

LA COMMUNICATION INTERCULTURELLE DANS LE CADRE DES AFFAIRES INTERNATIONALES

La mondialisation a entraîné une intensification des interactions entre individus de cultures différentes dans le cadre professionnel. Cela requiert une compétence communicationnelle interculturelle, dépassant la simple maîtrise linguistique. La communication interculturelle se définit comme un processus d'échange entre interlocuteurs appartenant à des contextes culturels distincts, mobilisant différents systèmes de valeurs, normes et référents linguistiques.

Edward T. Hall (1959, 1966, 1990) distingue les cultures à haut contexte, où une grande part du message repose sur des éléments implicites, des cultures à bas contexte, qui privilégient la clarté explicite [1]. Ce contraste linguistique affecte directement les pratiques communicationnelles : une entreprise chinoise (haut contexte) misera sur des signes non verbaux, tandis qu'une société allemande (bas contexte) se focalisera sur des formulations claires et structurées.

Geert Hofstede (2001) décrit des dimensions culturelles telles que l'individualisme vs collectivisme, l'évasivité face à l'incertitude, ou la distance hiérarchique, chacune influençant styles de négociation et prises de décision [2]. Par exemple, les entreprises françaises peuvent adopter un style indirect, tandis que les allemands privilégient un style direct et rationnel, conforme à l'individualisme et faible tolérance à l'incertitude.

Stella Ting-Toomey (1985) introduit la notion de «face» – l'image de soi en interaction – sa sauvegarde étant essentielle surtout dans des cultures collectives [3]. En Chine ou en Arabie saoudite, la protection de la face guide le langage employé (ton, structure, formules atténuantes). En France, le formalisme linguistique et l'usage du vouvoiement reflètent cette même hygiène relationnelle.

La Communication Accommodation Theory (CAT) explore les dynamiques de convergence/divergence dans les échanges interculturels [4]. Dans un contexte d'affaires, cela se traduit par des adaptations linguistiques volontaires ou non, facilitant ou rapprochant la compréhension mutuelle – par exemple, ajuster son niveau de formalité selon son interlocuteur français ou saoudien.

La communication interculturelle est une interaction et un échange entre représentants de différentes cultures. Elle implique à la fois des contacts personnels et des formes de communication médiatisées (écrite ou de masse). Au cours de cette communication, des différences dans les modes de communication, les valeurs ou les traditions nationales peuvent apparaître, compliquant ainsi la compréhension mutuelle et risquant de provoquer des conflits interculturels. Les gestes, expressions faciales et postures sont

également des éléments de communication, porteurs de significations différentes selon les cultures. Chaque culture possède son propre style de communication, dont la connaissance est cruciale pour comprendre les valeurs de son interlocuteur et éviter les pièges des stéréotypes nationaux. Des styles de communication compatibles facilitent l'empathie, rendent le comportement des partenaires commerciaux plus prévisible, et permettent à la communication non verbale de renforcer la compréhension mutuelle. En revanche, un style de communication incompris peut être perçu comme «incorrect».

Pour rendre la communication interculturelle plus efficace et harmonieuse, plusieurs aspects clés doivent être pris en compte. Voici quelques recommandations:

1. Respect des différences culturelles: comprendre et respecter les traditions et cultures d'autrui est fondamental pour établir une compréhension mutuelle et éviter les conflits.

2. Écoute active et empathie: il est important de rester ouvert aux idées, points de vue et nuances culturelles. L'écoute attentive et la capacité à se mettre à la place de l'autre favorisent une meilleure compréhension.

3. Connaissance des caractéristiques culturelles: apprendre les normes et valeurs culturelles des autres pays développe la compétence interculturelle.

4. Apprentissage des langues: connaître la langue et la culture d'un autre pays ouvre de nouvelles possibilités de communication et renforce le respect mutuel.

5. Éviter les stéréotypes et préjugés: adopter une attitude ouverte et impartiale favorise une compréhension profonde des autres.

6. Souplesse et tolérance: être flexible face aux différences culturelles permet de mieux les gérer et d'élargir sa vision.

7. Communication non verbale: les gestes, expressions et le ton de la voix peuvent varier considérablement d'une culture à l'autre. Il est essentiel d'y être attentif.

La France est l'un des partenaires économiques majeurs de nombreux pays européens, y compris le Bélarus. Elle possède une riche tradition de diplomatie, de débat intellectuel et de formalisme dans les affaires. Dans les relations d'affaires françaises, le respect de la hiérarchie, la courtoisie et la politesse formelle sont essentiels. la communication est souvent indirecte et nuancée: il convient d'être attentif aux implicites et de ne pas interrompre l'interlocuteur. Les Français apprécient les discussions approfondies et bien argumentées, avec un grand attachement à la logique et à l'élégance du langage. Les réunions commencent souvent par une conversation informelle, et il est mal vu de passer directement aux affaires sans un minimum de courtoisie. Les titres académiques et professionnels sont souvent utilisés dans les échanges, surtout dans les premières rencontres. la ponctualité est appréciée, bien que certains retards mineurs puissent être tolérés, surtout dans un cadre moins formel. Les décisions peuvent prendre du temps, car elles

sont généralement prises après consultation collective ou validation par la hiérarchie. Le code vestimentaire est important: une apparence soignée et élégante est perçue comme un signe de sérieux. Les cartes de visite sont échangées, mais sans rituel particulier. En matière de cadeaux, il est recommandé d'éviter ce geste lors de la première rencontre. Si l'échange de cadeaux est prévu, il doit être de bonne qualité, mais sans excès, et refléter un bon goût (vin français, produits gastronomiques ou livres sont bien vus). Enfin, la culture française accorde une grande valeur à la souveraineté nationale, à la langue française et à la fierté culturelle. Montrer un intérêt sincère pour la langue, la culture ou l'histoire de la France est souvent un facteur positif dans l'établissement de relations professionnelles durables.

Le français sur objectifs spécifiques (FOS) vise à développer des compétences langagières ciblées pour répondre aux besoins professionnels ou académiques spécifiques d'un apprenant non francophone [5]. Dans le cadre des affaires internationales, cela implique: la maîtrise du lexique professionnel (import-export, négociation, finance, logistique); l'acquisition de formules de politesse codifiées; l'appropriation des genres discursifs professionnels (courriel, présentation orale, réunion); la prise en compte des dimensions interculturelles de l'échange.

À partir de ces observations, plusieurs recommandations didactiques s'imposent:

- didactiser les actes de langage professionnels (remercier, refuser poliment, négocier);
- travailler l'intonation et les marqueurs de modalité (ex. : ***peut-être, à mon sens***);
- utiliser des scénarios interculturels pour simuler des situations conflictuelles et les désamorcer avec des outils linguistiques adaptés;
- favoriser l'analyse contrastive entre les styles discursifs du français et ceux de la langue maternelle des apprenants (ex. : russe, biélorusse).

Le développement des compétences en FOS orienté communication interculturelle est une réponse didactique pertinente à la complexité croissante des échanges internationaux. L'enseignement linguistique ne peut être dissocié de l'analyse pragmatique et culturelle des interactions professionnelles. Les exemples réels de corpus confirment l'importance d'un enseignement contextualisé et culturellement sensible du français professionnel.

Список цитированных источников

1. Hall, E. T. The Silent Language. The Hidden Dimension. Understanding Cultural Differences / E. T. Hall. – [S. l.] : [s. n.], 1959, 1966, 1990. – URL: <https://www.academia.edu> (date of access: 21.04.2025).
2. Hofstede, G. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations / G. Hofstede. – 2nd ed. – Thousand Oaks, CA : Sage Publications, 2001. – 596 p.

3. Ting-Toomey, S. Toward a theory of conflict and culture / S. Ting-Toomey // Communication, culture, and organizational processes ; ed. W. B. Gudykunst, Y. Y. Kim. – Beverly Hills, CA : Sage, 1985. – P. 71–86.
4. Giles, H. Communication accommodation theory: Past accomplishments, current trends, and future prospects / H. Giles, A. L. Edwards, J. B. Walther // Language Sciences. – 2023. – Vol. 99. – Article ID: 101571. URL: <https://doi.org/10.1016/j.langsci.2023.101571> (date of access: 21.04.2025).
5. Mangiante, J.-M. Le français sur objectifs spécifiques : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours / J.-M. Mangiante, C. Parpette. – Paris : Hachette, 2004. – 192 p.