

ANALYSE DES DIVERGENCES INTERPRÉTATIVES DUES AUX DIFFÉRENCES CULTURELLES DANS LA COMMUNICATION SPÉCIALISÉE ENTRE IVOIRIENS ET ESPAGNOLS

YAO Koffi
Enseignant-Chercheur
Université Félix Houphouët-Boigny
Département d'Études Ibériques et Latino-Américaines

KOUASSI Koffi Yves Bérenger
Doctorant
Université Alassane Ouattara
Département d'Espagnol

Résumé : La dynamique actuelle des échanges démontre que la question de l'interculturalité se pose avec acuité dans la communication spécialisée, notamment entre les Ivoiriens et Espagnols. Ainsi, pour réaliser cette étude, qui prévoit d'améliorer les échanges entre ces interlocuteurs, nous avons enquêté sur sept professionnels ivoiriens afin de recueillir des données qui, par la suite, ont été analysées selon une perspective contrastive. Les résultats montrent que ces protagonistes expérimentent divers malentendus en interagissant avec leurs partenaires espagnols, d'où l'utilité des stratégies de communication, pratiques proposées.

Mots clés : interculturalité, communication spécialisée, malentendus, professionnels, stratégies de communication

Análisis de las divergencias interpretativas derivadas de las diferencias culturales en la comunicación especializada entre marfileños y españoles

Resumen: La dinámica actual de los intercambios demuestra la agudeza con la que se plantea la cuestión de la interculturalidad en la comunicación especializada, especialmente entre los marfileños y españoles. Así, para realizar este estudio, que procura mejorar los intercambios entre dichos interlocutores, hemos encuestado a siete profesionales marfileños a fin de recoger los datos que, a continuación, han sido analizados desde una perspectiva contrastiva. Los resultados señalan que estos protagonistas experimentan diversos malentendidos al comunicarse con sus socios españoles, de ahí la importancia de las estrategias prácticas de comunicación que hemos propuesto.

Palabras clave: interculturalidad, comunicación especializada, malentendidos, profesionales, estrategias de comunicación

Analysis of the interpretative divergences due to cultural differences in the specialized communication between Ivorians and Spaniards

Abstract: The current dynamics of exchanges shows that the question of interculturality arises with acuity in specialized communication, particularly between Ivorians and Spaniards. Thus, this study has proposed to improve exchanges between these interlocutors. For this purpose, we surveyed seven Ivorian professionals in order to collect data which, subsequently were analyzed from a contrastive perspective. The results show that these protagonists experience various misunderstandings during exchanges with their Spanish partners, the usefulness of the proposed practical communication strategies.

Keywords: interculturality, specialized communication, misunderstandings, professionals, communication, communication strategies.

Introduction

La dynamique actuelle des échanges à l'échelle globale, pour des raisons d'affaires, touristiques, académiques, etc., démontre que la question de l'interculturalité se pose avec acuité dans la communication en général et particulièrement dans les rapports interprofessionnels. Les professionnels ou les hommes d'affaires ivoiriens et espagnols, appartenant à différents espaces culturels, n'échappent pas à cette réalité caractéristique de notre ère ; et ce, au regard de la régularité des contacts qui se produisent entre eux. Ces rapprochements réguliers pourraient, d'une part, s'expliquer par l'implantation progressive d'entreprises espagnoles sur le territoire ivoirien. Dans la pratique, on compte actuellement un total de 19 entreprises, parmi lesquelles nous pouvons citer des compagnies telles que Boluda Corporación Marítima SL, Espina obras hidraulicas SA, Grupo Mascaró SL, Grupo Pefaco SL, Moner Cocoa SA, entre autres (Instituto de Comercio Exterior, 2018). Ces entreprises, qui exercent dans le domaine de la construction, de l'exportation et importation des marchandises, la pêche, l'exploitation minière, l'exploitation forestière, etc., opèrent très souvent comme des sous-traitants. Et sans aucun doute, ce nombre a considérablement augmenté aujourd'hui. D'autre part, on assiste à une dynamique au niveau des exportations et importations entre la Côte d'Ivoire et le Royaume d'Espagne qui accentuent les échanges entre les professionnels issus de ces deux territoires.

En effet, quand bien même ces protagonistes disposent de connaissances pratiques d'une langue de spécialité donnée, représentant ainsi leur système de communication par excellence, ils expérimentent divers conflits de communication ou des malentendus lors des échanges, qui débouchent très souvent sur la non conclusion de certains accords ou contrats. Ce qui montre clairement que ces malentendus entravent le bon déroulement du processus de communication ou de négociation.

De ce point de vue, nous estimons que les divergences interprétatives, qui marquent les échanges entre les professionnels ivoiriens et espagnols, seraient non seulement conditionnées par les différences culturelles, mais aussi par les variations que présentent le sous-système linguistique ou la langue de spécialité dans chaque contexte étranger.

Dès lors, notre intention dans cette étude est de répondre à l'interrogation suivante : comment les différences culturelles entraînent-elles des divergences d'interprétations lors des échanges interprofessionnels entre Ivoiriens et Espagnols ? Nous essaierons d'analyser des cas

pratiques de malentendus sur la base d'un corpus composé d'expériences personnelles de quelques professionnels ivoiriens.

Pour ce faire, nous aborderons, dans un premier temps, les questions théoriques rattachées à notre étude en mettant en lumière le concept de communication, de communication spécialisée, de culture et de son impact sur le processus de communication. Ensuite, bien avant d'analyser et de discuter les résultats obtenus, nous exposerons la méthodologie employée.

1. Cadre théorique

Ici, notre tâche est d'examiner les questions théoriques ou conceptuelles qui se rapportent au thème traité. De ce fait, nous clarifions les notions de communication, de communication spécialisée, de culture et de sa relation avec l'acte de communiquer en général, et les rencontres interprofessionnelles en particulier.

1.1. Du concept de communication

Selon Aristote (1989), « *l'homme est un animal politique* ». De ce fait, il vit en communauté ; ce qui nous incite à affirmer que, en tant qu'entité sociale, l'Homme est un être de communication. Pour parvenir à une affirmation de soi, il transmet ses pensées, ses émotions, ses sentiments, etc., à l'autre au moyen de la pratique communicationnelle. Ce principe naturel reste immuable, parce que les échanges interhumains de notre époque sont déterminés par l'acte de communiquer. Techniquement, Ramos (2002) souligne que le concept de communication, qui signifie mettre en commun, vient du latin (*communicare*) (p.69). Dès lors, le processus de communication fait impérativement intervenir un locuteur, un interlocuteur et un canal de transmission.

Comme on le voit, l'acte de communiquer, appréhendé comme un mécanisme intrinsèquement lié à l'être humain, implique aussi bien des sujets bien déterminés qu'un moyen de transmission spécifique qui, selon Kowii et Flores (2001, p.112), se matérialise de différentes manières : la communication verbale et la communication non verbale. De ces deux dimensions essentielles, la communication orale ou verbale est considérée comme la plus importante. Et s'il est vrai que cette dernière guide la majorité des interrelations humaines, elle est toujours accompagnée de signes non verbaux qui jouent un rôle déterminant dans les échanges.

Toutefois, dans cette étude nous nous centrons principalement sur la dimension verbale de la communication. Ce qui démontre davantage l'importance que nous accordons aux échanges interculturels interpersonnels appliqués aux professionnels ivoiriens et espagnols dans le domaine des affaires.

1.2. Du concept de communication à la communication spécialisée

La consubstantialité de l'acte de communiquer à l'espèce humaine explique qu'il soit présent dans toutes les activités que mènent les individus. Et il permet à ceux-ci d'extérioriser leurs pensées, d'exprimer leurs sentiments, etc., en interagissant avec les autres.

Cependant, qu'entend-on par communication spécialisée ? En guise de réponse à cette interrogation, il faut d'abord noter que les besoins de communication à l'échelle globale ou mondiale sont à l'origine de la naissance des langues de spécialité qui, de toute évidence, constituent un instrument efficace pour parvenir à une communication précise, exempte de toutes ambiguïtés (Gómez de Enterría, 2009, p.23). Par conséquent, l'usage de ces variétés fonctionnelles de la langue commune, systèmes de communication par excellence des professionnels d'un domaine d'activité pratique, implique nécessairement des échanges entre au moins deux professionnels.

En nous appuyant sur ces principes, le concept de communication spécialisée, caractérisé par l'usage d'éléments structurels ou formels (terminologiques, syntaxiques, phraséologiques, etc.) propres à une langue donnée, désigne ces échanges entre les experts d'un domaine spécifique. À cette caractéristique essentielle s'ajoute la dimension selon laquelle la communication spécialisée prend en compte les échanges au sein d'une organisation ou entreprise multinationale déterminée.

1.3. De la notion de culture

Du point de vue définitionnel, la littérature scientifique sur le concept de « culture » montre sa complexité en présentant une variété de définitions. À cet effet, Sriramesh et Verčič, (2003) font remarquer que, déjà en 1952, Kroeber et Kluckhohn enregistrèrent 164 définitions de la notion de culture. Cette pluralité de définitions varie selon les chercheurs et leurs différentes approches. Sans aucun doute, ce chiffre a considérablement augmenté de nos jours. Cependant, nous adoptons dans ce travail une définition de la notion de culture en rapport avec notre objet d'étude.

De ce point de vue, la culture d'une société peut être appréhendée comme l'ensemble des connaissances et croyances qui guident la conduite de ses membres (De Santiago Guervós, 2010, p.11). Elle consiste ainsi à socialiser l'individu tout en lui permettant de communiquer avec les autres membres de la société à laquelle il s'identifie. Ces traits culturels, qui guident les actions des communautés humaines, peuvent apparaître chez l'individu d'une manière explicite ou non quand il échange avec l'autre. C'est fondamentalement cette caractéristique

qui est à la base des malentendus lors des rencontres interculturelles. Dans cette même perspective, Radcliffe-Brown et Martin (1968), cités par Ebrahimi (2013), soutiennent que la culture, c'est :

la transmission de manières acquises de penser, de sentir et d'agir qui constitue le processus culturel, trait spécifique de la vie sociale de l'être humain, n'est sans doute qu'une partie de ce processus total d'interaction entre les personnes, ou processus social qui constitue la réalité sociale elle-même (p.15).

Dans ce sens, la culture représente l'individu pris comme une entité appartenant à un groupe social. Car, en réalité, c'est l'individu qui, en tant qu'un être appartenant à une communauté, met en pratique les caractéristiques d'une culture particulière au moyen des interactions. Par cette action, il détermine l'existence de la culture et affirme sa propre identité. En abordant ainsi la culture dans cette étude comme un instrument de communication, nous épousons l'idée de Rodrigo Alsina (2012), pour qui la culture est un moyen qui permet de transmettre des informations.

1.4. La culture dans la communication

Existerait-il une relation entre culture et communication ? Partant de la définition du concept de « communication », nous tentons de répondre à cette préoccupation. En effet, tout acte de communication constitue un « *phénomène social total*¹ » (Giménez, 2011, p.109). En ce sens, il transmet à la fois un message et met en évidence une culture, une identité et le type de relation social qui existe entre les interlocuteurs. De là, le processus de communication consiste à la fois à transmettre une information, à affirmer sa culture, son identité, à spécifier la relation existante entre les sujets qui y sont impliqués. L'acte de communiquer va donc au-delà de la traditionnelle transmission d'un message.

Ainsi, les pratiques communicationnelles laissent à découvrir inconsciemment ou non l'appartenance des interactants à des référents socio-culturels spécifiques (Tapia, 2007, p.20). Cet acte sous-entend donc une mise en évidence de la culture en montrant le caractère indissociable de ces deux entités, c'est-à-dire, qu'il se revêt des caractéristiques culturelles des sujets impliqués dans le processus.

Il ressort que la culture joue un rôle notable dans la communication en général et, en particulier, dans les rapports interprofessionnels. Du coup, la méconnaissance des spécificités

¹Texte d'origine: Fenómeno total social.

culturelles sous-jacentes aux actes de communication peut être à l'origine de malentendus lors des échanges entre les professionnels ivoiriens et espagnols.

2. Cadre méthodologique

Ici, nous nous occupons de présenter la méthodologie employée pour mener à bien ce travail de recherche. Dans un premier temps, nous exposons les stratégies de collecte de données ; puis, nous abordons dans le détail le modèle d'analyse sur lequel s'appuie l'analyse des données recueillies.

2.1. Instruments de collecte de données

De la diversité d'instruments ou de stratégies de collecte de données, nous avons utilisé l'interview. Bien qu'il en existe divers types², l'interview semi-directive ou semi-dirigée est la technique de collecte de données que nous avons choisie.

Selon Menéndes et Rodríguez (2015), l'interview semi-dirigée se base sur des questions élaborées au préalable qui guident son bon déroulement. Celles-ci sont majoritairement ouvertes, ce qui rend les réponses plus flexibles (p.37). L'interview semi-dirigée permet à l'enquêté ou à l'informateur de donner amplement son opinion sur le phénomène soumis à son analyse par le chercheur, ce qui convoque l'approche quantitative. Dans la pratique, nous avons enquêté sur sept (7) professionnels ivoiriens qui exercent dans des domaines tels que la pêche, l'import-export, la fourniture de matériels de construction, entre autres.

2.2. Le modèle d'analyse

En partant d'une approche contrastive des réalités culturelles et sociolinguistiques qui conditionnent les divergences interprétatives dans les rencontres interprofessionnelles entre Ivoiriens et Espagnols, l'analyse des données recueillies s'appuie sur les principes théoriques de Hofstede (1980), Hall (1989)³, d'un côté et, de l'autre, des travaux publiés postérieurement

² Selon Lecompte et Preissle (1993) cités par Cohen et al. (2007), on distingue six (6) types d'interviews : l'interview standardisée (*standardized interviews*), l'interview en profondeur (*in-depth interviews*), interview ethnographique (*ethnographic interviews*), l'interview d'élite (*elite interviews*), l'interview basée sur des expériences (*life history interviews*), l'interview groupale (*focus groups*). Tandis que, Bogdan et Biklen (1992) ajoutent l'interview semi-dirigée ou semi-directive (*structured interviews*) et aussi l'interview groupale (*group interviews*), etc. (p.352).

³ Hofstede (1980), à travers ses recherches sur 53 filiales de la multinationale IBM dans des pays différents, distingue quatre dimensions culturelles spécifiques qui conditionnent très souvent l'attitude des individus au sein des organisations multiculturelles. On note, par exemple, la distance hiérarchique (*Power distance*), l'aversion à l'incertitude (*Uncertainty Avoidance*), l'individualisme et le collectivisme (*Individualisme and collectivism*), la masculinité et la féminité (*masculinity and femininity*).

par Ivorra Pérez (2014), Martínez Bonjorn (2019), et Kouassi (2023). Et au-delà de cette analyse, nous proposons des stratégies de communication pratiques destinées à améliorer la qualité de la communication entre ces interlocuteurs en résolvant et/ou en évitant certaines incompréhensions.

3. Analyse

À ce stade de notre réflexion, nous nous occupons de présenter des situations de communication pratiques ou encore des contextes dans lesquels les professionnels objet de notre étude ont expérimenté des malentendus, de les analyser et proposer des stratégies utiles de résolution. Même si nous avons corrigé quelques erreurs stylistiques et grammaticales qui rendaient la compréhension difficile, ces expériences personnelles sont présentées de la manière la plus fidèle possible.

SITUATION DE COMMUNICATION 1 : « Je suis un Ivoirien qui, depuis plusieurs années, réside dans l'une des importantes villes de l'Espagne. De ce fait, j'interviens comme facilitateur ou intermédiaire dans les négociations entre mes frères ivoiriens et leurs partenaires espagnols. Cette responsabilité m'a permis d'assister à d'innombrables séances de négociation entre ces deux peuples. Dans ces conditions, j'ai accompagné un de ces jours une délégation du Port Autonome d'Abidjan à une table de négociation avec un groupe espagnol.

À l'occasion des échanges, les négociateurs ivoiriens ont présenté notre pays, la Côte d'Ivoire comme un « Eldorado », dans les termes suivants : « La Côte d'Ivoire est un Eldorado. Investir dans notre pays vous garantit d'importants bénéfices économiques. Le port d'Abidjan présente diverses opportunités »⁴. L'emploi du terme *Eldorado* dans cette situation de communication a systématiquement suscité le doute ou la méfiance chez les négociateurs espagnols, vu qu'ils avaient du mal à accorder un intérêt particulier aux échanges.»

INTERPRÉTATION : Dans toute situation de communication, l'acte de la parole exécuté par un peuple donné dans toute langue est toujours imprégné de ses valeurs culturelles (Hall, 1987 cité par García Arias, 2017). Partant de ce principe, les vocables ou termes d'une

Quant à Hall (1989), il différencie deux types de sociétés : celles qui ont une perception monochronique du temps (*monochronic time*) et celles dites polychroniques (*polychronic time*). Dans la première catégorie, les individus ont tendance à avoir une organisation très structurée du temps, ils accomplissent généralement leurs tâches dans un temps précis. Tandis que, les sujets appartenant à la deuxième catégorie de société ont une organisation flexible de l'espace temporel, c'est-à-dire, qu'ils tendent à accomplir plusieurs tâches à la fois. Ainsi, le retard n'est pas très mal perçu dans ce type de société.

⁴**Texte d'origine**: Costa de Marfil es un «Eldorado». Invertir en nuestro país os garantiza importantes beneficios económicos. El puerto Autónomo de Abiyán presenta diversas oportunidades.

langue donnée, conditionnés par l'aspect culturel, expérimentent des glissements sémantiques dans les actes de communication. Dans le cas qui nous occupe, le locuteur ivoirien entendrait par « Eldorado » cet endroit paradisiaque qui se veut propice à l'investissement étranger, d'où l'idée selon laquelle le concept a une dénotation positive.

Toutefois, selon une approche culturelle, l'interlocuteur espagnol attribuerait un signifié ou sens péjoratif ou négatif audit concept. Et ce, au regard de la découverte du « Nouveau monde⁵», de la conquête de ce territoire et de toute l'exploitation de ces peuples qui a suivi ces deux premières étapes. En nous appuyant sur cette démonstration, on note que le terme « Eldorado » qui est à l'origine un mot espagnol se rapportant à l'abondance d'or dans le Nouveau Monde, et traduisant littéralement un territoire doré, *el dorado*, présente des acceptions différentes dans l'entendement de ces peuples, ce qui a fondamentalement provoqué ce malentendu.

STRATÉGIE DE COMMUNICATION : Le négociateur ivoirien doit avoir à l'idée que ce vocable ou terme admet une autre connotation dans l'entendement du professionnel espagnol. De ce fait, il peut provoquer d'importants malentendus dans certaines situations de communication avec ces interlocuteurs. Quant aux partenaires espagnols, nous insistons sur le fait qu'ils devront être davantage préparés à cette réalité selon laquelle, contrairement à la connotation péjorative acquise dans sa culture, ce terme prend une signification positive chez les Ivoiriens. Par conséquent, son usage ne doit nullement susciter la méfiance, le désintérêt chez l'interlocuteur espagnol : négociateur ou partenaire.

SITUATION DE COMMUNICATION 2 : « Je faisais partie d'une délégation ivoirienne en mission sur le territoire espagnol. En effet, nous avons une réunion d'affaires à 9 heures avec de hauts fonctionnaires de l'Union Européenne. Et déjà à 8h 30 minutes, on nous informait de la présence de nos différents partenaires (français et espagnols) dans les locaux. Cependant, nous sommes arrivés sur les lieux de la réunion aux environs de 10 heures, soit une heure après l'heure convenue. Ainsi, nous avons dû présenter rapidement nos excuses à nos partenaires et à l'audience, puis improviser notre intervention. Mais ceux-ci feignaient accepter nos excuses, et ils étaient plutôt préoccupés à quitter la salle de réunion. »

⁵ Sans toutefois aborder les ambiguïtés conceptuelles relatives au concept de « Nouveau Monde », nous pouvons affirmer qu'il se réfère à l'idée de la découverte de l'Amérique par les Européens. Laquelle notion de découverte témoigne du fait que ce continent était auparavant inconnu.

INTERPRÉTATION : L'anthropologue américain Hall (1989), dans son travail sur la communication interculturelle, distingue les sociétés ayant une perception monochronique et celles ayant une perception polychronique du temps. À cet effet, on note que la Côte d'Ivoire est considérée comme un espace culturel où les sujets ou individus ont une perception polychronique du temps. Ivorra Pérez (2014) souligne que les cultures à orientation polychronique manifestent une grande préférence pour l'improvisation dans l'exécution d'une activité quelconque. Dès lors, les professionnels appartenant audit espace culturel tendent à accorder peu d'importance à la ponctualité.

Tandis que, la société espagnole, connue pour son orientation monochronique, présente une organisation très structurée du temps. Laquelle organisation se manifeste par le mode d'agissement de certains sujets espagnols au quotidien. Dans cette même dynamique, Martínez Bonjorn (2019) souligne qu'au-delà de la flexibilité, qui caractériserait la perception du temps chez les Espagnols, la société espagnole ne pourrait être appréhendée comme polychronique.

Comme nous pouvons le constater, cette différence significative au sujet de la perception du temps dans ces deux espaces culturels est à l'origine de ce malentendu. En ce sens, si les différents sujets impliqués dans cette situation de communication étaient davantage informés de cette dimension culturelle, ce problème de communication ne se serait pas produit.

STRATÉGIE DE COMMUNICATION : En nous appuyant sur la démonstration précédente, notre stratégie de communication consiste à inviter les professionnels espagnols à observer un retard de 15 à 25 minutes lors des rendez-vous d'affaires en contexte ivoirien. Cependant, dans le contexte espagnol, les professionnels ivoiriens gagneraient plus en s'évertuant à respecter l'heure fixée ou convenue.

SITUATION DE COMMUNICATION 3 : « *Les Espagnols parlent assez* ». « Dans mon lieu de travail, par exemple, quand j'échange avec mes collègues espagnols, ces derniers ne me laissent pas parler. Je ne peux donc pas donner mon avis sur le sujet de discussion. Quand bien même j'ai des idées claires, ils me disent : « Attend, attend ... »⁶, puis ils continuent ainsi leurs monologues. Je suis quotidiennement confronté à cette situation dans mon environnement de travail, et cela ne me plaît pas du tout. »

INTERPRÉTATION : D'un point de vue culturel, certains professionnels espagnols tendent à garder le monopole de la parole lors des échanges. À cet effet, Kouassi (2023), dans sa réflexion sur les malentendus dans les échanges entre Ivoiriens et Espagnols, a montré que

⁶Texte d'origine : Espérate, espérate...

ces derniers tendraient à ne pas écouter leurs interlocuteurs, c'est-à-dire, qu'ils sont les seuls à émettre des énoncés ou à parler. Allant dans le même sens, Suárez Lasiera (s.d) fait remarquer que les Espagnols sont très bavards dans l'environnement du travail ; ils ne laissent pas le temps à leurs interlocuteurs allemands de s'exprimer lors des interactions. À contrario, les professionnels ivoiriens tendraient à modérer les prises de parole lors des rencontres de travail. Et c'est justement ce contraste qui explique le malaise vécu par ce professionnel ivoirien dans son service.

STRATÉGIE DE COMMUNICATION : Dans tout acte de communication avec les Ivoiriens, les sujets espagnols gagneraient à relativiser le tour de parole. Il est important de donner l'occasion à leurs interlocuteurs de s'exprimer aussi. Quant aux Ivoiriens, le monopole de la parole que certains de leurs partenaires espagnols tendraient à garder ne devrait plus être une nouvelle réalité pour eux, ce qui sous-entend qu'ils gagneraient à s'y adapter calmement.

SITUATION DE COMMUNICATION 4 : « *Estar de puta madre* ». « Je suis un immigré ivoirien en Espagne, j'ai travaillé pendant plusieurs années dans des usines à Séville avant de m'installer à mon propre compte comme commerçant. C'est ainsi qu'un jour des jeunes garçons de nationalité espagnole sont venus faire des achats. Et, après avoir admiré l'article, l'un d'entre eux m'a fixement regardé et a dit : C'est génial⁷! Cet énoncé m'a beaucoup choqué. Pourquoi pouvait-il insulter ma mère ? Pour rien au monde je n'accepterais cela. C'est ainsi qu'une dispute a finalement éclaté entre mes clients et moi, et ces jeunes espagnols s'en sont allés sans acheter mes articles. »

INTERPRÉTATION : De manière générale, on note que ce malentendu linguistique affecte principalement l'aspect ou le niveau lexico-sémantique du système. En effet, cette combinaison syntaxique, prise comme énoncé dans ce contexte de communication, ne constitue nullement une invective à l'endroit du professionnel ivoirien. Loin de là, il sous-entendrait une valorisation de l'article ou du produit, d'où le sens de « c'est génial ».

STRATÉGIE DE COMMUNICATION : Ici, le professionnel ivoirien devrait être prioritairement préparé tout en ayant à l'idée que l'expression « *está de puta madre* » et ses différentes variantes⁸ ne sont pas des invectives à l'endroit d'interlocuteurs. Ainsi donc, elle ne devrait être cause de malentendu dans les échanges professionnels au point de déboucher sur des altercations.

⁷Texte d'origine : *Está de puta madre*.

⁸*Me cago en todos tus muertos, me cago en tu vida, etc.*

SITUATION DE COMMUNICATION 5 : « Je travaille dans une entreprise espagnole en Côte d'Ivoire. Une entreprise, c'est une famille ; c'est aussi un soutien mutuel entre personnel dans les moments difficiles et de joie. Mais, ici, ce n'est pas le cas. Par exemple, l'année dernière quand j'ai perdu mon premier fils, je n'ai reçu aucune assistance de la part des membres de l'entreprise : aucune délégation n'est venue me soutenir lors des funérailles. Une fois de retour au travail, je me sentais quelque part méprisé et isolé. »

INTERPRÉTATION : Selon l'application des dimensions culturelles de Hofstede (1980) à cette étude, l'Espagne serait culturellement une société individualiste. De là, les sujets espagnols tendent à exécuter exclusivement leurs différentes tâches au sein de l'entreprise. En un mot, les rapports sociaux avec les autres membres ou employés de l'organisation ne font pas partie de leur centre d'intérêt. Comme souligné précédemment, cette réalité est en contraste avec le travail de Gannon (1994) (cité par Van Hooft et Korzilius s.d.), qui témoigne de ce que les professionnels sont plus orientés vers le maintien des relations sociales avec les autres au cours des échanges professionnels. Or, la Côte d'Ivoire est une société collectiviste, les individus privilégient ainsi les liens sociaux avec les autres au-delà de l'environnement du travail.

STRATÉGIE DE COMMUNICATION : Ici, nous proposons aux entreprises espagnoles implantées en Côte d'Ivoire d'adopter une « culture d'entreprise » qui prenne aussi bien en compte les aspects de la culture espagnole que ceux de la société ivoirienne. Cela permettrait de créer un cadre de travail interculturel où règnent des valeurs de fraternité, de partage, etc. Les partenaires ivoiriens, quant à eux, doivent avoir à l'idée que l'Espagne est culturellement une société individualiste. En ce sens, les relations sociales dans le domaine du travail ne sont pas une priorité pour eux. Ce mode de pensée ou de vie ne signifie donc pas qu'ils sont méprisés, et ne devrait pas affecter leur rendement.

4. Discussion

Même si dans le domaine des affaires les professionnels ivoiriens et espagnols, pour parvenir à une communication de plus en plus efficace, c'est-à-dire, exempte de toutes ambiguïtés, font usage de la langue de spécialité, nous notons que des malentendus ou des conflits de communication persistent. Cette réalité s'explique non seulement par la méconnaissance des spécificités culturelles qui sous-tendent les actes de communication, mais

aussi par les variations qu'expérimente le sous-système linguistique dans chaque espace géographique.

Pour ce qui a trait aux particularités culturelles, on note, par exemple, la conception du temps (orientation monochronique ou polychronique). Les travaux de Hall (1989) et de Ivorra Pérez (2014) montrent que la société espagnole est culturellement appréhendée comme polychronique ; tandis que les résultats de ce travail révèlent qu'elle est plutôt monochronique. Quant à la société ivoirienne, nous la considérons comme monochronique.

Par ailleurs, les professionnels espagnols sont taxés de souvent monopoliser la parole. Cette attitude à monopoliser inconsciemment la parole lors des échanges est au fondement de certains conflits de communication au cours des rencontres professionnelles (Suárez Lasierra, s.d ; Kouassi, 2023).

Pour finir, la dimension culturelle de Hofstede (1980), à savoir le collectivisme et l'individualisme, occasionne parfois des problèmes de communication entre les protagonistes de notre étude, étant donné que la société espagnole est de plus en plus individualiste ; tandis que l'ivoirienne a plutôt tendance à être collectiviste. Et c'est de cette dimension notable entre deux espaces culturels que naissent certains malentendus.

Au niveau linguistique, nous avons enregistré des changements sémantiques qui résultent des réalités socioculturelles des protagonistes, tel que le concept de « *Eldorado* » qui prend une connotation péjorative ou positive selon le contexte espagnol ou ivoirien. Dans cette veine, l'usage de certaines expressions figées « *estar de puta madre* », pouvant être employées dans des contextes de communication formels ou informels dans les échanges entre les professionnels espagnols et ivoiriens, sont souvent mal interprétées par ces derniers, et provoquent parfois des malentendus.

Conclusion

Au terme de cette réflexion, nous retenons que les professionnels ivoiriens et espagnols, exerçant dans divers secteurs d'activités, expérimentent des malentendus qui résultent aussi bien de la méconnaissance des spécificités culturelles sous-jacentes aux actes de communication que de l'ignorance des variations que présentent la langue dans chaque espace géographique.

Par conséquent, ces interlocuteurs présentent les mêmes besoins de communication. Et, en guise de solutions pratiques, les différentes stratégies de communication que nous avons

proposées à l'issue de l'analyse des expériences personnelles, peuvent significativement servir de guide en vue de parvenir à des échanges de plus en plus efficaces.

Pour finir, nous tenons à préciser que cette étude présente des limites, vu qu'elle s'est principalement centrée sur l'analyse de quelques problèmes de communication vécus uniquement par les professionnels ivoiriens, sans prendre en compte la partie espagnole.

Références bibliographiques

ARISTOTE (1989). *La politique*. Librairie philosophique : Paris.

EBRAHIMI Leila (2013). *Gestion communautaire en tourisme : les défis d'adaptation locale et inter culturelle dans le cas du tourisme d'expédition*. Mémoire de Master, Montréal : Université du Québec à Montréal.

DE SANTIAGO GUERVÓS, Javier (2010). «Comunicación e intercultural», in congreso Internacional sobre interculturalidad e internet en la red, pp.1-18, disponible sur https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/112890/DLE_SantiagoGuervosJ_comunicacion.pdf?sequence=1 consulté le 06/02/ 2022.

GÓMEZ DE ENTERRÍA Sánchez Josefa (2009). *El español lengua de especialidad: enseñanza y aprendizaje/ Manual de formación de profesores de español 2/L*. Arco/Libros: Madrid.

HALL Edwart T. (1989). *Beyond culture*. Anchor Books Editions : New York.

HOFSTEDE Geert (1980). *Culture's Consequences : Compariong Values, Behaviors and Organizations Across World*. Sage Publications: London.

INSTITUTO DE COMERCIO EXTERIOR (2018). «Empresas españolas establecidas en Costa de Marfil», pp. 1-7, disponible sur <https://www.lasafueras.info/images/4579879.pdf> consulté le 01 /05/2023.

IVORRA PÉREZ Francisco Miguel (2014). *La comunicación intercultural y el discurso de los negocios*. Publications de la Universitat D'Alacant : Alicante.

KOUASSI Koffi Yves Bérenger (2023). «Análisis de los malentendidos en los intercambios entre marfileños y españoles: propuesta enfocada en unas experiencias propias». [**Chapitre de livre en voie de publication**]

MARTÍNEZ BONJORN Leyre (2019). *La comunicación no verbal en el español de los negocios: un análisis comparativo de signos no verbales entre españoles y japoneses*. Máster universitario en enseñanza de español como Lengua Extranjera, Cantabria: Universidad de Cantabria.

MENÉNDES Julio et RODRÍGUEZ David (2015). «El cuestionario y la entrevista», pp. 1-53, disponible sur https://www.researchgate.net/publication/265004566_El_cuestionario_y_la_entrevista consulté le 14/03/ 2022.

RAMOS Natalia (2002). « Communication, éducation et interculturalité, vers une éducation à la tolérance ». *Diálogos*, n°5, pp. 68-75.

RODRIGO ALSINA Miquel (2012). *La comunicación intercultural* (2nde éd). Anthropos: Barcelona.

SRIRAMESH Krishnamurthy et VERČIČ Dejan (2003). *The global public relations handbook : Theory, research, and practice*. Lawrence Erlbaum Associate : New Jersey.

SUÁREZ LASIERRA María (s.d). « Cultura y negocios », pp.1-9, disponible sur https://cvc.cervantes.es/Ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones_centros/PDF/munich_2005-2006/06_suarez.pdf consulté le 20/09/ 2022.

VAN HOOFT Andreu et KORZILIUS Hubert (s.d.). «La negociación intercultural: un punto de encuentro entre la relación del uso de la lengua y los valores culturales», in Centro Virtual Cervantes, I Congreso Internacional de español para Fines Específicos, pp. 44-56, disponible sur

https://cvc.cervantes.es/ENSENANZA/biblioteca_ele/ciefe/pdf/01/cvc_ciefe_01_0007.pdf

consulté le 25/02/ 2022.