



L'INVITÉ DE LA SEMAINE

THIERRY BEINSTINGEL,
ÉCRIVAIN ET CADRE DANS LES TÉLÉCOMMUNICATIONS (*).

Le discours des entreprises est incompatible avec notre langue maternelle

Un Français sur deux se méfie de la communication des entreprises, annonce un récent sondage. Signe des temps: les aléas économiques des dernières années, l'obscurité des comptes favorisent le doute. Cette suspicion ne peut que me satisfaire. Non que je fasse l'apologie du mensonge ou que je me réjouisse des catastrophes financières par un cynisme de mauvais aloi, mais ce constat rejoint ce que je pense depuis longtemps: le discours des entreprises est incompatible avec notre langue maternelle. Des principes les opposent: alors que la vision de l'entreprise est hiérarchique et inégalitaire, l'école et la famille nous ont donné les bases pour nous entendre tous ensemble. Avec plus ou moins de réussite, nous avons appris à domestiquer les mots

sans arrière-pensée, avec parfois même le bonheur de percevoir toute la richesse de la littérature. Le langage de l'entreprise agit de manière différente: il manipule à tout prix dans un seul but, sa pérennité et son profit. Tous les coups sont permis; la séduction – et quoi de plus valorisant

« Il manipule à tout prix dans un seul but, sa pérennité et son profit. »

qu'être autorisé à son tour à user d'un langage innovant: il faut dynamiser les synergies! annonce le cadre convaincu; l'appauvrissement des argumentaires commerciaux – et comment le consommateur semble s'abêtir devant l'achat qu'il désire. Cette démagogie nous pèse et nous ne croyons plus à la

sincérité des entreprises. Mais qu'on ne s'y trompe pas, il n'y a pas d'un côté le travailleur isolé avec sa langue légitime et l'entreprise qui spolie notre langue. Nous y participons, souvent inconsciemment, simplement en reprenant les idées, les modes. On annonce au lendemain de l'élection du président une droite décomplexée et voici que fleurissent les idées les plus réactionnaires, les attitudes décoincées – à bas la cravate, glapit le cadre convaincu. Soyons vigilants et posons-nous cette question plus souvent avant de prendre la parole: ce que je m'appête à dire ne va-t-il pas renier les principes humanistes de ma langue natale?

(*). Dernier livre paru: *Retour aux mots sauvages*. Éditions Fayard, 296 pages, 19 euros.