Zeitschrift: Bulletin suisse de linguistique appliquée / VALS-ASLA

Herausgeber: Vereinigung für Angewandte Linguistik in der Schweiz = Association suisse de linguistique appliquée

Band: - (2012)

Heft: 95: Répresentations, gestion et pratiques du plurilinguisme = Images, management and practices of multilingualism at work = Vorstellungen, Handhabung und Praktiken der Mehrsprachigkeit am Arbeitsplatz

Artikel: Les répresentations du plurilinguisme et de la gestion de la diversité linguistique dans les entreprises : les imbrications entre une monophonie collective et la polyphonie des énonciateurs singuliers

Autor: Bothorel-Witz, Arlette / Tsamadou-Jacoberger, Irini

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-978556

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 11.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Les représentations du plurilinguisme et de la gestion de la diversité linguistique dans les entreprises: les imbrications entre une monophonie collective et la polyphonie des énonciateurs singuliers

Arlette BOTHOREL-WITZ & Irini TSAMADOU-JACOBERGER
EA 1339 GEPE-LiLPa, Université de Strasbourg, 22, rue René Descartes, 67084 Strasbourg Cedex, France
abothorel@orange.fr, jacoberg@unistra.fr

Thematic interviews with around twenty executives working in five multinational companies (located in Alsace) have allowed us to reveal their representations and perceptions about their linguistic practices at work, about their multilingual skills and, finally, about the actions or measures that the companies (implicitly or explicitly) advocate on language management. Discourse analysis has highlighted certain widely-shared representations, both within a company or among different companies, which indicate the support or the submission to a dominant ideology that is at the base of group identity. However, during interactions, this collective monophony contrasts with more personal positions (individual representations) which modify the agents' relations to established representations (support, detachment or rejection). Our focus is thus placed on these differences or tensions, in order to identify more accurately the problematic aspects of multilingualism and of linguistic and cultural diversity management in companies.

Keywords:
linguistic ideology, social representations, company, multilingualism, discourse analysis, polyphony, monophony

Il existe un large consensus dans la (socio)linguistique du contact pour admettre que, dans les cas de plurilinguisme complexe (Billiez & Millet, 2000; Blanchet, 2003; Calvet, 1999; Francard, 1994; Matthey, 1997; Singy, 1996; etc.), les représentations sociolinguistiques (dorénavant RS) ont un effet agissant sur les pratiques et les répertoires (Blanchet, 2003, p.301). En considérant les entreprises comme des espaces où se déploie une parole plurilingue, nous avons été amenées, dans le cadre du projet DYLAN[1], à aborder la gestion du plurilinguisme et les idéologies sous-jacentes à travers ce qu'une vingtaine d'acteurs (dirigeants et cadres)[2] disent ou ne disent pas sur leurs pratiques (associées au choix de ressources linguistiques dans un

1 Cf. http://www.dylan-project.org

2 Des entretiens thématiques (d'une durée moyenne de 90 minutes) ont été menés dans cinq entreprises implantées en Alsace (2 PME françaises [SO, NAP], deux filiales françaises d'un groupe américain [WR] et d'un groupe allemand [WU], siège social d'une multinationale [AGR]). La vingtaine d'informateurs a pour point commun d'être née en Alsace et de disposer d'une compétence dialectale passive ou active. Pour plus de détails sur le terrain, les informateurs et la collecte de données, voir Bothorel-Witz & Choremi, 2009, pp.106-108).

© 2012 Centre de linguistique appliquée
Université de Neuchâtel

contexte donné), sur leurs compétences et, finalement, sur le management ou le traitement des langues[3], qui est explicitement ou implicitement préconisé par les décideurs.

Epistémologiquement, cette tâche de recherche relève d'un paradigme compréhensif et d'une approche qualitative, les discours et les traces qu'y laissent les RS constituant la source principale de l'information. Le choix de cerner et de comprendre les pratiques, les rapports aux langues, leur hiérarchisation à travers les représentations et les perceptions des acteurs suscite toujours des réserves; celles-ci sont, entre autres, liées au flou de la notion de représentation qui est mobilisée dans la plupart des sciences humaines et sociales avec des cadres théoriques et méthodologiques différents. Or, on peut précisément se demander, à la suite de Castellotti (2009, p.139), si ce flou n'est pas, paradoxalement, une condition de sa valeur heuristique. C'est dans cette perspective qu'on s'interrogera, dans le cadre de cette contribution, sur l'articulation des représentations sociales (partagées) et des représentations individuelles. Ce faisant, on est amené à évaluer la pertinence de la distinction (opérée en psychologie sociale) entre un "noyau central" relativement stable et des "schèmes périphériques" plus instables (Abric et al., 1994). On s'attachera, par ailleurs, à montrer comment le cadre épistémologique retenu (manière dont s'opère l'analyse des représentations) permet de rendre compte de la stabilité et, parallèlement, de la fluidité et de la mouvance des représentations du plurilinguisme dans les entreprises. Cette question des possibles imbrications, voire des tensions entre une monophonie collective (éléments de l'idéologie dominante que les acteurs se réapproprient) et la polyphonie des représentations attribuées à des énonciateurs particuliers (Mondada, 2004) nous paraît d'autant plus importante que le projet DYLAN vise, in fine, à fournir des éléments d'appréciation susceptibles de favoriser, à travers des mesures de politiques linguistiques, le développement de répertoires (individuel et social) plurilingues dans les entreprises.

1. La monophonie collective ou les représentations partagées

1.1 Précisions d'ordre terminologique et théorique

Ce que nous entendons par "monophonie collective" réfère à des éléments représentationnels partagés dans / par un groupe ou une société. Ce sont, en toute logique, ces parts communes et relativement stables des représentations de différents objets sociaux (variétés/ pratiques, compétences pluri-

---

3 Le concept de "politique linguistique" a été abandonné au profit de la notion de "traitement des langues", qui rend compte, de manière plus souple, de toute action à l'égard des langues. En effet, les entreprises sont amenées, en fonction des besoins réels ou supposés, selon des modalités (explicites ou implicites, planifiées ou non), à agir (volontairement ou non) sur la mise en œuvre de ressources linguistiques qui renseignent, d'une part, sur le répertoire social des entreprises et, d'autre part, sur les ressources variables des répertoires individuels (Truchot & Huck, 2009, pp.1-2).

lingues, traitement des langues…) qui sont mises en avant dans la plupart des travaux d'orientation sociolinguistique. Ces recherches (dont nous avons adopté les principes dans la phase initiale du projet) prennent appui sur la notion de RS empruntée à la psychologie sociale (Jodelet, 1989; Moscovici, 1961). On rappellera que, pour les psychologues sociaux[4], les RS sont des élaborations cognitives qui se construisent à partir d'informations préexistantes. Il s'ensuit que, dans leurs discours, les acteurs sont amenés, en fonction des contingences du moment et des contextes, à opérer une sélection et à reprendre une parole ou des discours antérieurs qui "ne requièrent aucun travail autre que l'acte de leur mise en œuvre énonciative" (Py, 2004, p.8). Par le biais d'une thématisation, ces savoirs de sens communs se transforment en objets de discours repérables dans les entretiens (Gajo, 2003, p.527).

1.2 Comment la monophonie collective se manifeste-t-elle dans le discours?

La réponse à cette question est liée, dans la phase finale du projet DYLAN, à la mise en contraste des entreprises et à la synthèse interprétative des données. Celles-ci permettent, en effet, de mettre au jour des éléments représentationnels stables et partagés qui "définissent un espace de signification commun" (Moliner & Guterman, 2004, 2.2.) à tous les acteurs (indépendamment des entreprises, des fonctions, des secteurs d'activités, etc.).

Au-delà de ce premier constat, il ressort d'une analyse plus poussée que la monophonie collective peut toutefois prendre d'autres formes et qu'elle révèle, comme nous tenterons de le montrer ci-dessous, des gradations (partage du dit et/ou de la manière de dire, recours aux mêmes stratégies discursives, etc.).

1.2.1 La monophonie se traduit par un consensus qui ressort du contenu des RS et de leur mise en mots

Cette double dimension d'une monophonie collective (degré le plus élevé) – qui se traduit par des éléments partagés, à la fois dans ce qui est dit et dans la manière de dire- ne concerne qu'un certain nombre d'objets représentationnels et d'éléments constitutifs qui les caractérisent. C'est pourquoi cette idéologie sociolinguistique partagée est particulièrement manifeste dans les représentations de la place et de l'efficience (réelle ou fantasmée) de l'anglais qui fonctionne comme un fort indice d'appartenance groupale. Dans le discours, les appréciations des différents acteurs se

---

4 A l'instar d'autres sociolinguistes (Blanchet, 2003, p.293), nous avons transféré dans notre champ disciplinaire "la valeur qualitative de type anthropologie culturelle" que le concept avait chez Moscovici.

traduisent par des opérations de qualification, en quelque sorte stéréotypées, qui mettent en avant le statut d'exception de l'anglais: l'anglais est "LA langue internationale", "LA langue universelle", "LA langue mondiale", "LA langue numéro un", "LA langue commune", etc. On peut aussi retenir, parmi les indices linguistiques les plus immédiatement repérables, que l'anglais présente de manière récurrente, le degré le plus élevé des qualités dont il se voit doter:

[1] Second du DRH dans la filiale française de la firme allemande (WU)
WU4 parce que c'est la langue la plus parlée au monde

[2] Assistante de direction dans la PME française (SO)
SO3 parc`qu'effectivement hein comme je vous le disais\ c'est VRAIment la langue qui est la plus utilisée/ je le vois là et c'est celle * sur laquelle c'est vrai qu'on s'entend/[5]

On notera aussi, dans le même ordre d'idées, la fréquence immédiatement repérable des marqueurs de totalisation (tout, toujours ...):

[3] Assistante de direction dans la PME française (SO)
KZ Y aurait des langues qui seraient plus importantes que d'autres
SO3 toujours l'anglais/ bien sûr/
** c'est une langue qui est VRAIment enseignée partout/ à tous les niveaux/ dans tous les pays/

[4] Responsable du service achat dans la filiale française de la firme allemande (WU)
WU5 c'est pourquoi on rejoint toujours l'anglais parce que eux [les partenaires étrangers] ils parlent tous l'anglais\ et c'est CA * c'est ÇA la langue commune\

[5] Directeur logistique de la PME française (SO)
SO5 et euh: l'anglais permettra TOUjours/ de: * j`veux dire de:* de communiquer\ oui oui de toute manière/

[6] Assistante commerciale de la PME française (NAP)
NAP4 oui\ parce que tout le monde le parle * même les clients allemands je me rends compte des fois quand euh euh ils appellent à l'usine et ils ne savent pas qu'ils vont tomber directement sur moi ils me demandent vous préférez parler allemand ou anglais/ ils posent la question donc ça sous-entend que d'office quasiment la totalité de nos clients parlent l'anglais donc c'est vrai que ça a quand même une part importante: il y a quand même beaucoup de gens qui parlent l'anglais\

5 Conventions de transcription

Chevauchement de séquences	[...]
Troncation	-
Élision non standard.	`
Allongement vocalique	:
Réactions telles que les rires, l'éternuement, le toussotement.	((rires))
Intonation montante	/
intonation descendante	\
Accent d'insistance (La syllabe sur laquelle porte l'accent est notée en majuscules).	MAJ
pause courte pause moyenne pause longue	* ** ***

Ces extraits de discours – qui révèlent le degré le plus élevé d'une monophonie collective – mettent ainsi en évidence la double épaisseur sociale des représentations qui se manifeste, d'une part, dans ce qui est dit, mais aussi dans la manière de le dire. En effet, comme l'a aussi suggéré Py (2000, p.16), la mise en mots des représentations sociales peut aussi passer par des formes privilégiées et récurrentes, formes qui incitent à leur tour le chercheur à y déceler des représentations. On notera, toutefois, que cette forme de concordance se manifeste exemplairement dans les représentations d'un seul objet social, à savoir l'anglais, auquel un groupe (pris dans sa globalité) s'identifie, volontairement ou sous la contrainte et sans lequel ils pensent ne pas pouvoir fonctionner.

1.2.2 La monophonie collective se manifeste dans le contenu des RS (le dit)

Le plus souvent, les éléments représentationnels de caractère consensuel se manifestent à travers le contenu et les aspects déclaratifs des RS.

Il ressort, ainsi, de ce qui est dit que les pratiques dans les entreprises, indépendamment des traitements de langues (explicites ou implicites) qu'elles mettent en œuvre, s'organisent autour de deux polarités: le français (langue nationale) et l'anglais (langue internationale ou globale). L'allemand et a fortiori d'autres langues (y compris l'espagnol) se situent en marge de ce jeu concurrentiel.

Concernant les pratiques en interne, la fonctionnalité du français est mise en avant par la totalité des acteurs. Cette forme d'insistance semble être liée à la crainte que suscite, à court ou à moyen terme, la place qui pourrait revenir à l'anglais, de même qu'à la maîtrise insuffisante que beaucoup d'employés, y compris des cadres (surtout plus âgés), auraient de l'anglais. Ce constat d'insuffisance est perçu, par la majorité des acteurs, comme l'un des traits saillants des entreprises françaises qui ont tardé à s'adapter linguistiquement au contexte mondialisant:

[7] Responsable du service marketing dans la multinationale française (AGR)
AGR2 aujourd'hui c'est encore le français demain c'est peut-être l'anglais \ ((rires)) ça dépend de l'évolution du marché mais aujourd'hui c'est quand même c'est c'est c'est le français\

Il est, par ailleurs, remarquable que le français fonctionne comme le symbole d'entreprises qui veulent afficher leur identité nationale. Sans doute marqués qu'ils sont par la production d'une idéologie linguistique nationale en France, les acteurs soulignent le lien entre la langue française et l'image de leur entreprise (qu'elle soit ou non une filiale d'un groupe étranger):

[8] PDG d'une filiale française d'une firme américaine (WR)
AB vous dites que le français est encore beaucoup utilisé ici\
WR6 et bien euh: SI * si: on est en FRANce * je: pense: que: la la première langue l'iMAGE que l'on doit doNNER c'est* c'est * c'est de parler le français\

[9] DRH de la filiale française d'une firme allemande (WU)
KZ quelle est la langue la plus utilisée dans votre entreprise/
WU4 c'est le français * c'est clair c'est le franÇAIS\ oui on fait partie d'un groupe allemand MAIS il faut pas oublier qu'on est une filiale sur le marché français * donc notre préoccupation c'est le marché français * POINT à la liGNE\ à PART quelques POStes imporTANTS de l'entreprise qui sont en contact régulier avec la maison mère * euh: le RESTE c'est le français\ donc on est * on fait partie d'un groupe allemand mais * on reste un groupe français\

[10] PDG de la PME française (NAP)
NAP1 et si on a choisi le nom XXX c'est parce que sur le e il y a un accent aigu qui est TYpiquement français * donc c'est le nom déjà notre logo rappelle qu'on est français vu qu'on a un accent aigu\

1.2.3 La monophonie collective se traduit par le recours à des stratégies discursives communes

Une autre forme de monophonie collective, moins immédiatement repérable, peut se traduire par le recours à des stratégies discursives que les acteurs partagent. Ce phénomène récurrent peut, entre autres, être illustré par le positionnement que suscite la question de la place du français à l'international. Pour échapper à une dépréciation de la valeur communicative et marchande du français, qui ressort sans doute de l'empirie, les acteurs optent uniformément pour une stratégie d'esquive en procédant à deux types de glissements. D'une part, ils mettent en avant le rayonnement de la France et non pas celui de la langue; d'autre part, au lieu de raisonner à l'international, ils limitent l'évaluation de la fonctionnalité du français au seul contexte européen, voire à la Francophonie ou aux pays de langue romane (Espagne, Italie). Il est remarquable que cette stratégie entre ainsi en contradiction avec la référence récurrente au contexte mondialisant qui traverse pourtant tous les discours:

[11] Chef de région des vendeurs de la filiale française de la firme allemande (WU)
WU2 la France a quand même du poids ne serait ce qu'au niveau de l'Europe * après au niveau international * monde je peux pas vous dire

[12] PDG de la PME française (SO)
SO1 il faut il faut différencier l'image l'image de la de la France\ du français\ l'image l'image de la France reste reste extrêmement extrêmement positive\ mais elle n'est pas forcément véhiculée par le par le par le français\

[13] Responsable du service achat dans la filiale française du groupe allemand
WUE le français \ en France tout le monde parle français/ peut être pour l'Afrique du nord \ bon la langue française est quand même beaucoup parlée dans le monde au Québec par exemple * et non le français est beauCOUP parLÉ donc forcéMENT et puis il y a pas mal d'ItaLIENS qui apprennent le français par exemple * les EspaGNOLS qui apprennent le français

1.2.4 La monophonie collective se manifeste dans le jeu dialectique partagé des processus d'évaluation positive / négative (majoration / minoration)

Une forme de monophonie particulière est inhérente à la dimension évaluative des RS[6] (Moliner & Guterman, 2004, 2.3). L'analyse des représentations des différentes langues et pratiques (français, anglais, allemand, dialectes) d'une part, celles des traits représentationnels d'une même langue, d'autre part, montre que tous les discours révèlent un jeu dialectique de processus de valuations[7], plus ou moins positives, plus ou moins négatives (Bothorel-Witz & Tsamadou-Jacoberger, 2009). Il s'agit là de deux processus qui sont interdépendants et complémentaires.

Derrière la majoration d'une variété / pratique se profile, explicitement ou implicitement, la minoration d'une autre variété, et inversement (dans le contexte globalisant, l'allemand est minoré par rapport à l'anglais). Le processus peut devenir plus complexe: alors que la majoration forte de l'anglais dans le discours dominant a comme corollaire une minoration du français (à l'international), elle induit, par ricochet, la majoration du français comme langue fonctionnelle en interne et comme emblème d'une entreprise qui revendique son identité française (en particulier dans les filiales des groupes allemand et américain).

De la même manière qu'une variété ne peut être détachée des autres variétés, de la même manière les traits pertinents, qui sont constitutifs de la représentation d'une variété ne peuvent être dissociés les uns des autres. L'un de ces traits (fonctionnalité, valeurs économique, sociale, identitaire ...), peut être valué positivement alors qu'un autre est déprécié. C'est ainsi que l'anglais, qui est valorisé en raison des profits de distinction et des bénéfices que sa connaissance est en mesure de rapporter, est parallèlement minoré en ce qu'il fonctionne comme un instrument de pouvoir, un outil de discrimination entre des cadres plus jeunes et plus âgés, entre le haut et le bas de la hiérarchie. Finalement l'anglais constitue une source de sécurité / d'insécurité linguistiques.

Bien que ces processus de valuations (positives et négatives), toujours renouvelés dans le discours, relèvent d'une pratique partagée, ils se distinguent des formes de monophonies évoquées plus haut. Ils permettent, en effet, de mettre au jour une forme de mouvance des RS partagées, de même que l'équilibre et les tensions dynamiques entre deux pôles opposés (minor- / major) et néanmoins complémentaires (Blanchet, 2005, p.34).

---

6 D'autres éléments sont plus descriptifs, plus explicatifs.

7 Nous empruntons ce terme à Blanchet (2005, p.34) pour éviter la connotation liée à *évaluation*.

2. Les représentations de l'entre-deux (entre monophonie et polyphonie)

Au-delà des perceptions et positionnements partagés qui fondent l'identité groupale, une approche contrastive plus fine des entreprises et des acteurs fait ressortir des perceptions variables à différents niveaux d'analyse. Ces écarts se manifestent aussi bien entre les acteurs des différentes entreprises (niveau macro) qu'entre les acteurs d'une même entreprise (niveau méso), voire entre les positionnements d'un même acteur (niveau micro). Ce glissement vers des appréciations qui ne sont que partiellement partagées et, partant, vers une forme de polyphonie (distincte de celle des énonciateurs particuliers, voir infra) témoigne de l'insuffisance d'une classification binaire et de la nécessité de situer ces éléments représentationnels dans un entre-deux (entre monophonie collective et polyphonie des énonciateurs particuliers).

2.1 Les RS partiellement partagées d'une entreprise à l'autre (points de divergences entre les entreprises)

Cette forme de polyphonie – qui ressort de la mise en contraste des cinq entreprises - se manifeste de façon très perceptible dans les représentations du bi-, plurilinguisme individuel. La question de la définition abstraite d'un individu bilingue et, plus rarement, plurilingue[8] donne lieu à des appréciations très divergentes en fonction des entreprises et des stratégies qu'elles retiennent en matière de traitement des langues.

Dans les PME (SO, NAP) et dans la filiale française du groupes américain (WR) où les pratiques plurilingues sont peu diversifiées (français / anglais), les acteurs livrent une vision très bloomfieldienne des compétences plurilingues (addition de deux, voire de plusieurs compétences monolingues proches de celles d'un locuteur natif). Cette représentation – qui est, pour partie au moins, la manifestation du poids d'une norme autoritaire très présente dans l'imaginaire des Français – suscite une insécurité linguistique plus ou moins prononcée. En raison d'un complexe d'infériorité linguistique répandu, la majorité des acteurs s'accordent à envier les compétences plurilingues de leurs collègues néerlandais et surtout scandinaves qu'ils considèrent, à cet égard, comme des modèles de référence.

A l'inverse de ces tendances, l'analyse du discours des acteurs employés au siège de la multinationale française (AGR) met au jour une autre représentation qui se situe aux antipodes de la première (cf. supra). Plutôt que d'envisager le plurilinguisme individuel selon un point de vue monolingue ou équilingue, les acteurs adoptent une position pragmatique et livrent une vision

---

8 Il ressort des analyses que l'objet "individu plurilingue" ne donne pas, sauf exception, lieu à thématisation et encore moins à représentation. Il semble que la plupart des acteurs ne peuvent prendre appui sur le réseau commun de "disponibilités sociales", qui sont préexistantes au discours (voir aussi Gajo, 2003, p.527).

fonctionnelle qui n'implique pas de compétences égales dans plusieurs langues. Cette conception plus réaliste et plus sécurisante (plurilinguisme non équilibré) semble être un effet collatéral d'une "philosophie d'entreprise" qui vise, à côté de l'anglais, à promouvoir la diversité linguistique, culturelle et cognitive afin de mieux s'adapter aux marchés locaux et d'articuler le local et le global.

2.2 Variations entre les représentations des acteurs d'une même entreprise

Une autre forme de polyphonie intergroupale peut se manifester dans les RS partiellement partagées par des acteurs qui appartiennent à une même entreprise (niveau méso).

Bien qu'elles puissent être diversement illustrées, ces variations deviennent particulièrement lisibles à travers les écarts entre le discours des décideurs, en matière de traitement des langues, et le positionnement (en conséquence, la perception) des acteurs auquel il est censé s'appliquer. Ce clivage est très manifeste dans les deux PME françaises où il semble que ce sont, d'une part, les compétences, voire les préférences personnelles des pdg et, d'autre part, leur appréciation personnelle de l'internationalisation de leur entreprise qui fondent le traitement des langues et la place prépondérante de l'anglais dans leurs discours respectifs. Bien que tous les acteurs aient intégré le discours du décideur (séquence 14), qui vise à majorer la place de l'anglais, certains collaborateurs (séquence 15) s'en distancient en prenant appui sur leurs propres pratiques et leur expérience du vécu:

[14] PDG de la PME française (NAP)
NAP1 mm quand c'est MOI qui dirige la réunion j'essaye de parler la langue étrangère donc en général c'est MOI qui d`mande qu'on parle en anglais parce que j'ai envie: euh de:
Everything has to be done in English

[15] Assistante commerciale de la PME française (NAP)
SC d'accord\ et est-ce qu'il y a une langue que: avec laquelle s'identifie plus particulièrement l'entreprise/
NAP4 oui je pense que c'est l'anglais hein\
SC c'est l'anglais\
NAP4 oui\ mais vu que je travaille beaucoup aussi enfin en Europe euh avec les Allemands et les Autrichiens et les Suisses euh pour moi on va dire j'ai plus fréquemment l'occasion de parler allemand\ parce que je décroche plus facilement le téléphone euh pour l'allemand par contre pour l'anglais vu qu'il y a le décalage horaire j'ai plutôt tendance à l'écrire\ mais pour moi personnellement à mon niveau c'est le: l'allemand\

Dans l'autre PME française (SO), dont le PDG fonctionne comme un modèle de référence auquel les différents acteurs veulent ou tentent de se conformer, les différences d'appréciation, en particulier de l'usage de l'anglais, ne sont pas rares. Dans l'extrait qui suit, la limitation de cet usage à certaines fonctions contraste avec le discours du PDG qui retient les compétences en

anglais comme une condition d'embauche de tout cadre, indépendamment de sa place dans la hiérarchie et de son secteur d'activités:

[16] Directeur national de clientèle de la PME française (SOL)
AK huhum/ d'accord/ et est-ce que euh: donc euh cette place grandissante de l'anglais dans votr'entreprise * ça touche euh tout-toutes les catégories de personnel ici/
SO6 * NON/ ça tou:che * non non non clairement c'est uniquement ceux qui sont en contact direct avec les partenaires\ (...) là c'est surtout l'anglais qui est pratiqué/ donc * voilà/ donc j`pense qu'on s'arrête à ce niveau de population\

2.3 Variations de positionnements d'un même acteur (niveau micro)

L'organisation en systèmes socio-cognitifs des RS nous a progressivement amenées à mettre en regard des parts éparses du discours qui font ressortir des fluctuations interdiscursives, souvent considérées comme des contradictions internes (Canut, 2000, p.93). Pris dans l'interdiscursivité, tous les acteurs (en cela il s'agit d'une tendance partagée) révèlent, pour un même objet de représentations, des appréciations paradoxales qui sont marquées par le point de vue adopté (identitaire, idéologique, politique, économique...) et la contingence du moment.

Cette forme de variation apparaît de manière très manifeste dans les représentations des liens entre l'alsacien et l'allemand qui, selon la perspective adoptée, donnent lieu à des positionnements très contrastés, mais néanmoins partagés. Lorsque les acteurs considèrent les bénéfices réels ou symboliques liés à la connaissance des langues, ils mettent l'accent sur le rôle de levier d'accès de l'alsacien à l'acquisition de l'allemand, voire à celle de l'anglais. La refonctionnalisation du dialecte dans ce contexte entre ainsi en contradiction avec la représentation de l'alsacien comme non-langue et avec sa minorisation dans les pratiques sociales respectives des acteurs.

3. La polyphonie des énonciateurs particuliers

Dans la perspective sociolinguistique adoptée au départ, l'accent a surtout été mis sur l'objectivation des RS dans le discours. Ce faisant, nous avons, pour des raisons heuristiques, momentanément perdu de vue que toute représentation est aussi configurée par et pour le discours (Gajo, 2003, p.520) par des énonciateurs particuliers.

En portant ainsi l'attention sur l'élaboration discursive des représentations par des sujets (locuteurs, énonciateurs), on est amené, d'un point de vue méthodologique et théorique, à dépasser le cadre psychosociologique et à opter pour une approche plus linguistique ou discursive des RS (Py, 2000, 2004; Cavalli et al., 2003). Dans le cadre imparti, l'analyse vise à mieux cerner les parts plus instables, plus dynamiques des représentations (liées à l'interaction elle-même et à l'expérience forcément mouvante de l'énonciateur), mais aussi la possibilité qu'a le sujet, selon le contexte, de marquer son appartenance groupale ou, inversement, à construire son identité propre.

En d'autres termes, on s'attachera à montrer, d'une part, comment les réajustements opérés par les sujets dans l'interaction contribuent à relativiser, voire à corriger leurs positions, d'autre part, comment la forme ne constitue pas seulement "un relais plus ou moins direct d'un contenu préexistant, mais surtout un moyen de donner sens, avec et pour (ou contre)" l'idéologie dominante à une expérience ponctuelle (Gajo, 1997). En fonction de l'option épistémologique et des objectifs fixés, il conviendra de s'interroger plus précisément sur les imbrications entre le collectif et l'individuel.

3.1 La polyphonie se manifeste dans les réajustements du sujet

En se focalisant sur le processus d'élaboration du discours, il apparaît que les sujets procèdent rarement, à l'exception des formules stéréotypées, à une simple transposition de disponibilités sociales qui existeraient de manière totalement achevée avant leur mise en mots (Bardin, 1977). Inévitablement, la construction des représentations dans l'interaction révèle une part d'instabilité et de mouvance qui permet de mieux comprendre le processus de construction complexe des représentations dans le discours:

[17] Assistante commerciale de la PME française (NAP)
SC * est-ce qu'il y a une langue qui prime par rapport aux autres/
NAP4 qui domine/ c'est quand même le français\
SC c'est le français\
NAP4 ouais pour moi ça reste le français\
SC d'accord\ il y a des clients avec qui vous allez parler le français ici/
NAP4 * ben je travaille aussi avec des clients français et ben les clients allemands ou les Suisses les Allemands je parle qu'allemand par contre mais les Suisses souvent eux-mêmes font l'effort de parler français parce que oh on va se faire la main ou on va s'entraîner et un peu pour leurs clients qui viennent après quoi\

Dans cet extrait, le sujet réajuste sa position de départ quant à l'emploi incontestable et général du français dans ses activités professionnelles. Il est progressivement amené à nuancer et à renégocier l'assertion: "c'est quand même le français, pour moi ça reste le français" en admettant qu'il emploie aussi l'allemand (avec les clients allemands). Finalement, la suite de l'énoncé: "par contre mais les Suisses souvent eux-mêmes font l'effort de parler français parce que oh on va se faire la main ou on va s'entraîner et un peu pour leurs clients qui viennent après quoi" laisse supposer que l'usage du français n'est pas aussi systématique et évident que dans l'assertion de départ.

Parallèlement aux renégociations, les incohérences sont inhérentes au processus d'élaboration des représentations dans l'interaction. Celles-ci sont illustrées de manière quasi-exemplaire dans les rapports à l'allemand du PDG de la même entreprise et dans les conclusions qu'il en tire:

[18] PDG de la PME française (NAP)
NAP1 je lis des revues étrangères je: FAshion and design in management postgraduate program ((il lit le titre d'une revue qui se trouve devant lui sur son bureau)) voilà vous avez le tout * il y a de: ça dépend il y a de tout\
SC en anglais principalement/ ou:
NAP1 QUE en anglais\
SC pas en allemand/
NAP1 euh oui mais je lis pas en allemand\ j'aime pas l'all-je trouve que cette langue est difficile \ j'ai PLUS de facilité en anglais qu'en allemand\ mais je suis TOtalement trilingue\

In fine, les deux extraits retenus montrent l'intérêt de prendre en compte ces formes de polyphonie qui se manifestent par des réajustements, des renégociations inhérentes au discours, voire des incohérences du sujet; elles contribuent à mieux saisir la mouvance des représentations. Toutefois, les dynamiques mises au jour ne prennent réellement sens que si on les relie au discours dominant qui, dans cette entreprise, tend à minorer la place de l'allemand au bénéfice du français (cadres moyens) ou de l'anglais (PDG, cadre supérieur). Il apparaît ainsi que le positionnement plus individuel ne peut être détaché du discours dominant.

3.2 La distanciation du sujet par rapport à une représentation dominante ou partagée

D'un autre point de vue, la possibilité de se référer à une forme de monophonie collective (préalablement mise au jour) permet de cerner les modulations des énonciateurs particuliers par rapport aux représentations partagées[9]. Selon les sujets, mais aussi selon les objets de représentations, ces modulations – qui sont révélatrices de tensions - s'inscrivent dans un continuum qui va de l'adhésion (plus ou moins prononcée) au rejet du discours circulant par les énonciateurs. L'extrait suivant montre comment, dans l'une des PME françaises, un sujet se positionne face à un discours officiel qui tend à majorer le rôle de l'anglais:

[19] Directrice commerciale marketing de la PME (NAP)
SC qu'est-ce que vous en pensez/ est-ce que cette place elle est aussi importante qu'on le dit/
NAP2 **** bah: c'est ce que je vous disais tout à l'heure hein\ j'ai quand même la forte sensation que ** alors c'est peut-être parce que notre société n'est pas assez éventuellement développée sur des marchés euh: où l'anglais n'est pas aussi fortement demandé * mais j'ai bien peur de dire qu'effectivement l'anglais euh devient la clé de beaucoup de communications que ce soit * quel que soit le type de pays avec lequel on entre en compte

Dans cet extrait, le sujet tente de prendre position en marquant une distance par rapport à la représentation partagée de l'hégémonie de l'anglais avec des marqueurs comme quand même, alors, peut-être, avec la modalité assertive: "j'ai la forte sensation"; il finit par accepter non sans quelque regret, voire avec une forme de crainte, l'usage de plus en plus généralisé de l'anglais ("mais j'ai

9 Voir aussi Bothorel-Witz & Tsamadou-Jacoberger, 2009.

bien peur de dire qu'effectivement l'anglais euh devient la clé de beaucoup de communications que ce soit * quel que soit le type de pays").

Bien que cette séquence révèle l'évaluation personnelle du sujet, celui-ci se positionne par rapport à une représentation dominante qu'il a nécessairement intégrée. Dans cette mesure, ces exemples n'illustrent pas seulement la polyphonie singulière du sujet; ils témoignent parallèlement de l'imbrication, dans le discours, du collectif et du singulier.

On notera, dans le même ordre d'idées, que la difficulté à distinguer clairement le singulier du collectif peut parfois transparaître dans la mise en mots des représentations: lorsque les sujets sont amenés à moduler leurs relations aux représentations instituées, il leur arrive d'opter pour des indices linguistiques et pour des stratégies discursives qui peuvent être partagés. C'est ainsi que la prise de distance avec la représentation majorante de la place de l'anglais conduit un certain nombre de sujets, comme dans les extraits qui suivent, à recourir à des marqueurs (soulignés dans le texte) exprimant le regret:

[20] Directeur national de clientèle de la PME française (SOL)
SO6 si y'avait qu'une seule langue à apprendre en priorité\ <u>malheureusement</u> aujourd'hui * c'est l'anglais\

[21] PDG de la filiale française de la firme américaine
WRF oui\ euh: * j'ai beauCOUP insisTÉ euh: pour QUE mes enfants apprennent * parlent correctement l'anglais\ bon il se trouve que: il se trouve que l'anGLAIS c'est actuellement la langue la plus parlée \ et qui euh: * probablement MAL<u>heureusement</u> euh: mange les AUtres\

4. Conclusion

En visant, dans le cadre de DYLAN, à fournir, à partir de l'étude des représentations, des éléments d'appréciation qui pourraient servir de base à des mesures de politiques linguistiques en matière de plurilinguisme dans les entreprises, on est en quelque sorte contraint, non pas seulement à livrer des éléments d'un discours consensuel (et forcément réducteur), mais aussi à rendre compte de la complexité des représentations, en mettant le focus sur leurs dynamiques, leur mouvance et, partant, leur instabilité.

En raison de l'orientation psychosociologique (qui représente l'une des options épistémologiques retenues)[10], nous avons d'abord cherché à retrouver les traces d'un discours consensuel (représentations partagées) en montrant que la reproduction et la réappropriation d'une idéologie dominante peuvent prendre des formes diverses et révéler des gradations. C'est ainsi qu'indépendamment des entreprises et des acteurs, le degré de consensus le plus prononcé (dans ce qui est dit et la manière de le dire) se manifeste dans les

10 Concernant l'étude des représentations sociales, voir aussi, dans ce même volume, la contribution de Millar et al.: "The perception of language needs in Danish companies: Representations and repercussions".

représentations de la fonctionnalité, des valeurs marchandes, communicatives et symboliques de l'anglais. Cette forme de concordance entre les discours majorants de l'anglais (qui prennent le pas sur des discours d'ouverture à la diversité linguistique et culturelle) fonctionne comme un facteur de cohésion d'un groupe dont les activités tendent à s'inscrire dans les économies mondiales. Dans la mesure où les pratiques dans les entreprises sont liées à des enjeux non seulement économiques et politiques, mais aussi symboliques et nationaux, les représentations de la place et du rôle du français donnent lieu à un discours très consensuel (dans ce qui est dit) qui met au jour la valeur emblématique du français (il marque une appartenance territorialisée) et, parallèlement, le souci de préserver, en raison de la domination grandissante de l'anglais, la place qui lui revient encore dans la communication interne. La représentation partagée des pratiques qui s'organisent (à l'exception d'AGR) autour de deux pôles (langue internationale et langue nationale) conduit, parallèlement, à situer les autres langues (l'allemand en particulier) en marge d'un jeu concurrentiel que régulent les enjeux identitaires (nationaux) et économiques.

En ne se limitant pas aux seuls éléments représentationnels qui, en première analyse, semblent être largement partagés, mais en confrontant, dans un contexte interactif donné, l'ensemble des appréciations que chacun des acteurs livre d'une langue / pratique par rapport à une autre, voire d'un trait constitutif (valeur marchande, symbolique, sociale ...) d'un même objet représentationnel par rapport à un autre, l'analyse est à même de faire émerger une autre forme de monophonie collective. Celle-ci se manifeste dans un jeu dialectique de processus (non-disjonctifs) de valuations[11] plus ou moins positives, plus ou moins négatives qui témoignent de l'équilibre dynamique des représentations entre deux pôles antagonistes. Concernant le plurilinguisme dans les entreprises, cette tension entre deux processus opposés et néanmoins indissociables permet de sensiblement nuancer les représentations de l'anglais. Son statut de langue mondiale (avec la fonctionnalité et les valeurs qui y sont liées) a comme corollaire négatif sa domination. En même temps que l'anglais donne accès au pouvoir et au profit de distinction, il est perçu comme un outil de discrimination sociale, "un instrument stratégique destiné à légitimer ou dé-légitimer des locuteurs" (Canut & Duchêne, 2011, p.5) qui se trouvent ainsi relégués aux marges de la sphère de référence.

L'attention portée, dans la deuxième partie, aux variations que révèlent les représentations partiellement partagées permet de relever un premier ensemble d'éléments polyphoniques. Ces différences d'appréciation intergroupales sont, entre autres, liées aux caractéristiques structurelles, aux philosophies des entreprises et au traitement des langues implicite (SO, NAP,

---

11 Nous empruntons ce terme à Blanchet (2005, p.34) pour éviter la connotation liée à *évaluation*.

WR) et, rarement, plus explicite (AGR). Si l'on s'en tient aux résultats les plus saillants, il apparaît que dans le cas d'un traitement des langues implicite (qui est pratiqué par la plupart des entreprises retenues), les pratiques plurilingues (que déterminent avant tout les nouvelles économies mondiales) s'organisent pour l'essentiel autour du français (en interne) et de l'anglais (en externe). Ce répertoire social peu étendu a comme corollaire des représentations très normatives des compétences linguistiques (plurilinguisme équilibré) qui, en raison des contraintes cognitives qui y sont liées, insécurise la plupart des acteurs et suscite, à l'intérieur d'une même entreprise (en particulier dans les PME), un sentiment d'inégalité sociale et professionnelle. A l'inverse, les choix stratégiques et symboliques en matière d'expansion économique (Duchêne, 2011, p.84), qui conduisent à pratiquer, dans le but affirmé de s'adapter aux clients (agriculteurs) et aux spécificités des marchés, une politique d'ouverture à la diversité linguistique et culturelle contribuent à sécuriser les acteurs dont la vision des compétences plurilingues devient plus réaliste et pragmatique (bilinguisme non équilibré).

C'est, finalement, l'approche plus linguistique de la polyphonie attribuée à des énonciateurs particuliers qui permet de mieux cerner encore la mouvance et les tensions que révèlent les représentations du plurilinguisme dans les entreprises. Cette analyse complémentaire et, à notre sens, indispensable montre que les sujets ne procèdent que rarement à une simple transposition des disponibilités sociales préexistantes au discours. Ce constat ne diminue en rien la nécessité de mettre préalablement au jour les éléments d'une monophonie collective. En effet, c'est parce que les sujets ont connaissance de l'idéologie dominante qu'ils sont en mesure, selon le contexte, à se réapproprier les discours circulants ou, inversement, à s'en distancier. Ce faisant, ils expriment le besoin de s'identifier à un groupe ou de marquer leur identité individuelle.

Les options épistémologiques retenues dans notre étude permettent, in fine, de montrer que le plurilinguisme et la gestion de la diversité dans les entreprises suscitent des représentations dont les dimensions collectives et individuelles sont fortement imbriquées. C'est précisément cette complexité, qui se traduit par l'impossibilité de tracer des frontières entre les deux, qui mérite d'être portée à la connaissance des décideurs.

RÉFÉRENCES

Abric, J.C. (1994). *Pratiques sociales et représentations*. Paris: PUF.

Berthoud, A.-C. (1996). *Paroles à propos. Approche énonciative et interactive du topic*. Paris: Ophrys.

Berthoud, A.-C. (2000). Des "formes émergentes" pour l'interaction. In A.-C. Berthoud & L. Mondada (éds.), *Modèles du discours en confrontation* (pp.205-218). Berne: Peter Lang.

Billiez, J. & Millet, A. (2000). Représentations sociales: trajets théoriques et méthodologiques. In D. Moore (coord.), *Les représentations des langues et de leur apprentissage. Références, modèles, données et méthodes* (pp.31-49). Paris: Didier.

Blanchet, P. (2003). Contacts, continuum, hétérogénéité, polynomie, organisation 'chaotique', pratiques sociales, interventions… Quels modèles pour une sociolinguistique de la complexité. In P. Blanchet & D. de Robillard (dir.), *Langues, contacts, complexité. Perspectives théoriques en sociolinguistique* (pp.279-308). Rennes: Presses universitaires de Rennes.

Blanchet, P. (2005). Minorations, minorisations, minorités: Essai de théorisation d'un processus complexe. *Cahiers de sociolinguistique, 10,* 17-47.

Bothorel-Witz, A. & Choremi, T. (2009). Le plurilinguisme dans les entreprises à vocation internationale. Comment saisir ce phénomène pluridimensionnel à travers le discours des acteurs? *Sociolinguistica, 23,* 104-130.

Bothorel-Witz, A. & Tsamadou-Jacoberger, I. (2009). Les processus de minoration et de majoration dans le discours sur les langues et les pratiques dans des entreprises à vocation internationale (implantées en Alsace). In D. Huck & R. Kahn. (dir.), *Contextes régionaux plurilingues et activités économiques. Études de cas en Alsace, en Bretagne et en Provence* (pp.43-91). Paris: L'Harmattan.

Calvet, L.-J. (1999). *Pour une écologie des langues du monde*. Paris: Plon.

Canut, C. (2000). Subjectivité, imaginaires et fantasmes des langues: la mise en discours épilinguistique. *Langage et Société, 93*, 72-97.

Canut, C. & Duchêne, A. (2011). Instrumentalisations politiques et économiques des langues: le plurilinguisme en question. *Langage et société, 136,* 5-12.

Castellotti, V. (2009). Réflexivité et pluralité/diversité/hétérogénéité: soi-même comme DES autreS? *Cahiers de sociolinguistique, 14,* 129-144.

Cavalli, M., Coletta, D., Gajo, L., Matthey, M. & Serra, C. (dir.) (2003). *Langues, bilinguisme et représentations sociales au Val d'Aoste.* Aoste: IRRE.

Culioli, A. (1990). *Pour une linguistique de l'énonciation, Tomes I-III*. Paris: Ophrys.

Duchêne, A. (2011). Néolibéralisme, inégalités sociales et plurilinguisme: l'exploitation des ressources langagières et des locuteurs. *Langage et société, 136,* 81-108.

Francard, M. (éd.) (1994). L'insécurité linguistique dans les communautés francophones périphériques. *Cahiers de l'Institut de linguistique de Louvain, 20.*

Gajo, L. (1997). Représentations du contexte ou représentations en contexte? Élèves et enseignants face à l'apprentissage de la langue. In M. Matthey (éd.), *Contacts de langues et représentations* (pp.9-27). Neuchâtel: Université de Neuchâtel.

Gajo, L. (2003). Approche comparative des données suisses et valdôtaines. In M. Cavalli, D. Coletta, L. Gajo, M. Matthey & C. Serra C. (dir), *Langues, bilinguisme et représentations sociales au Val d'Aoste* (pp.518-558). Aoste: IRRE.

Guimelli, Ch. (éd.) (1994). *Structures et transformations des représentations sociales*. Neuchâtel: Delachaux et Niestlé.

Heller, M. & Boutet, J. (2006). Vers de nouvelles formes de pouvoir langagier? Langue(s) et identité dans la nouvelle économie. *Langage et société, 118*, 5-16.

Huck, D. & Blanchet, P. (dir.) (2005). *Minorations, minorisations, minorités*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.

Jodelet, D. (éd.) (1989). *Les représentations sociales*. Paris: PUF.

Kerbrat-Orecchioni, C. (2002). *L'énonciation*. Paris: Armand Colin.

Matthey, M. (éd.) (1997). *Contacts de langues et représentations*. Neuchâtel: Université de Neuchâtel.

Moliner, P. & Guterman, M. (2004). Dynamique des descriptions et des explications dans une représentation sociale. *Papers on Social Representations, Textes sur les représentations sociales, 13,* 2.1-2.12. Disponible en ligne: http://www.psr.jku.at/

Mondada, L. (2004). Représentations, stéréotypes, catégorisations: de nouvelles voies pour la sociolinguistique et la linguistique de l'acquisition? In L. Gajo, M. Matthey, D. Moore & C. Serra (dir.), *Un parcours au contact des langues. Textes de Bernard Py commentés* (pp.257-260). Paris: Didier.

Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image, son public*. Paris: PUF.

Moscovici, S. & Vignaux, G. (1994). Le concept de Thêmata. In Ch. Guimelli (dir.), *Structures et transformations des représentations sociales* (pp.25-72). Neuchâtel: Delachaux et Niestlé.

Py, B. (2000). Représentations sociales et discours. Questions épistémologiques et méthodologiques. *TRANEL*, *32,* 5-20.

Py, B. (2004). Pour une approche linguistique des représentations sociales. *Langages, 154,* 6-19.

Singy, P. (1996). *L'image du français en Suisse romande. Une enquête sociolinguistique en pays de Vaud.* Paris: L'Harmattan.

Truchot, C. (2008). *Europe: l'enjeu linguistique*. Paris: La documentation française.

Truchot, C. & Huck, D. (2009). Le traitement des langues dans les entreprises. *Sociolinguistica, 23*, 1-31.