

EDITORIAL:

Une politique des langues n'est pas seulement une question de trouver, dans chaque pays, un équilibre entre la langue nationale et la langue anglaise qui se propage.

Aujourd'hui, l'importance des langues, autres que l'anglais, dans le commerce, l'industrie, le monde des finances et même dans le secteur public, commence à se refléter dans les offres d'emploi. Dans les entreprises, les langues sont devenues un facteur important de la compétitivité, et les brochures, les notices, les sites etc., en plusieurs langues, ne font plus exception. Le monde des affaires a même emprunté au monde de l'informatique un nouveau terme : « la localisation », pour désigner « l'adaptation globale d'un produit au marché d'une autre langue ».

Or quelles sont les stratégies mises en place dans les différents secteurs pour faire face à cette situation ?

Malheureusement, les recherches systématiques sur les pratiques linguistiques des entreprises sont plutôt rares. Aussi avons nous, dans un précédent numéro de notre revue¹, attiré l'attention sur les études lancées par la Direction Générale de la Langue Française (DGLF) en 2001 sur les pratiques linguistiques dans les entreprises françaises. Les résultats de ces études ne semblent pas encore avoir été publiés, mais un autre rapport, le « Rapport Tasca », de la DGLF sur le même sujet, résultat d'une mission d'exploration menée auprès de quelques grandes entreprises françaises, a paru fin 2003².

Bien qu'il s'agisse d'une analyse de la situation en France dans un nombre limité d'entreprises, les faits relevés dans ce rapport ressemblent bien à ceux qu'on connaît dans d'autres pays.

Pour ce qui est des politiques linguistiques des entreprises Tasca conclut : « Il existe rarement une véritable politique linguistique au sens d'une réflexion approfondie débouchant sur des choix stratégiques. [...] C'est le pragmatisme qui règne en maître » et elle ajoute « Le pragmatisme n'en a pas moins des conséquences donnant à « l'anglais » une position dominante dans et hors de l'héxagone. »

Un chapitre du rapport est consacré aux usages linguistiques dans les rouages de l'entreprise. Un tableau nuancé montre que le français est encore prédominant (surtout dans les conseils d'administration, et les comités d'entreprise) mais que l'anglais est de plus en plus utilisé dans les conseils de direction, les comités exécutifs et même dans les réunions de travail.

¹ LSP and Professional Communication, Volume 2, Number 1 (April 2002)

² Catherine Tasca: "Le rapport Tasca sur les pratiques linguistiques des entreprises françaises", juillet 2003. <http://www.culture.gouv.fr/culture/dglf/politique-langue/rapport-tasca.html>

L'auteur constate donc globalement que : « L'anglais » est installé et jugé irremplaçable dans une part croissante de l'activité des entreprises, mais elle souligne aussi que cet « anglais », « véhicule de communication universel » imposé par l'internationalisation des échanges est « en fait un anglo-américain d'usage, très appauvri, qui a envahi le monde du commerce, des affaires de la diplomatie, de la recherche et des technologies ». Tout le monde reconnaît sa pauvreté : « peu de mots, peu de nuances d'où un affaiblissement des capacités de négociation. [...] Pourtant on s'en contente » et la nécessité de savoir « l'anglais » ne se discute plus.

D'autre part, « on » sent la nécessité de pratiquer le français et le devoir d'apprendre les langues locales : le chinois, le polonais, l'espagnol etc.. Il semblerait donc que les entreprises commencent à réaliser qu'on touche mieux la clientèle d'un pays dans sa propre langue et qu'on communique mieux lorsqu'il y a vraiment connaissance de la culture de l'autre. Aussi, « plus l'entreprise est tournée vers l'extérieur, plus l'exigence du plurilinguisme est grande ».

La clé d'une carrière internationale dans un groupe français est donc, selon Catherine Tasca, la maîtrise de « l'anglais », du français et d'une troisième langue.

Dans un article dans le *Nouvel Observateur*³, Véronique Radier arrive à la même conclusion : « Une langue étrangère est donc indispensable, mais dans un marché de l'emploi de plus en plus concurrentiel, deux, voire trois, c'est évidemment beaucoup mieux. ». Reste à savoir lesquelles ? Cela dépend dans une certaine mesure des pays. En France ce serait surtout l'allemand. Selon une des sources de Véronique Radier, « 150.000 professionnels parlant allemand manquent à l'appel », mais la situation est très comparable pour l'italien, de même que la demande monte pour les langues dites « rares » comme le chinois, le coréen et même les langues scandinaves.

Or depuis une quinzaine d'années, dans beaucoup de pays européens, les langues étrangères, autre que l'anglais, disparaissent lentement mais sûrement de l'enseignement secondaire et supérieur. Les jeunes, qui sont persuadés que l'anglais suffit, abandonnent les autres langues et fautes d'élèves, d'étudiants et d'enseignants, on ferme des classes et on ferme des facultés.

Il ne serait donc pas trop tôt de mettre en place des politiques linguistiques nationales qui raniment l'enseignement des langues à tous les niveaux, sans quoi le multilinguisme restera une utopie.

Le Comité Rédacteur

³ Véronique Radier: "Les langues.... toujours plus". *Nouvel Observateur*, Hebdo N°2031, octobre 2003.