

LA MÉDIATION DANS LA COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

La médiation, telle que définie dans le Cadre européen commun de référence pour les langues (2001) et dans son volume complémentaire de 2018, est une activité langagière particulièrement présente dans le monde du travail. Quelles en sont les caractéristiques dans la communication professionnelle et comment aborder son enseignement ?

PAR ALEXANDRA CRENDAL ET FRANÇOIS RENAUD

La médiation, selon le *Cadre européen commun de référence pour les langues* (CECR¹), ne se limite pas aux seules opérations de traduction et d'interpréariat, elle envisage aussi les activités de résumé ou de compte rendu. Autrement dit, la médiation ne se résume pas à la conservation des informations du texte premier dans le texte second, elle vise aussi le remodelage de ce message en fonction de l'interlocuteur visé.

Une activité langagière au service d'une tâche professionnelle

Le volume complémentaire au CECR (2018) enrichit massivement cette

définition², en y intégrant le rôle de la langue dans des processus tels que « créer l'espace et les conditions pour communiquer et/ou apprendre, collaborer pour construire un nouveau sens, encourager les autres à construire et à comprendre un nouveau sens et faire passer les informations nouvelles de façon adéquate³ ». Cette expansion de la définition, qui découle d'une conception élargie du locuteur comme acteur social, impacte largement la didactique et la pédagogie, plus participatives et interactives. Transposée au monde du travail, la définition originelle (2001) pose la médiation comme tâche professionnelle : transformer une dépêche de l'AFP en un flash info, rédiger un compte rendu de réunion et le traduire en plusieurs langues, informer et former aux gestes barrières à partir d'affiches et d'infographies. Autant de situations de médiation où le médiateur (journaliste, collaborateur d'une organisation internationale, agent de santé publique) transforme le contenu pour le rendre accessible à son interlocuteur (auditeurs, collaborateurs,

population), en fonction de l'effet perlocutoire souhaité. Dans le domaine professionnel, le caractère éminemment actionnel de la communication, souligné par le CECR, repose sur la performance de l'acte de communication comme tâche (de communication) professionnelle. Cette conviction sous-tend toute l'approche didactique et pédagogique promue par Le français des affaires de la CCI Paris Ile-de-France à travers ses outils de certification (Diplômes de français professionnel) et de formation de formateurs⁴.

Situations de médiation en contexte professionnel

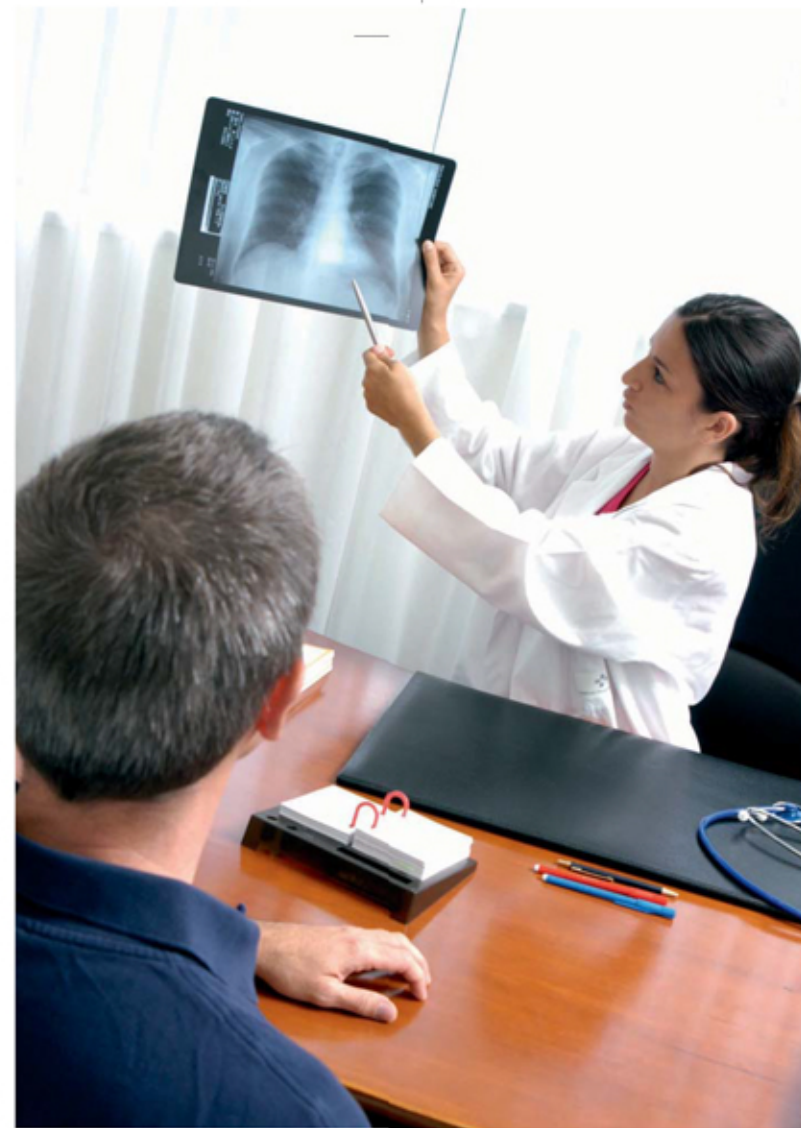
La médiation en contexte professionnel est multimodale selon les métiers, les organisations du travail, les enjeux stratégiques de l'établissement. Elle joue un rôle prépondérant autant dans la communication interne qu'externe.

Par exemple, **un responsable commerciale commente**, lors d'une réunion, un tableau de données chiffrées sur les ventes de sa société. Il ne s'agit pas pour elle de « redire » à l'oral toutes les données du tableau, mais de les « résumer » à leurs tendances (augmentation, baisse, stagnation), de citer celles exemplaires, et d'explicité celles s'écartant de la tendance pour que puisse être définie la nouvelle stratégie commerciale et marketing.

Un médecin utilise aussi la médiation lorsqu'il présente à son patient les résultats d'une radiographie. Le praticien sélectionne les informations essentielles dans le compte rendu du radiologue (celles qui justi-

fient les actions thérapeutiques qu'il engagera ensuite) et il les reformule en des termes compréhensibles par son patient, non-spécialiste, tout en le rassurant. La médiation se structure aussi par rétroaction des émotions du patient révélées par la mimogestuelle.

Traiter des réclamations relève du même défi. En période de crise, on mesure l'importance d'un discours facilitateur et clair. **Une agente de comptoir** agit comme intermédiaire entre le client mécontent (et son discours, mêlant émotion et information à décoder pour interpréter sa demande) et le prestataire de services (et son discours spécialisé, agrémenté d'un jargon propre à l'entreprise), jusqu'à ce que la tâche professionnelle (traiter une réclamation) ait été menée à bien.



Deux exemples de situations de médiation au cœur de tâches professionnelles : une radiologue avec son patient ; une présentation lors d'une réunion de travail.

Il est entendu que les outils langagiers ne relèvent pas *a priori* de telle ou telle activité langagière, de même que les stratégies utilisées dans le cadre de la médiation peuvent dépendre d'une autre activité langagière. D'ailleurs, une situation de médiation en contexte de communication professionnelle peut dépasser les limites de l'activité langagière telle qu'elle est définie par le CECR puisqu'elle peut inclure d'autres activités comme l'interaction et/ou des stratégies d'éclaircissement relevant plutôt de la compréhension orale ou écrite.

Des outils en vue de savoir-faire langagiers

En définitive, la capacité à réaliser de manière efficace un savoir-faire langagier pour mener à bien la tâche de communication professionnelle visée combine très souvent, quoique de manière à chaque fois diversement équilibrée, plusieurs activités langagières. Il n'est donc sans doute pas le plus pertinent d'envisager la structuration de la séquence pédagogique d'un cours de français professionnel du point de vue de l'activité langagière (comme c'est encore souvent le cas dans les méthodes de FLE ou même de français de spécialité, où la séquence travaillera, dans l'ordre, comme si c'était une fin en soi, la réception écrite, puis orale, puis la production écrite, puis orale ou l'interaction orale). Mais bien plutôt de prendre en compte les différentes phases de l'acquisition d'une sélection d'outils nécessaire à la réalisation d'un ou plusieurs savoir-faire langagiers concourant à la réalisation d'une tâche de communication professionnelle. ■

C'est le cas encore d'un **salarié préparant une courte note** pour sa responsable sur une problématique d'entreprise à partir d'un dossier documentaire proposant définitions, données chiffrées et diverses options d'actions avec leurs avantages et inconvénients. Il s'agit pour lui d'apporter à sa responsable les informations nécessaires à une prise de décision éclairée et de les mettre en forme (c'est-à-dire, les reformuler avec concision et les présenter selon un plan logique) pour assurer la meilleure efficacité de sa note.

En effet, la communication professionnelle étant l'un des outils de la chaîne de production économique, l'efficacité est une caractéristique recherchée ; elle relève d'un principe d'économie visant le maxi-

mum d'efficacité avec le minimum de ressources (ici langagières).

La médiation comme objet d'enseignement en français professionnel

Dans une perspective d'enseignement/apprentissage, il est évident qu'on ne peut faire l'impasse sur l'activité langagière de médiation. L'approche habituelle de l'ingénierie pédagogique en français professionnel consiste à établir un programme d'enseignement qui vise l'acquisition par l'apprenant des outils langagiers (lexicaux, grammaticaux, discursifs ou phonétiques) et des stratégies sollicitées dans la mise en œuvre des savoir-faire langagiers permettant de réaliser les tâches de communication professionnelles visées par la formation.

Le programme d'enseignement de français professionnel inclura donc, pour chaque savoir-faire relevant de la médiation, une sélection d'outils lexicaux (la connaissance des termes de spécialité et de leur équivalent en langage standard pour pouvoir présenter les qualités technologiques d'un matériel à un client intéressé) et/ou grammaticaux (le rôle de la nominalisation en français des relations internationales dans les mémos) et/ou discursifs (la structure type d'un courriel de réponse à une demande de devis) et/ou phonétiques (la prosodie différenciée entre un chef cuisinier et un maître d'hôtel dans la retransmission d'une recette auprès du client gourmet) ainsi que des stratégies telles « qu'adapter son langage » ou « décomposer une information compliquée ».

1. CECR, pp. 71 et 72.

2. Volume complémentaire, pp. 106-135.

3. Volume complémentaire, p. 106.

4. <https://www.lefrancaisdesaffaires.fr/tests-diplomes/diplomes-francais-professionnel-dfp/>