveillance en guidant le client destinataire du discours », le second soutient ce rôle en affichant sa position et son expertise, ce qui détermine une relation asymétrique entre les énonciateurs et les destinataires. Le discours déployé s'appuie sur un argumentaire logique et sur l'évidence des données chiffrées visant à produire une image rationnelle et solide censée correspondre à celle attendue par l'auditoire.

La comparaison entre les images « idéales » inscrites dans le corpus par ces entreprises et les contextes spécifiques qui leur permettent de construire le sens occupe presque entièrement le chapitre 6 (*Dissemblances et univers de sens*). La communication institutionnelle que ces entreprises chinoises et françaises s'adressent montre qu'en dépit du choix de l'ELF à l'intention d'un public international, toutes leurs productions discursives portent la marque du « *collective ethos* » sous-jacent, ce qui explique le décalage entre l'auditoire étranger désigné par l'ELF et l'auditoire inscrit en creux dans leurs discours. De plus, l'analyse détaillée de la démarche rhétorico-argumentative adoptée permet de saisir la circulation des schèmes de pensée propres à chaque culture à travers les ressources rhétoriques employées et de révéler le transfert de la culture discursive des énonciateurs vers l'ELF. Cette démarche est illustrée concrètement dans le chapitre 7 (*Un exemple d'application pratique*) où l'exploration d'un corpus complémentaire permet de tester les résultats obtenus en élargissant la variété des langues (ELF, anglo-américain et français), des genres discursifs (codes éthiques) et des secteurs d'activité. La focalisation de l'analyse sur la relation-client, que l'on tend à présenter comme

un concept managérial « universel », corrobore le fait que les dissemblances dans les textes comparables remontent à l'inscription de cette notion dans des univers de sens propres aux cultures concernées. Il en résulte le besoin de revenir sur la place de la traduction dans les entreprises et sur le rôle à lui attribuer en s'interrogeant sur les avantages et les inconvénients de la considérer un simple « habillage d'un message » en anglais international ou un véritable atout stratégique pointant l'équivalence linguistique, discursive et culturelle dans une autre langue (Chapitre 8. *L'ELF une langue bien particulière*).

Dans sa conclusion, Geneviève Tréguer-Felten rebondit sur l'idée à la base de son ouvrage : l'anglais lingua franca ne possède aucune « culture discursive » distincte, mais elle est traversée par les « univers de sens » de ses locuteurs indépendamment de leurs niveaux linguistiques. C'est pourquoi, elle propose à bon escient de jeter un nouveau regard sur la communication internationale des entreprises en passant par le développement d'une conscience de la relativité linguistique - et par conséquent de la traduction - en tant que moyen anthropologique et culturel du *vivre ensemble* et de la communication interculturelle.

Bibliographie

Ost, F. 2013. « Babel revisité. Défense et illustration du multilinguisme », *Synergies Italie*, n°9., p. 25-34. [En ligne]: <https://gerflint.fr/Base/Italie9/ost.pdf> [consulté le 15 mai 2021].