

## ***Littérature et enseignement des langues à des économistes***

### **Introduction**

Philologue germanique de formation, j'enseigne l'anglais, langue étrangère, dans une faculté de sciences économiques depuis un certain nombre d'années. Si j'avais eu, à mes débuts, à dissertar sur les rapports entre « langue littéraire et langue de spécialité », en l'occurrence de l'enseignement de l'anglais littéraire ou de l'anglais économique dans une faculté de sciences économiques, je n'aurais pas hésité une seconde : je me serais lancé dans un plaidoyer aussi sincère que passionné pour la défense inconditionnelle de l'enseignement de la langue économique à l'exclusion de toute langue littéraire. Ne me faut-il pas, dans le cadre de mon enseignement, préparer au mieux et au plus vite les futurs économistes à la négociation de contrats en anglais ? La Belgique étant un pays dont l'activité économique principale est basée sur l'exportation, ne convient-il pas que les commerciaux sortis de ses universités et de ses hautes écoles soient à même de vendre les produits belges sur les marchés extérieurs dans l'idiome le plus utilisé dans les transactions relevant de l'exportation ?

Les années ont passé et la belle certitude d'antan s'est muée en réflexion épistémologique sur le rapport « langue littéraire - langue de spécialité » dans l'économie de l'enseignement d'une langue étrangère à des étudiants en sciences de gestion. Ce qui va suivre se veut le reflet de mes interrogations, de mes difficultés, de mes hésitations, voire de mes errements.

### **Langue et culture**

La négociation d'un contrat est, par essence, synonyme de communication. Or, tout acte de communication, particulièrement entre deux locuteurs natifs de langues différentes, fait apparaître des traits culturels différents portés par l'un ou l'autre des protagonistes et est, en d'autres termes, un processus d'interculturalité (Denoux – 1994, pp. 67-81). Il est clair également que la négociation commerciale est une situation interculturelle segmentaire (la confrontation de deux cultures commerciales) qui s'inscrit dans un ensemble plus vaste, celui de l'interculturel en général, c'est-à-dire de la mise en présence de deux cultures dans leur globalité.

En outre, l'enseignement de la langue de spécialité ne se fait pas par le truchement de l'étude de listes de mots tirés de dictionnaires spécialisés. L'enseignant a souvent recours, à juste titre d'ailleurs, à des textes à caractère économique. Or, même si ces écrits se veulent aussi pragmatiques que possible, le temps c'est de l'argent, ils ne peuvent être dissociés de la culture de la langue dans laquelle ils sont rédigés. Leurs auteurs respectifs ne sont-ils pas d'ailleurs, des « produits » de cette culture ?

De plus, il apparaît que les formations d'aujourd'hui, parfois spécialisées à outrance, seront demain remplacées par des enseignements plus généraux. Que l'on songe à Jean Billaud, qui dans son livre « L'homme et la culture » (1996, p. 89) souligne ce qui suit : « La société a besoin de spécialistes, elle en fabrique. Demain, il lui en faudra davantage

mais, si les spécialistes d'aujourd'hui sont encore monovalents, cloisonnés parfois dans des secteurs très étroits, entièrement au service de l'économie la plupart du temps, ceux de demain, plus spécialisés encore, devront être polyvalents – déjà, on demande que les ingénieurs, les technocrates soient aussi des « littéraires ». L'imbrication des connaissances, l'interprétation des départements du savoir exigeront de l'individu un bagage intellectuel très précis et très poussé. Il ne s'agira plus d'être un expert en tel ou tel domaine, il faudra aussi dominer « philosophiquement » le sien et être conscient des implications que ses recherches, son travail auront sur l'ensemble des activités humaines ».

### **Définition de la « culture »**

Donner une définition de la "culture" n'est pas évident. Judith Martin et Thomas Nakayama (1997, p. 44) citent l'écrivain britannique Raymond Williams, qui a écrit que "culture 'is one of the two or three most complicated words in the English language'". ("culture" est l'un des deux ou trois mots les plus compliqués de la langue anglaise). Il en va de même dans le monde francophone. Il suffit de lire les écrits de Marcel Mauss, de Roger Bastide, de Claude Lévi-Strauss ou de Léopold Sédar Senghor pour s'en convaincre.

Par ailleurs, la définition est-elle nécessairement la même dans un contexte linguistique différent, dans l'univers anglo-saxon, notamment américain ? Comparons donc la façon dont nous francophones envisageons le problème par rapport aux Américains.

La définition la plus concise de la culture que j'ai trouvée provient du Petit Robert, qui la définit comme *l'ensemble des connaissances acquises qui permettent de développer le sens critique, le goût, le jugement*. Sous la même entrée, on peut encore lire : *Culture générale: dans les domaines considérés comme nécessaires à tous (en dehors des spécialités, des métiers)*. Comme on s'en rend compte à la lecture de cette définition, la culture générale est en quelque sorte une culture de monsieur tout le monde, ce qu'il convient de savoir en général ("*nécessaires à tous*"), sans entrer dans les domaines spécialisés ("*en dehors des spécialités, des métiers*").

Personnellement, je crois que, même s'il ne faut pas tout mélanger, on ne peut dans le cadre de l'enseignement d'une langue étrangère, à l'instar du Petit Robert, séparer culture et culture générale. C'est donc a fortiori à la fois de culture et de culture générale, c'est-à-dire de culture au sens large dont il sera question dans mon propos.

Judith Martin et Thomas Nakayama (1997, p. 46) définissent, ce qui de prime abord, semble être l'équivalent de "culture" et de "culture générale", à savoir "high culture" et "low culture" de la façon suivante : "High culture" fait référence à ces activités qui sont souvent l'apanage d'une certaine élite d'origine européenne, des classes aisées : danse classique, musique classique, littérature classique, beaux-arts. Les valeurs culturelles attachées à cette "high culture" sont à la fois transcendantes et intemporelles ("classiques"). Pour protéger cette "high culture", des musées, des salles de concert, des théâtres sont construits. Cette "high culture" est également partie intégrante de nombreux programmes universitaires.

Ils opposent à cette "high culture" la "low culture". Celle-ci se rapporte à la non-élite : cassettes vidéo, jeux télévisés, combats de catch, courses de stock car, graffiti, débats télévisés grand public. On considère ces activités comme indignes d'être prises au sérieux. Les valeurs culturelles véhiculées ne font l'objet d'aucune protection et ne sont pas considérées comme étant transcendantes et intemporelles. En général, elles n'interpellent pas d'autres cultures. Comme on le voit, cette distinction entre "high culture"

et "low culture" ne correspond pas à la distinction faite ci-dessus entre "culture" et "culture générale".

Le terme "low" a notamment des connotations négatives que n'a pas l'adjectif "général". On parlera alors en français de « culture de masse ». Billaud (1996, pp. 63-64) cite le sociologue Edgar Morin qui définit la culture de masse comme une « culture produite en fonction de sa diffusion massive et tendant à s'adresser à une masse humaine, c'est-à-dire à un agglomérat d'individus considérés en dehors de leur appartenance professionnelle ou sociale ». Et Billaud de poursuivre : « C'est une culture d'abord marginale proposée sur le marché, au même titre que n'importe quel autre produit et qui fait appel au plaisir et au désir. Sous-culture, par rapport à la culture dite supérieure, bourgeoise, universitaire, mais à la portée immense, et qui ne va pas tarder à semer la contestation et obliger la « culture noble » à se mettre en question ».

A « high culture » correspondrait donc « culture noble » et à « low culture » « culture de masse ».

Ces tentatives de mise en rapport des définitions francophones et américaines étant faites, il m'appartient maintenant de me poser la question de savoir ce que mes étudiants connaissent de la culture américaine et ce que les étudiants américains connaissent de la culture francophone européenne.

Nous avons donc été amenés à élaborer des questionnaires "culturels".

Ce dernier « nous » n'est pas de majesté. J'ai en effet mené l'enquête en collaboration avec Amy Casher de l'Université de Chicago et de Thomas Nakayama de l'Université d'Arizona.

## Les questionnaires

La difficulté majeure rencontrée lors de l'élaboration des questionnaires culturels a été de deux ordres

a) Répertorier les *domaines* dont il a été fait mention plus haut. Aussi, a-t-on essayé d'aborder ce qui semblait le plus représentatif après la lecture de nombreux ouvrages spécialisés sur « La Culture américaine » et « La Culture générale (francophone européenne) ». Nous sommes conscients de ce que les questionnaires peuvent sembler disparates et lacunaires. Mais existe-t-il un ensemble cohérent et identique représentatif de tout ce qu'est la culture? Tel Forest dans son livre *50 mots clés de la culture générale contemporaine* (1991), nous ne le croyons pas.

En conséquence, les questionnaires abordent divers secteurs du savoir et de l'activité humaine qui passent aussi bien par la vie de tous les jours, la vie sociale, le sport, la littérature, la musique que par le cinéma, l'histoire, la géographie, la politique, la religion et l'enseignement.

b) créer des questionnaires miroirs, c'est-à-dire qu'aux différents items du questionnaire rédigés en anglais à l'intention des étudiants américains pour mettre à jour ce qu'ils connaissent de la culture francophone, correspondent des items équivalents rédigés en français à l'intention des étudiants belges francophones pour faire ressortir ce qu'ils connaissent de la culture des Etats-Unis.

## **Constitution de l'échantillon**

Il s'agit des étudiants oeuvrant dans deux Business Schools sœurs, la Faculté Warocqué des Sciences Economiques de l'Université de Mons-Hainaut (Belgique) et le Lumpkin College of Business de la Eastern Illinois University (USA).

### **Echantillon belge**

Il s'agit de 90 étudiants de deuxième année à la Faculté Warocqué des Sciences Economiques de l'Université de Mons-Hainaut de l'année académique 1996-1997.

### **Echantillon américain**

Quelque 140 étudiants de deuxième année au Lumpkin College of Business de la Eastern Illinois University de l'année académique 1996-1997 ont répondu au questionnaire.

## **Collecte des données**

### **En Belgique**

En avril 1997, les étudiants belges ont reçu le questionnaire auquel ils ont été invités à ne rien ajouter qui permettrait de les identifier. Aucune limite de temps n'a été imposée.

### **Aux Etats-Unis**

Les étudiants américains ont passé le test (voir annexe 2) dans les mêmes conditions que celles décrites ci-dessus en septembre 1997.

## **Traitement statistique des données**

Le traitement statistique a été réalisé par le programme SPSS/PC+.

## **Discussion globale des résultats**

Pour rappel, le but de l'exercice était de déterminer qui des étudiants américains ou belges en connaissent le plus sur ses équivalents d'outre-Atlantique.

On peut considérer que grosso modo c'est l'égalité dans la médiocrité : les étudiants belges n'ont pratiquement aucune "culture générale américaine" et les étudiants américains n'ont aucune "culture générale européenne francophone".

Lorsque les étudiants belges en savent plus que leurs collègues américains, ce n'est pas dû à un système d'enseignement qui serait plus performant, mais bien au fait :

- qu'ils apprennent l'anglais et que par le biais de ce cours ils sont à même de lire des documents en langue anglaise et surtout de regarder des émissions de télévision en anglais;

- que les Etats-Unis sont une grande puissance, la seule pour l'instant et que leur influence militaire et économique est ressentie partout;
- que les médias européens, et particulièrement la télévision, se font l'écho du mode de vie américain, notamment par le biais des séries télévisées, des jeux télévisés, des compétitions sportives télévisées, des sessions religieuses animées par des prédicateurs, etc. ;
- que Hollywood inonde l'Europe de ses productions ;
- que les Etats-Unis représentent un immense tout, alors que l'Europe francophone est toujours perçue par les Américains (et par pas mal d'Européens) comme une mosaïque;

Toutes les connaissances qui devraient relever de l'enseignement, littérature, histoire, géographie sont quasiment nulles.

Le peu de connaissance de "l'autre" donne le vertige, surtout lorsqu'on songe que les Etats-Unis et l'Europe francophone font quand même partie de ce qu'il est convenu d'appeler "la civilisation occidentale".

Ces propos pessimistes ne doivent quand même pas nous faire perdre de vue que le peu que les étudiants belges, par exemple, semblent connaître du pays de l'Oncle Sam, est de loin supérieur à ce que connaissaient leurs grands-parents, comme en atteste Tintin en Amérique publié par Hergé en 1945 : Les Etats-Unis y sont décrits comme le pays:

- des gangsters de Chicago et des policiers corrompus;
- des cowboys et des indiens;
- du "business" avant tout (pétrole et villes champignons);

Les étudiants belges de l'échantillon considéré dans cette enquête n'en sont quand même plus là.

## **Réaction à l'enquête**

La première chose qui vient à l'esprit à la lecture des conclusions de l'enquête est la nécessité de préparer les étudiants au contexte culturel dans lequel ils vont devoir évoluer dans leur vie professionnelle. Il s'agit du même type de démarche que celle entreprise par E. T. Hall aux Etats-Unis après la seconde guerre mondiale. Le gouvernement américain et les milieux d'affaires d'outre-Atlantique estimaient que, pour des raisons d'efficacité, le personnel américain envoyé outre-mer devait être préparé à travailler dans des contextes culturels différents du modèle américain.

En conséquence, les cours dispensés au Foreign Service Institute mettaient l'accent sur les différences culturelles entre les façons de faire américaines et celles des pays où les opérateurs américains étaient envoyés. Un demi-siècle plus tard, ce type de cursus est toujours d'actualité mais rarement d'application. De nombreux manuels de management se délectent des débuts difficiles d'Euro-Disney Paris et mettent en évidence le peu de considération des décideurs américains pour le contexte culturel français.

Si dans un premier temps, il peut être bon de tenir compte des différences culturelles, il me semble cependant tout aussi important de mettre l'accent sur les similitudes, les

analogies, voire les identités de vue existant entre les protagonistes. Il ne faudrait pas tomber dans le travers de ces auteurs de manuels d'anglais à l'usage de francophones qui traumatisent les apprenants en les mettant constamment en garde vis-à-vis des faux-amis. Tout linguiste sait que les francophones trouvent dans le vocabulaire anglais plus de vrais amis que de faux amis !

Si je transpose cette comparaison lexicale dans le domaine de l'interculturel, je me rends compte que, s'il convient d'enseigner les différences, il faut cependant mettre l'accent sur les points communs. Les hommes, n'en déplaise à certains, sont tous les mêmes. Ils expriment dans le monde entier les mêmes sentiments. Ces expressions prennent cependant des formes différentes selon les régions. Je crois que les travaux de Joseph Campbell sur les mythologies devraient convaincre les plus sceptiques de l'existence de ce fond commun de comportements humains reliant tous les hommes entre eux. Ceci étant dit, comment enseigner à la fois les similitudes et les différences existant entre les groupes humains ? C'est ici à mon avis qu'il convient de revenir à la littérature.

### **Le texte littéraire**

Dans son cours sur "La Communication", soit dit en passant diffusé sur Internet, Annick Laveau définit la "communication" littéraire comme suit: "Parmi les textes écrits, certains présentent des qualités littéraires qui les distinguent des autres productions écrites. Le texte littéraire n'a pas pour fonction essentielle d'être utile, comme le sont un manuel de classe ou un mode d'emploi. Sa finalité pratique n'est donc pas primordiale. Le texte littéraire est avant tout apprécié pour la qualité de son écriture. C'est la forme qui marque donc la différence. Sa fonction expressive (expression des sentiments, des émotions) et sa fonction poétique (esthétique du langage) sont indissociables de sa fonction narrative (lorsqu'il nous raconte une histoire) ou argumentative (lorsqu'il cherche à nous convaincre).

Même si le seul argument "qualité de l'écriture" suffit, sur le plan personnel, à me convaincre de la pertinence de la lecture de textes littéraires dans un curriculum d'enseignement d'une langue (maternelle ou étrangère), j'aimerais mettre sur la table d'autres arguments en faveur d'un retour à la littérature.

Un cours de littérature ne consiste pas uniquement à lire ou faire lire des textes littéraires "hors contexte". Certains d'entre nous ont encore bénéficié de ces manuels de littérature dans lesquels l'extrait de l'œuvre littéraire était précédé d'une introduction historique et était resitué dans le développement des grands courants littéraires et philosophiques. Autrement dit, le texte littéraire était abordé dans son contexte "culturel".

Ceci dit, n'étant pas le seul acteur pédagogique dans le cursus des économistes, le professeur d'anglais est obligé de convaincre ses étudiants et ses collègues de spécialité de la pertinence d'une composante littéraire dans le cadre de l'enseignement de l'anglais à des économistes.

### **Littérature et étudiants**

L'argument le plus souvent présenté en parlant des étudiants d'aujourd'hui, est qu'ils ne lisent plus. Par contre, on oublie souvent qu'ils vont au cinéma. S'ils vont voir la nouvelle version de « La guerre des étoiles », ils vont aussi voir « Shakespeare in Love ». Le

cinéma me paraît être un moyen parmi d'autres de ramener les étudiants aux textes littéraires. Nombre de scénarii ne sont-ils pas basés sur des œuvres littéraires. Il faut évidemment que l'enseignant soigne sa filmographie, soit à l'écoute de ses étudiants et embraye sur l'actualité cinématographique pour « placer ses textes littéraires ».

## **Littérature et cours de spécialité**

Le texte littéraire est l'incarnation même de ce dont je vous entretenais il y a quelques minutes. Son étude permet de sonder à la fois les cœurs et les esprits et de se familiariser à « l'habillement culturel » propre à chaque culture.

En d'autres termes, l'étude des idées exprimées dans les textes et l'examen des mécanismes rhétoriques permettent à l'étudiant de se rendre compte de ce que les différences culturelles, bien qu'importantes et devant être prises en considération, ne sont que la partie émergée de l'iceberg. La majeure partie, quoique cachée, est la partie commune, celle qui unit tous les hommes. Cette prise de conscience du commun et du différent devrait permettre à l'étudiant en économie de mieux « cerner » son client potentiel, de mieux rédiger son message publicitaire, d'éviter toute perte de temps et d'argent à la société qui l'emploie.

A ce propos, le genre littéraire qui me semble être le plus apte à convaincre les incrédules du fond commun propre à l'humanité tout entière est le conte. Walt Disney, même si je ne partage pas toujours la façon dont il a mis les contes en scène dans ses films d'animation l'a très bien compris. Je suis convaincu que l'étude des mécanismes qui sous-tendent les contes peut apporter beaucoup à des étudiants en marketing ou en publicité. Personne ne contestera en effet la formidable réussite commerciale de Walt Disney...

## **Conclusion**

Même si « Don't worry, make money » est le credo de nombreux économistes, je m'en voudrais de terminer sur une note qui, selon moi, ancien étudiant de « philo et lettres » est plutôt mercantile. Il est à espérer en effet, et ce sera ma conclusion, que la meilleure connaissance du client du point de vue culturel, humain, humaniste, acquise par le biais du texte littéraire, permettra à l'acheteur et au vendeur de s'apprécier sur d'autres plans que celui des contraintes matérielles du marché. Dans un monde où il faut de plus en plus choisir entre identité culturelle et marché, humaniser les rapports entre acteurs économiques ne me semble pas inutile. « Identité culturelle ou gain économique » est le titre d'un article de Donatienne Deby, de l'Université Libre de Bruxelles, sur la destruction de l'artisanat au Pérou, sacrifié sur l'autel de l'économie pur et dur. « Identité culturelle ou gain économique »: pourquoi ne pas essayer de concilier les deux par l'enseignement de l'anglais littéraire et de l'anglais économique? Et ne me dites pas qu'il s'agit d'un nouveau compromis à la belge!

## Bibliographie

BILLAUD, J. (1996) *L'homme et la culture*. (Editions de la Chronique Sociale – Lyon).

BREIDLID, A et al. (1996) : *American Culture, an anthology of civilization texts*, (New York, Routledge)

CAMPBELL, J. (1991) : *The Masks of God*. (Penguin, Arkana), 4 volumes.

CURRAN, James, GUREVITCH, Michael, (1994) : *Mass Media and Society*, (New York, Edward Arnold).

DANSEL, Michel, (1995) : *50 tests de culture générale*, (Aleur, Marabout).

DEBY, D., *L'artisanat au Pérou : Identité culturelle ou gain économique ?* in *Boletín*, Mai 1999 N° 85 pp. 1 et 2 (Bulletin de la Maison de l'Amérique Latine, Ed. Resp. Murillo A.).

DENOUX, P. (1994). *Pour une nouvelle définition de l'interculturalisation*. In BLOMART J. et KREWER B. : *Perspectives de l'interculturel*. (Editions L'Harmattan – Paris).

FOREST, Philippe, (1991) : *50 mots clés de la culture générale contemporaine*, (Aleur, Marabout), pp.5-6.

FROMKIN, David, (1995) : *In the time of the Americans*, (MacMillan, London).

GRAY, Ann, McGUIGAN, Jim, (1993) : *Studying Culture, an introductory reader*, (London, Edward Arnold).

MARTIN, Judith, THOMAS NAKAYAMA : (1997) : *Intercultural Communication in Contexts*, (Mountain View, Ca., Mayfield Publishing Cy).

RAVITCH, Diane, (1990), *The American Reader, words that moved a nation*, (New York, Harper Collins Publishers).

SCHULER, Jules, (1994) : *50 grandes dates de l'histoire mondiale*, (Aleur, Marabout).