ILCEA

Revue de l'Institut des langues et cultures
d'Europe, Amérique, Afrique, Asie et Australie

9 | 2007

L'implicite et les écrits de l'entreprise

Avant-propos

Shaeda Isani

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ilcea/615>

DOI : 10.4000/ilcea.615

ISSN : 2101-0609

Éditeur

UGA Éditions/Université Grenoble Alpes

Édition imprimée

Date de publication : 15 décembre 2007

Pagination : 3-4

ISBN : 978-2-84310-104-5

ISSN : 1639-6073

Référence électronique

Shaeda Isani, « Avant-propos », *ILCEA* [En ligne], 9 | 2007, mis en ligne le 09 juin 2010, consulté le 24 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ilcea/615> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ilcea.615>

Avant-propos

Ce numéro des *Cahiers de l'ILCEA* est publié sous l'égide du GREMUTS (Groupe de recherche multilingue en traduction spécialisée), l'un des quatre centres fédérés par l'équipe d'accueil ILCEA (Institut des cultures d'Europe et d'Amérique) à l'UFR de langues de l'université Stendhal Grenoble 3.

L'une des caractéristiques fondatrices du GREMUTS est son assise multilingue. La présente revue reflète cette diversité linguistique car les articles présentés ici relèvent de problématiques touchant des aires géographiques et culturelles diverses comme les États-Unis – côtes est et ouest –, l'Italie, l'Allemagne, la Russie et, bien entendu, la France. Leurs auteurs viennent d'institutions françaises (universités de Grenoble, Toulon, Cherbourg et Paris) et européennes (Milan et Emilio Regia) ainsi que d'organisations professionnelles telles que la SFT (Société française des traducteurs).

Les contributions présentées sont en grande partie issues d'une Journée d'étude organisée en juin 2006 par le GREMUTS, plus précisément dans le cadre de son axe de recherche « Langues & Cultures de Spécialité ». La problématique choisie, « *L'implicite & les écrits de l'entreprise* », reflète la double orientation de cet axe, langues et cultures de spécialité d'une part et domaine d'application, ici l'entreprise, de l'autre. Elle reflète également l'intérêt épistémologique et pédagogique des auteurs qui exercent tous dans des domaines d'enseignement tournés vers les filières professionnelles.

À l'ère des TIC où nous vivons, toute organisation professionnelle, qu'elle soit grande ou petite, se trouve dans une quasi-obligation de communiquer, donnant ainsi naissance à une (sur)abondance de l'information et à son corollaire, la création de nouveaux métiers de la communication, à l'instar des célèbres *spin doctors*, ces spécialistes de la communication dont la vocation est d'amener le public à interpréter les faits dans une perspective voulue par le commanditaire.

En temps de crise, cette obligation de communiquer pour convaincre, persuader et – fatalement – manipuler, devient nécessité. Et l'entreprise est aujourd'hui en période de crise : elle émerge, avec une image fortement entachée, d'une période marquée par une succession de scandales financiers ; la mondialisation lui impose une perte de marchés et une concurrence débridée ; le public est plus averti et plus exigeant non seulement sur le plan de la consommation mais aussi et surtout sur le rôle de l'entreprise en tant qu'acteur social. À ce titre, elle n'est plus considérée

comme une entité à part, redevable seulement devant ses actionnaires, mais comme partie intégrante d'un environnement dont il lui incombe de respecter les valeurs sociétales. Devant ce nouveau regard critique, la communication émanant des entreprises se multiplie et se diversifie. En se restreignant aux seuls genres qui constituent les objets d'étude des analyses proposées, nous pouvons recenser des genres formels aussi classiques que le rapport d'activité annuel et le communiqué de presse ; des genres promotionnels comme la campagne promotionnelle et la publicité ; des genres relativement nouveaux comme le *mission statement* ou le *code of committment* ; et finalement, des genres détournés de la littérature pour être mis au service de l'entreprise, comme la « publifiction » et l'autobiographie.

Les différents secteurs d'activité économique sur lesquels s'est posé le regard du chercheur linguiste témoignent également de la richesse du domaine d'analyse, couvrant des secteurs aussi variés que l'automobile, la finance, le sport, les banques, l'agroalimentaire – vin et lait ! – et les jeux de hasard et d'argent.

La cohérence épistémologique d'une telle diversité générique et disciplinaire se construit, bien entendu, à travers et autour de l'étude de la langue. À l'aide d'outils conceptuels relevant, entre autres, de la linguistique, de l'analyse du discours, de la pragmatique et de l'étude du genre, ces travaux se donnent comme objectif de faire apparaître le palimpseste de l'intentionnel à travers l'étude de l'implicite dans tous ces écrits de l'entreprise : pénétrer le dit pour dévoiler le non-dit ; distinguer le locutoire de l'illocutoire ; débusquer le destinataire affiché pour démasquer le destinataire réel ; analyser le genre et en interpréter les déviations ; et finalement, s'interroger sur les motivations qui définissent le discours de tels écrits et leur portée...

Les articles présentés se situent au croisement de deux vastes domaines de recherche, celui des langues et cultures de spécialité d'une part et celui des sciences sociales d'autre part, soulignant ainsi l'ancrage fondamentalement interdisciplinaire et interculturel de la démarche heuristique que nous souhaitons mettre en valeur dans notre groupe de recherche. Et à ce titre, et en guise de conclusion, j'aimerais remercier les auteurs d'avoir contribué à ce bel exemple d'une réalisation dans un domaine de recherche à la fois novateur, éclaté et fédérateur.

Shaeda ISANI
Grenoble, octobre 2007