

LANGUES ET RELATIONS DE SERVICE : INTRODUCTION

Virginie André

CRAPEL-ATILF
UMR 7118 CNRS
Nancy Université

Ce numéro spécial des *Mélanges CRAPEL* est constitué d'une sélection d'articles issus de communications présentées lors du colloque intitulé « Langues et relations de service : identités, interactions, formations ». Ce colloque international organisé par le CRAPEL (Centre de Recherches et d'Applications Pédagogiques en Langues) les 16 et 17 juin 2005 à l'Université de Nancy 2 avait pour objectif principal de poursuivre et d'enrichir un espace de discussion ouvert par l'une de ses équipes de recherche créée en 2002 : le Groupe de REFlexion SOCiolinguistique (GREFSOC).

Cette équipe, animée par Philip Riley, est composée à la fois de sociolinguistes et de didacticiens. Elle s'est donnée pour mission de réfléchir aux implications et applications pédagogiques de la recherche en sociolinguistique. Les premiers travaux du GREFSOC ont été consacrés à l'étude des aspects ethnolinguistiques de la construction sociale de l'identité¹. En analysant, dans le discours, la construction de l'identité et de l'ethos, c'est-à-dire l'image que le locuteur souhaite donner de lui-même et celle que l'interlocuteur reçoit ou perçoit, les travaux du groupe se sont penchés sur les représentations déclarées d'une « bonne interaction » et sur les vertus communicatives telles qu'elles sont décrites par Marui *et al.* (1996). Profondément ancrée dans le domaine du plurilinguisme, l'équipe s'est naturellement interrogée sur les différences interculturelles de ces vertus ainsi que sur les conséquences de ces différences sur l'interaction et sur l'interprétation du déroulement de l'interaction. Si chaque individu entrant dans une interaction s'attend généralement à ce que son interlocuteur fasse preuve de vertus communicatives c'est-à-dire d'amabilité, de sympathie ou encore de politesse, nous pouvons nous

¹ Voir à ce propos les récents travaux de P. Riley (2007)

interroger sur les manifestations linguistiques et interactionnelles effectivement attendues par les interactants. Si les mêmes vertus communicatives sont souvent attendues, les réalisations de ces dernières peuvent varier selon les pratiques et les habitudes culturelles des locuteurs.

Ces différences interculturelles et leurs conséquences sont analysées par le groupe en vue de leur prise en compte dans les programmes de formation de prestataires de service et d'apprenants du français langue étrangère. Elles ont également participé à la réflexion menée le GREFSOC concernant la notion d' « étranger compétent » et l'abandon du modèle idéal du locuteur natif (GREFSOC, 2003).

Les enquêtes de terrain du GREFSOC se sont rapidement orientées vers les relations de service. La problématique discutée au sein du groupe est notamment née des mauvaises impressions fréquemment confiées par des étrangers aux membres du CRAPEL² concernant leurs contacts avec les administrations françaises. Ces multiples constats ont conduit l'équipe à mener tout d'abord une réflexion sur la notion même de relation de service, ses enjeux, ses réalisations linguistiques ou encore ses présupposés culturels.

La relation de service est une rencontre interactionnelle et un moyen d'action incontournables. Quelle soit administrative, à La poste, à la gare, à la préfecture ou encore à la mairie, ou liée à l'activité d'entreprises marchandes, banques, librairies, boutiques de vêtements ou encore épicerie, la relation de service met en scène au moins deux protagonistes impliqués à la fois dans une interaction technique et professionnelle et dans une relation interpersonnelle (Goffman, 1968). Ces deux aspects de la relation de service conditionnent à part égale les conditions de réussite de l'interaction.

Si de nombreuses études ont été réalisées sur la relation de service et ses multiples facettes³, peu se sont consacrées à l'échange exolingue, c'est-à-dire entre un locuteur natif et un locuteur non natif, dans ce type de situation. Les interactions de service se déroulent selon certains schémas sociaux préétablis et la valeur performative de certains énoncés augmente leur dimension socioculturelle. La seule compétence linguistique ne garantit pas au locuteur-usager-client étranger une intercompréhension totale avec son interlocuteur-prestataire. Dans une étude antérieure, les agents EDF-GDF précisaient déjà que le client étranger devait savoir :

² Le CRAPEL reçoit de nombreux enseignants, stagiaires ou étudiants étrangers tout au long de l'année dans le cadre de formations, consultations ou expertises dans le domaine de l'enseignement/apprentissage des langues.

³ Les membres du réseau « Langage et travail » ont analysés la relation de service dès les années 1990 au sein de différentes organisations (Police, SNCF, EDF, RATP, Air France, etc.).

s'identifier, identifier le service approprié, formuler sa demande, exprimer une protestation, faire référence à un contact ultérieur tout en utilisant les modalités expressives appropriées (Borzeix, Girin, Lacoste, Grosjean, 1992). Ces savoir-faire complexes ne sont que très rarement abordés dans les méthodes d'enseignement/apprentissage des langues.

En outre, les récentes transformations de certaines situations de travail ne facilitent pas l'acquisition de ces compétences appropriées par les locuteurs. Dans des travaux précédents (André, 2003, 2006), nous avons constaté qu'aujourd'hui, parallèlement au déclin du taylorisme dans les secteurs d'activités où ce mode d'organisation du travail était largement répandu il y a plusieurs années, nous assistons à une sorte de « taylorisation » de secteurs d'activités qui ne l'ont jamais été auparavant. Le développement de prescriptions et les tentatives managériales visant à appliquer un modèle proche du taylorisme apparaissent dans le secteur tertiaire. Une des manifestations les plus évidentes de cette nouvelle organisation du travail est sans doute palpable dans les relations de service et notamment dans ce qu'on appelle désormais les *call-centers* ou les centres d'appel. Là où certains dirigeants favorisent et encouragent désormais l'expression des opérateurs⁴, d'autres cherchent à prescrire et à contrôler leurs interactions verbales en imposant une « hygiène verbale » à respecter (Cameron, 1995).

Ce nouveau mode de gestion de l'activité va jusqu'à développer des prescriptions langagières avec des obligations pour les employés de suivre des scripts ou des discours standardisés imposés par la direction lors de leurs interactions avec les clients. Si les secteurs d'activités s'éloignant d'une organisation du travail proche du taylorisme laissent une plus grande part à la subjectivité des salariés et à leur expression individuelle et collective, nous assistons dans ce cas à une négation de l'individu au profit d'une déshumanisation voire d'une robotisation de la relation de service. Nous pouvons alors nous interroger sur la relation établie entre le professionnel et son client, sur la prise en compte de l'autre dans la relation et sur la compétence de communication développée par le prestataire de service face à des individus-clients.

Les principales « règles d'or » régissant les relations de service définissent les attitudes que les employés doivent adopter : « être poli », « bien articuler », avoir une voix « posée et souriante », « ne pas utiliser de termes négatifs » (Di Ruzza, 2003, p.14). Dans certains cas, le document décrit concrètement le discours et les paroles que doivent prononcer les salariés dès qu'un contact est établi avec un client.

⁴ Nous renvoyons ici aux différentes initiatives prises par certaines entreprises pour écouter, consulter et prendre en compte les paroles de leurs employés sur leur travail pour notamment améliorer les conditions de travail et de production.

Lors d'une récente étude menée au sein du GREFSOC concernant plus précisément les relations de service exolingues, différents types de formations ou de consignes destinés aux professionnels et prestataires de services ont été observés. La consigne née à La Poste dans les années 1990 et appelée BRASMA a particulièrement retenue notre attention. Ce nouveau terme mnémotechnique est en réalité un modèle de communication imposé aux employés quel que soit le cadre participatif au sens de Goffman. Chaque agent est tenu de respecter cette prescription langagière signifiant : Bonjour, Regard, Attention, Sourire, Merci, Au revoir (André, 2003). Pour la direction de La Poste, respecter strictement le BRASMA, c'est faire preuve d'hygiène verbale ainsi que de vertus communicatives telles que : courtoisie, sympathie, respect, sérieux ou compétence. Les formules standardisées imposées par la direction visent à réduire la subjectivité de l'individu afin d'améliorer les interactions avec les clients. Malheureusement, l'effet inverse est souvent constaté. L'interaction est amputée dans la mesure où elle n'est plus co-construite par les participants en face à face mais elle est dirigée par un cadre imposé.

Si les organisations qui ont proposé cette rationalisation de la relation de service pensaient placer l'utilisateur au centre de toutes les préoccupations des employés (ou au moins en donner le sentiment), il semblerait qu'elles n'aient pas pensé aux relations exolingues. L'étude menée au sein du GREFSOC et impulsée par des préoccupations interculturelles a largement démontré que ces prescriptions langagières, nées dans un contexte économique difficile avec une concurrence naissante face aux services publics, ne sont pas garantes de bonnes interactions communicatives ni d'efficacité commerciale. Paradoxalement, le rapprochement, souhaité ou imposé par les administrations et les entreprises marchandes, entre fonctionnaires et usagers ou entre commerciaux et clients est perçu souvent comme une déshumanisation de la relation de service avec une absence de prise en compte de l'identité de l'utilisateur-client.

Plutôt que de tenter de figer au maximum les interactions de service en prescrivant un ensemble de pratiques langagières, il semble qu'il conviendrait plutôt de s'interroger sur la compétence de communication développée ou à développer par les employés ou les futurs employés amener à être en contact avec des usagers ou des clients⁵. La compétence de communication prend une part non négligeable dans l'ensemble des compétences requises dans le monde du travail. L'importance

⁵ Nous ne reviendrons pas ici sur le glissement terminologique d'utilisateur à client dans les relations de service public mais il est également significatif d'une transformation de ces mêmes relations.

des compétences langagières orales au travail devrait donc être prise en compte dans la formation des futurs travailleurs cependant ces derniers se heurtent généralement à un problème dû au poids traditionnellement plus lourd de l'écrit par rapport à l'oral. A ce propos, J. Boutet s'interroge :

Pourquoi la formation initiale se désintéresse-t-elle de l'enseignement de l'oral, de la communication, alors même qu'au bout de la chaîne, elle ne peut pas ne pas se rendre compte que, sur le marché du travail, les habiletés langagières sont devenues un enjeu important de l'employabilité des jeunes, aussi bien dans les dispositifs d'insertion que dans les entretiens des agences de l'ANPE ? (1998, p.78).

Nous pouvons retrouver dans cette problématique des traces du débat initié par D. Hymes (1984) face à N. Chomsky à propos de la compétence linguistique. Dans le monde du travail, à l'instar de toute situation sociale, la seule compétence linguistique n'est pas suffisante, les salariés doivent être capables de communiquer de façon adaptée, notamment en respectant les règles et les normes établies par l'entreprise et en mettant en œuvre une compétence de communication.

Si dans le domaine de l'enseignement/apprentissage des langues, les sociolinguistes ont largement apporté leur contribution à l'amélioration des formations et des méthodes pédagogiques, ils n'ont instauré que peu de contacts avec le monde de l'entreprise pour répondre à ces mêmes questions de formation. Les formations en entreprise souvent intitulées « en communication » ou « à la communication » sont généralement élaborées par des « consultants » et restent basées sur des modèles issus notamment de la psychologie tels que l'analyse transactionnelle élaborée dans les années 1950 par le psychologue E. Berne. Elles utilisent des outils tels que la simulation de situations ou les jeux de rôles. Les références en matière de théorie de la communication se résument souvent au schéma de C. Shannon et W. Weaver issu de la cybernétique.

A l'instar de certaines méthodes d'enseignement/apprentissage des langues comme celle développée au sein du CRAPEL, l'introduction de documents authentiques dans la formation en entreprise peut être envisagée. A. Müller, dans une description de la formation continue en Allemagne, explique que des sociolinguistes ont proposé une méthode intitulée « simulation de cas authentiques » qui consiste à faire rejouer les employés en formation une « conversation authentique ayant eu lieu quelques jours auparavant » (1998, p.131) afin de la comparer à la conversation authentique qui a été enregistrée au moment de son déroulement. Cette méthode de formation a montré quels pouvaient être les atouts pour les employés de l'entreprise d'être « confrontés directement à la réalité grâce à leur propre communication » (*Ibid.*).

Pour répondre à ces questions d'identités et d'interactions en situations de travail, le colloque s'est articulé autour de quatre axes traitant chacun d'aspects remarquables des relations de service :

- la communication exolingue et interculturelle
- les interactions commerciales
- les notions d'ethos et d'image de soi
- les pratiques communicatives et les actes de parole spécifiques

Au sein de chacun de ces axes, les participants se sont interrogés sur les applications et les implications de leurs travaux dans le domaine de la didactique des langues.

Le terme « relation de service » recouvre une pluralité de situations de communication assez bien représentée dans les communications du colloque ainsi que dans les articles de ce présent numéro. Ainsi, les articles suivants analysent des interactions orales ayant eu lieu au sein de centre d'appels, d'administrations, de commerces, d'agences de voyages ainsi que des interactions écrites entre clients et chargés de relations clientèles.

Dans le premier article de ce numéro, **Hugo Bowles** s'intéresse à la situation toute particulière des centres d'appel ou *call-centers* et plus précisément aux formations en langue proposées à leurs salariés. En adoptant une approche conversationnelle et sociolinguistique, l'auteur analyse le langage prescrit par un centre d'appel italien et les réactions des salariés face à l'imposition de cette « hygiène verbale ». Hugo bowles montre comment des conflits identitaires peuvent naître de ces prescriptions langagières au travail.

L'article de **Sophie Bailly**, membre du GREFSOC, présente une partie des travaux effectués par le groupe en se concentrant sur les aspects interculturels et plus précisément sur les points de divergence et de convergence entre les différentes attentes des participants aux relations de service. En cernant les notions d'identité et de construction sociale dans et par le discours interactif, le GREFSOC s'est doté d'un ensemble d'outils conceptuels et méthodologiques lui permettant d'analyser les données recueillies auprès d'usagers-clients et au sein de divers services. Sophie Bailly montre notamment dans cet article que les participants ont des attentes qui dépassent la simple relation professionnelle et transactionnelle orientée uniquement vers le bien ou le service visé par le client ou l'utilisateur et délivré ou délivrable par le prestataire.

Astrid Berrier examine ensuite les interactions au sein de deux commerces québécois : un « dépanneur » et une librairie. Son analyse socio-pragmatique et conversationnelle se penche plus particulièrement sur les manifestations langagières et interactionnelles de la requête et de la politesse ainsi que sur leur place dans le

discours des participants à la relation de service. Cette étude amène l'auteure à s'interroger sur les documents et les corpus d'interactions fournis dans les manuels de français langue étrangère et français langue seconde.

Dans une perspective interculturelle, **Loubna Dimachki** compare des interactions dans des petits commerces (épiceries et pharmacies) en France et au Liban. Elle cherche à identifier les différences et les similitudes de cette « sous-catégorie » des relations de service afin d'en déceler le script ou la structure générale. L'étude comparative met en évidence les spécificités interactionnelles et rituelles des interactions de commerce dans chaque pays.

De son côté, **Anne-Catherine Oudart** met en lumière la difficile tâche que doivent accomplir les rédacteurs de réponses aux lettres de réclamations des clients d'entreprises de vente par correspondance. Tirillés entre plusieurs postures énonciatives, les Chargés de Relation clientèle doivent faire face à des conflits émotionnels liés d'une part à leur rôle professionnel et d'autre part à leurs sentiments personnels.

Enfin, **Marie-José Gremmo** et **Catalina Molina Campbells** se penchent plus spécifiquement sur la formation en langue dans le service touristique. Elles présentent dans un premier temps la méthode de français langue étrangère *Vacances Cubaines* conçues pour la formation des professionnels du tourisme à Cuba. Elles expliquent que cette méthode vise à développer la compétence communicative et comporte une forte dimension de sensibilisation à l'interaction interculturelle. Dans un second temps, les auteures nous présentent les résultats de leur étude menée quelques années après la formation des prestataires de service. Cette étude cherche à évaluer à la fois l'effet des activités de la méthode visant justement à développer chez les apprenants une compétence interculturelle et la manière dont se met en œuvre l'interculturalité inhérente à la situation touristique.

BIBLIOGRAPHIE

ANDRÉ, Virginie, 2003. « 'BRASMA': Communicative virtues and service encounters in France », *"The Consequences of Mobility : Linguistics and Sociocultural Contact Zones"*, Colloque international, les 15 et 16 mai, Roskilde (Denmark).

ANDRÉ, Virginie, 2006, *Construction collaborative du discours au sein de réunions de travail en entreprise : de l'analyse micro-linguistique à l'analyse socio-interactionnelle. Le cas d'un Parc départemental de l'Équipement.*, 2 volumes, Thèse de Doctorat : Sciences du langage, sous la direction de Philip Riley, Université Nancy 2.

ANDRÉ, Virginie and CASTILLO Désirée. « The 'Competent Foreigner': A new model for foreign language didactics? ». In Preisler B., Fabricius A., Haberland H., Kjaerbeck S. and Risager K. (Eds). *The Consequences of Mobility: Linguistic and Sociocultural Contact Zones*, Roskilde (Denmark): Roskilde University, p.154-162. Disponible sur : http://www.ruc.dk/cuid/publikationer/publikationer/mobility/mobility2/Andre_Castillo/, page consultée le 07/01/08.

BORZEIX, A., GIRIN, J., LACOSTE, M., GROSJEAN M., 1992. *EDF-GDF Bonjour ! L'interaction agent-client à l'accueil*. Paris : Ecole Polytechnique.

BOUTET, J., 1998. « Aspects linguistiques, ergonomiques et didactiques de la parole au travail ». In LAZAR A. (Ed.). *Langage(s) et travail : Enjeux de formation*, Actes du colloque INRP/CNAM/CNRS-LT. Paris : INRP, p.75-78.

CAMERON, D., 1995. *Verbal Hygiene*, London: Routledge.

DI RUZZA, R., 2003. « La prescription du travail dans les centres d'appels téléphoniques ». *Revue de l'Ires*, 43, Disponible sur : <http://www.ires-fr.org/IMG/File/r435.pdf>, page consultée le 07/01/08.

GOFFMAN, E., 1968. *Asiles. Etudes sur la condition sociale des malades mentaux*. Paris : Editions de minuit.

GREFSOC, 2003. « L'étranger compétent. Un nouvel objectif pour la didactique des langues. ». In GROUX D. et HOLEC H. (Dir.). *Une identité plurielle. Mélanges offerts à Louis Porcher*. Paris : L'Harmattan, p.535-550.

HYMES, D., 1984. *Vers la compétence de communication*. Paris : Hatier.

MARUI, I. *et al.* 1996. « Concepts of Communicative Virtues (CCV) in Japanese and German ». In HELLINGER M. and AMMON U., *Contrastive Sociolinguistics*. New York: Mouton de Gruyter, p.385-409.

MULLER A., 1998. « La formation continue dans les entreprises allemandes ». In LAZAR A. (Ed.). *Langage(s) et travail : Enjeux de formation*, Actes du colloque INRP/CNAM/CNRS-LT, Octobre 1998, Paris, INRP, p.129-131.

RILEY P., 2007. *Language, Culture and Identity. An Ethnolinguistic Perspective*. London: Continuum.