

**Travailler en français au Québec :  
les perceptions de travailleurs et de gestionnaires**

**Claire Chénard  
Nicolas van Schendel**

**Mars 2002**



## PRÉFACE

L'analyse du discours de travailleurs et de gestionnaires sur le travail en français fait partie d'un ambitieux programme de recherche conduit au Service de la recherche et des ressources documentaires de l'Office de la langue française. En effet, ce programme a vu le jour, il y a bientôt quatre ans, et a pris naissance, quand nous avons eu l'idée de tenter de déterminer quelle était la « masse critique » des travailleurs immigrants dans une entreprise pour l'utilisation d'une langue donnée.

Au début, la recherche ne devait porter que sur la situation linguistique des petites entreprises manufacturières [de 10 à 49 personnes]. Par la suite, avec le concours financier du MRCI, nous avons aussi été amenés à étudier la situation linguistique qui prévalait dans les petites entreprises du secteur tertiaire. Pourquoi concentrer nos travaux d'abord sur les petites entreprises? Plusieurs raisons ont motivé ce choix, mais il y en a deux qu'il nous importe de mentionner, soit notre méconnaissance de la situation linguistique de ces entreprises [elles ne sont pas tenues de participer au processus de francisation tel qu'établi dans la Charte de la langue française] et le fait qu'il était plus facile de recueillir des données dans une petite entreprise que dans une entreprise de plus grande taille. Beaucoup de données ont donc pu être recueillies sur la situation linguistique des petites entreprises, ce qui nous amènera à publier dans les prochains mois d'autres notes de recherche comme celle-ci.

Par la suite, des budgets supplémentaires ayant été consentis, nous avons élargi notre programme de recherche aux petites et moyennes entreprises [PME]. Et il en a été ainsi pour les grandes entreprises au cours du dernier exercice.

À partir de toutes ces données, il sera possible de broser un profil assez exhaustif de la situation linguistique des entreprises québécoises qui comptent au moins 10 travailleurs ou travailleuses, d'en suivre l'évolution et, dans le cas des entreprises comptant au moins 50 personnes, d'évaluer l'impact de la politique de francisation du Québec.

Nous invitons donc le lecteur à être à l'affût des notes de recherche qui paraîtront dans un avenir plus ou moins rapproché.

Pierre Bouchard  
Chef du Service de la recherche  
et des ressources documentaires



## TABLE DES MATIÈRES

Remerciements	7
Faits saillants	9
Introduction	-
1. Problématique	14
2. Méthodologie	19
2.1 Stratégie d'enquête	19
2.1.1 Buts et méthodes	19
2.1.2 Caractéristiques des entreprises	19
2.1.3 Caractéristiques des participants	20
2.2 Collecte des données	20
2.3 Analyse des données	20
3. Le sens du travail en français	20
3.1 Une question de territoire	20
3.1.1 Les territoires de l'entreprise	21
3.1.1.1 Les territoires d'affaires	21
A. Le tracé des frontières linguistiques : l'intérieur et l'extérieur de l'entreprise	21
B. Les rapports avec les clients et les fournisseurs	21
a) Impact sur la langue de travail des liens d'échanges avec les clients et les fournisseurs	21
b) Effets des liens d'échanges commerciaux sur la langue de travail à l'intérieur des entreprises	22
3.1.1.2 Les territoires internes	24
A. Les rapports avec la maison-mère et les filiales	24
B. Le lieu de travail	25
a) Les rapports hiérarchiques	25
b) Les échanges entre les employés	26
– La composition ethnolinguistique	26
– La division par secteurs ou départements (les sous-territoires)	28
3.1.2 La territorialité du travail en français	29
3.1.2.1 La langue du territoire	29
A. La langue nationale, régionale	29
B. La langue de l'entreprise	30
a) L'entourage des collègues	30
b) La propriété de l'entreprise	31
3.1.2.2 Le territoire de la langue	32

A. L'espace linguistique de la communication et de la production	32
a) D'abord parler : la communication orale	32
b) L'accomplissement des tâches	33
c) S'exprimer librement	34
B. Les espaces privé et public de la langue de travail	35
a) « On travaille en français, on <i>deal</i> en anglais »	35
b) « On travaille en anglais, on s'amuse en français »	36
C. L'espace du français : la communication « chez soi »	37
3.2 Le statut des langues	38
3.2.1 La place de l'anglais (et du français)	38
3.2.1.1 L'incontournable <i>lingua franca</i>	39
A. La langue internationale du travail	39
B. L'exigence de l'anglais	40
a) Une condition d'emploi	40
b) Le français désavantagé	42
3.2.1.2 Les avantages du bilinguisme	43
A. Ouvrir des portes : la mobilité socioprofessionnelle	43
a) Obtenir de meilleurs emplois	44
b) Préparer l'avenir des enfants	45
B. L'enrichissement socioculturel	46
a) Une « corde de plus à son arc »	46
b) La polyvalence	47
c) Des qualités intéressantes	48
3.2.2 L'aménagement des langues en milieu de travail	48
3.2.2.1 Le français, langue commune?	48
A. La mesure du français	48
a) Des contraintes de territoire	48
b) L'exigence de rentabilité	49
B. Politique de la langue	50
a) Priorité du français ou bilinguisme institutionnel	50
b) Le laisser-faire	51
3.2.2.2 Satisfaire les besoins linguistiques	52
A. Une question de respect	52
B. Créer un environnement	53
a) Mettre à disposition	53
b) Traduire	54
3.2.2.3 La langue des outils et du matériel	55
A. Une question d'habitude	55

B. Le recours à la terminologie française (l'aménagement de corpus)	56
a) L'habitude des termes anglais	56
b) « Pourquoi tu me mets ça en français? »	57
c) Faire l'effort	58
3.3 Les rapports à la langue de travail	59
3.3.1 Des attitudes et des préférences	59
3.3.1.1 La qualité de la langue	59
A. Une langue anglicisée et méconnue	59
B. Le français québécois : du bon et du mauvais	61
3.3.1.2 La langue des échanges	62
A. Le français : un choix naturel	63
B. Se faire comprendre	65
C. Opter pour l'anglais	67
3.3.1.3 Des non-francophones et la langue française	73
3.3.2 L'identité linguistique au travail	77
3.3.2.1 Manifester la langue, la faire respecter	78
A. Défendre le fort francophone	78
a) Préserver l'identité	78
b) S'afficher en français	79
c) Veiller au bon usage	81
B. Concilier la place du français	82
a) Assumer l'identité	82
b) S'exprimer en français	83
c) Transmettre la langue	84
3.3.2.2 Garder la langue pour soi	84
3.4 Le devenir du travail en français	86
3.4.1 Une question de légitimité	86
3.4.2 Demeurer vigilant	87
3.4.3 Des changements souhaités	89
3.4.4 Une autre attitude à développer	90
Conclusion	92
Bibliographie	102
Annexe 1 – Données statistiques sur les participants et les entreprises	105
Annexe 2 – Canevas d'entrevue de groupe	109
Fiche du participant	113



## Remerciements

Nous tenons à souligner la précieuse et constante contribution à cette étude de M. Pierre Bouchard, chef du Service de la recherche et des ressources documentaires de l'Office de la langue française, et de M<sup>me</sup> Elaine Raza, chercheure dans le même service.

Leurs réflexions et leurs conseils ont été fort judicieux tout au long du mandat et spécialement dans les phases d'orientation de l'étude, d'élaboration de la problématique et de réalisation des entrevues de groupes.



## Faits saillants

- À la question « *Qu'est-ce que ça veut dire pour vous travailler en français?* », les travailleurs et gestionnaires rencontrés établissent, d'emblée, le tracé de frontières linguistiques qui déterminent des territoires du français, comme langue de travail. Deux **territoires linguistiques** sont identifiés : le territoire d'affaires (externe) et le lieu de travail (interne).
- L'incidence du *territoire d'affaires* sur la langue de travail est distincte selon la taille des entreprises :
  - le petit volume d'échanges avec le territoire d'affaires hors Québec occasionne globalement un usage restreint et ponctuel de l'anglais dans les petites entreprises (10-49 employés); cet usage très marginal de l'anglais est surtout le fait de personnes dont la fonction est d'établir des rapports avec l'extérieur du Québec et aussi avec la clientèle et les fournisseurs anglophones du Québec;
  - le volume plus important de liens d'affaires avec l'extérieur du Québec dans les entreprises de plus grande taille (50-99 employés) entraîne un plus grand usage de l'anglais, surtout au niveau des communications; pour un petit nombre d'entreprises de cette taille, l'interdépendance organisationnelle et celle des réseaux d'affaires imposent aussi parfois l'usage de l'anglais dans la production (réalisation du « produit » et de ses accessoires, rapports, etc.).
- Les traits linguistiques du *territoire interne* des entreprises semblent avoir plus d'incidence sur la langue de travail que ceux du territoire d'affaires :
  - dans les entreprises (15 %) ayant une maison-mère située hors Québec, l'anglais est le plus souvent imposé dans les liens d'échanges (communiqués, réunions à l'interne, etc.); l'anglais domine aussi dans les échanges avec les filiales hors Québec;
  - dans la majorité des entreprises de petite taille à *propriété* francophone (60,3 %), le français est généralement la langue des communications verticales et horizontales, sauf pour les contacts privés entre non-francophones dans lesquels l'anglais ou même une autre langue peuvent être utilisés;
  - dans les entreprises de plus grande taille, le bilinguisme est fréquent dans les communications écrites tandis que les directives adressées oralement au personnel de la production par des contremaîtres ou superviseurs le sont habituellement en français ou en anglais, selon la langue maternelle de l'employé, mais peut-être plus souvent en anglais lorsque celui-ci est allophone. En règle générale, lorsque la langue maternelle du patron n'est pas le français (56 % des entreprises), la probabilité est plus élevée que les échanges avec lui se fassent en anglais ou à la fois en anglais et en français selon la langue maternelle des employés; inversement, lorsque la propriété est francophone (41 % des entreprises), les échanges verticaux s'effectuent principalement en français, hormis certains cas d'exceptions;
  - dans les échanges horizontaux (entre employés), deux facteurs déterminent la proportion ainsi que les conditions d'usage du français dans les entreprises, c'est-à-dire la *composition ethnolinguistique* et la *division par secteur* :
    - \* lorsque les entreprises sont à majorité francophone, les échanges à l'interne se font principalement, sinon exclusivement en français. Cette situation tend à s'inverser lorsque

l'anglais est la langue de la majorité. L'usage de l'anglais est également assez répandu dans le cas d'entreprises composées pour une large part de travailleurs allophones, surtout s'ils sont issus de pays différents; il y aura usage systématique de la langue maternelle entre personnes de même origine et usage préférentiel en toutes autres circonstances de l'anglais ou du français selon que l'on appartient à tel ou tel groupe ethnique;

\* dans les grandes entreprises, la langue d'usage varie aussi selon les secteurs ou départements : au niveau de l'administration on parle français ou anglais ou les deux; dans le secteur de la production, on parle soit exclusivement français ou encore anglais et/ou la langue maternelle des allophones. La langue maternelle des chefs de service et le type d'activité influencent aussi la langue d'usage dans les secteurs.

➤ Les travailleurs et les gestionnaires balisent le « **travail en français** » selon un ensemble de critères que la notion de territorialité aide à circonscrire. Deux dimensions la caractérisent : la langue du territoire et le territoire de la langue :

• *La langue du territoire* renvoie à un ensemble de critères abondamment évoqués par les travailleurs et gestionnaires d'entreprises de petite taille :

– l'impression de travailler en français repose pour plusieurs sur des *référénts territoriaux*, le Québec constituant le référent majeur : à celui-ci s'ajoute le fait de travailler dans un secteur de la région montréalaise où prédomine le français ou encore dans un entourage immédiat du lieu de travail qui soit francophone. Dans ces conditions on a l'impression de travailler en français, peu importe le volume d'usage de l'anglais ou même d'une autre langue dans la réalisation des tâches;

– l'entreprise elle-même en tant que territoire est un autre référent du travail en français : on travaille en français si on se trouve dans un *environnement linguistique* francophone (collègues) ou encore si on a le sentiment d'être « *entouré de français* » dans ce qui est communiqué ou dans ce qui s'entend comme langue autour de soi;

– la propriété de l'entreprise s'avère plus déterminante encore dans ce contexte : on travaille en français si la « *langue maternelle* » de l'entreprise (la propriété en fait) est le français; dans les milieux de travail où l'anglais occupe une plus large place, le sentiment de *liberté d'expression en français* ou celui d'être *minimalement compris en français*, par un patron anglophone par exemple, suffisent pour avoir l'impression de travailler en français.

• *Le territoire de la langue* concerne l'espace réellement occupé aux yeux des participants par le français et l'anglais dans l'accomplissement de leur travail; un premier type de balises concerne l'espace linguistique de la communication et de la production :

– comme dimension importante de l'environnement de travail, la *communication* apparaît, chez des employés d'entreprises de grande taille, comme le premier des critères du travail en français; encore faut-il que le temps consacré à la communication en français surpasse celui qui est alloué à la communication dans une autre langue;

– d'autres critères ont trait à l'accomplissement des tâches : « travailler en français » dans ces cas suppose qu'une variété d'activités (notes de service, rapports, communication avec les collègues, etc.) puissent être réalisées en français et estimées en termes de *temps consacré* à son usage, que les tâches soient effectuées sur une base *régulière* (régularité), ou encore que la *priorité* soit donnée au français dans toute activité dont la réalisation ne nécessite pas l'usage d'une autre langue telle que l'anglais;

- les contraintes et limites imposées au travail en français par les contacts avec les clients et fournisseurs relativisent le sentiment de travailler en français; en pareil contexte, les critères du travail en français deviennent la *possibilité de s'exprimer en français* à l'interne et *l'absence d'obligation d'usage d'une autre langue* que le français en dehors des contacts avec l'extérieur.

D'autres balises renvoient aux espaces privé et public de la langue de travail :

- le travail en français est associé à un *espace personnel* (penser en français) opposé à un environnement le plus souvent anglophone (en dehors de soi dans l'entreprise ou dans les communications formelles avec l'extérieur de l'entreprise);
- dans les plus grandes entreprises à propriété anglophone, le travail en français correspond souvent aux *rappports conviviaux* entre les membres du personnel (la dimension affective du travail), alors que l'anglais est davantage associé à l'ensemble des communications formelles et des activités de production (la dimension effective du travail).

➤ Le **statut** officiel du français comme langue de travail rivalise grandement avec celui de l'anglais :

- L'anglais est perçu comme langue internationale du travail et des affaires; cette *lingua franca* impose dans l'esprit de la plupart l'exigence du bilinguisme comme condition implicite d'emploi pour remplir une diversité de fonctions dans nombre d'entreprises à propriété anglophone par exemple, et explicite pour des gens occupant des postes clés au niveau de l'interface interne-externe, quelle que soit la taille de l'entreprise.
- Au travail, l'anglais imposerait ses exigences au français de trois manières au moins : il offrirait des chances de promotion plus grandes; à présence égale avec le français dans l'entreprise, il aurait tendance à être préféré à cette langue lors d'échanges entre collègues; il aurait en matière de technologie quelques longueurs d'avance sur le français.
- Le bilinguisme présente des avantages que n'offre pas aux yeux de plusieurs la seule connaissance du français : il ouvre plus de portes, il offre des emplois plus payants et il favorise une meilleure mobilité professionnelle; l'exigence du bilinguisme est pressentie même s'il s'agit d'un usage très limité (5 %) de l'anglais au travail. La connaissance de l'anglais est aussi source d'enrichissement socioculturel et accroît en outre la polyvalence et la flexibilité des compétences langagières dans un maximum de situations liées aussi bien aux conditions actuelles du travail qu'à celles de la vie privée.

➤ **L'aménagement de statut** du français en milieu de travail tient compte des contraintes de territoire mais aussi de principes ou de modes d'aménagement indépendants de ces contraintes :

- Les contraintes de territoire qui sont, comme on l'a vu, l'anglophonie du propriétaire et de la majorité du personnel de l'entreprise ou encore, de la clientèle, font souvent en sorte que le français n'est présent dans l'entreprise (dans les communications internes) que dans la mesure où il est exigé par les travailleurs eux-mêmes ou comme conséquence de l'intervention de l'Office de la langue française.
- L'exigence de rentabilité à laquelle sont soumises les entreprises compromet souvent l'élaboration de stratégies d'aménagement capables de donner une meilleure place au français; des contraintes d'argent (le coût plus élevé des logiciels en français par exemple) et de temps sont des arguments souvent invoqués pour expliquer la résistance de certaines entreprises à promouvoir le français à l'interne au-delà des obligations prévues par la loi.

- Concernant la politique de la langue, la place du français dans les petites entreprises n'a pas à être aménagée ou confirmée dans son statut de langue commune dans les petites entreprises puisqu'elle l'est de fait; dans les plus grandes entreprises, des opinions font valoir l'importance d'assurer au français la première place comme langue des communications internes, ou d'en régler l'usage à égalité de statut avec l'anglais (bilinguisme institutionnel); les tenants du bilinguisme institutionnel ont un discours où prédomine une attitude de laisser-faire : l'important est de veiller à ce que le français soit présent, notamment au niveau des communications formelles.
- L'aménagement de la place du français implique dans l'esprit de ces personnes le *respect* des besoins ou des droits de ceux dont ce n'est pas la langue de prédilection tout en soutenant activement des mesures visant à la rendre accessible; ces mesures consistent essentiellement à « créer un environnement » de travail favorable à l'utilisation du français : par la mise à disposition en français des outils et autres documents nécessaires à l'accomplissement des tâches, ainsi que par des mesures de *traduction* assumées par l'entreprise elle-même.
- Des réactions à la création d'un environnement en français (la francisation des outils informatiques) sont partiellement illustrées : quelques personnes disent avoir opté pour des logiciels français tandis que d'autres confirment leur préférence pour les versions anglaises; l'habitude est la raison invoquée dans tous les cas.
- Cette situation vaut également pour le corpus du français au travail : à l'instar des outils en anglais, l'usage des mots anglais est une habitude tenace, sans doute encore plus profondément ancrée, comme si les termes anglais utilisés pour le travail avaient un caractère quasi immuable, en fait les seuls possibles pour décrire dans *sa langue* la réalité de son milieu.
- Dans leurs **rapports à la langue de travail**, plusieurs personnes de petites entreprises sont d'avis que le français gagnerait à se dépouiller de ses anglicismes perçus comme principal irritant affectant la *qualité de la langue* de travail. La méconnaissance générale du français a également fait l'objet de commentaires mais de façon moins répandue.
- Sur la question du *français québécois*, quelques-uns semblent assumer plus que d'autres le français québécois comme marqueur d'identité : malgré son « genre », il n'en est pas moins du français, mais un français qui se distingue par son histoire, par ses mots, par ses accents ou par ses expressions héritées d'influences diverses.
- La coexistence du français et de l'anglais, davantage présente dans les entreprises de plus grande taille, amène les gestionnaires et les travailleurs à opter le plus souvent pour l'anglais comme *langue des échanges* interpersonnels ou collectifs :
  - pour un petit nombre de personnes – gestionnaires bilingues surtout – l'anglais est souvent choisi comme langue d'échanges pour « se faire comprendre » quand il y a impossibilité ou difficulté réelle ou appréhendée de communiquer en français;
  - quelques personnes préfèrent l'usage du français, leur langue maternelle, et d'autant plus, en raison de leur inconfort en anglais;
  - par contre, en pareille situation de choix et lorsque la connaissance de l'anglais ne semble pas en cause, un très grand nombre de personnes optent pour l'anglais pour des motifs explicitement ou implicitement associés au statut particulier conféré à cette langue : elle est la *lingua franca* des affaires, elle est plus efficace pour la communication, c'est la langue « *in* »

des relations de travail, il est avantageux de la pratiquer, on la parle par habitude ou par bienveillance.

- Au sujet des *rapports des non-francophones à la langue française*, il existe une attente commune : celle qu'existe minimalement une possibilité de parler en français avec eux; l'effort apprécié de quelques clients, travailleurs et jeunes anglophones pour parler français contraste avec les impressions beaucoup plus répandues que les « anglophones » se comportent de façon irrespectueuse face au français censé être la langue du travail et la langue commune au Québec.
  - La grande majorité des personnes rencontrées ont en commun de croire en la nécessité pour la langue française de prendre sa place en milieu de travail. Dans le cadre de leurs activités de travail, elles disent adopter des comportements qui tendent à révéler deux formes distinctes de *positionnement identitaire* : l'une, laissant transparaître une volonté d'affirmer la présence et la qualité du français au travail (manifeste la langue, la faire respecter); l'autre, discrète et de nature privée, n'accordant au français qu'une place pour soi-même (garder la langue pour soi).
- Sur le **devenir du travail en français**, il est un aspect sur lequel la plupart s'entendent : au Québec, le français a un statut particulier que la présence de l'anglais ne saurait amoindrir. Personne ne conteste la *légitimité* de ce statut qui devrait au moins inciter à « faire un effort » pour parler français et qui devrait faire en sorte aussi qu'un francophone unilingue ne soit pas discriminé et qu'il ait le droit, *a fortiori* au Québec, de travailler exclusivement dans sa propre langue.
- Sur la question du *droit de travailler en français* comme sur celle de la situation du français au travail en général, un appel à la vigilance est lancé par plusieurs : dans l'esprit des personnes, il ne semble pas y avoir permanence ou institutionnalisation véritable de la présence du français dans les entreprises implantées au Québec, mais simplement association ponctuelle de cette présence à des environnements de travail francophone dont la création est souvent laissée à la seule discrétion des propriétaires d'entreprises; la vigilance devient d'autant plus importante dans ce contexte qu'elle implique, par delà les seules stratégies individuelles de positionnement identitaire, une représentation différente de la place devant être normalement occupée par le français au travail.
  - Parmi les *changements souhaités*, une « pression » à faire usage du français doit pouvoir s'exercer qui ne relève pas de mesures ou de directives particulières qui ont peu d'incidence sur la réalité du travail en français, mais d'une culture ou d'une prédisposition générale de la part des directions à faire les choses en français.
  - Plusieurs croient important que les francophones puissent modifier le rapport souvent ambigu qu'ils entretiennent à l'égard de leur propre langue. Sans ce *changement d'attitude*, et sans intervention en ce sens menée parallèlement à tout réaménagement de la place du français au travail, le devenir du travail en français ne se dessinera jamais autrement qu'à partir des tracés toujours plus marqués de la présence de l'anglais.

Ce rapport est le produit d'une étude réalisée sous les auspices de l'Office de la langue française qui nous a confié le mandat d'explorer ce que signifie l'expression « travailler en français » dans le contexte de la mondialisation.

Les **objectifs** poursuivis par l'étude étaient les suivants :

- ◆ apporter un éclairage sur ce que signifie « travailler en français »;
- ◆ identifier les facteurs, les critères qui amènent à penser que l'on travaille en français;

- ◆ identifier les espaces de communications (écrit, oral, interne, externe) problématiques pour le français;
- ◆ identifier les facteurs (politiques, économiques, linguistiques et personnels) qui favorisent ou entravent l'implantation du français au travail;
- ◆ contribuer aux travaux des États généraux sur la situation et l'avenir de la langue française au Québec.

Le rapport comprend quatre sections : la problématique, la méthodologie, les résultats (*le sens du travail en français* présenté en quatre sous-sections : une question de territoire, le statut des langues, les rapports à la langue de travail, le devenir du travail en français), et la conclusion.

### 1. Problématique

La problématique de la langue de travail au Québec est plus que jamais associée au phénomène de mondialisation. Les distinctions terminologiques se multiplient de façon à rendre compte des tendances sans cesse renouvelées de l'économie mondiale : internationalisation pour désigner l'ouverture des marchés vers l'extérieur, mondialisation pour désigner un processus très avancé d'expansion géographique de l'économie, régionalisation et continentalisation pour désigner des zones géographiques d'échanges commerciaux comme l'ALENA.

S'agit-il d'un mythe, d'une construction idéologique propre à légitimer le néo-libéralisme et à consolider mondialement le capitalisme anglo-américain (Sales, 2001)? S'agit-il d'un phénomène de développement à ce point englobant et uniformisant qu'il risque de mettre en péril toute politique linguistique nationale qui viserait à préserver une langue autre que l'anglais, le français en l'occurrence au Québec? S'agit-il, à l'intérieur de nos frontières, d'un prétexte pour résister au français, censé être selon la loi 101 (art. 100) « la langue des communications, du travail, du commerce et des affaires dans l'Administration et les entreprises »?

Il ne fait pas de doute, qu'au Québec, l'état actuel d'internationalisation des échanges économiques, de diffusion et d'implantation massive des nouvelles technologies de l'information et des communications (TIC) pose avec plus d'acuité la question qu'un Comité interministériel formulait, en 1996, après analyse de la situation de la langue française : « ne faudrait-il pas chercher à redéfinir ce qu'on doit entendre par l'expression « travailler en français » et ce plus particulièrement dans un contexte de mondialisation des marchés » (p. 92).

La mondialisation peut être décrite comme « une dynamique de constitution de réseaux transnationaux complexes, denses et flexibles, facilités ou renforcés par les progrès technologiques, par l'explosion des communications et par des stratégies de partenariat et d'alliances » (Gauthier, 1995 : 12).

L'impulsion nouvelle de l'économie occasionne une restructuration internationale des entreprises et des marchés qui développent de nouveaux réseaux d'affaires et d'alliances stratégiques, garants d'un meilleur poids compétitif à l'échelle nationale et internationale.

En franchissant les frontières politiques, géographiques et nationales, ces réseaux d'alliances stratégiques défient « les caractères nationaux des entreprises » remettant même en question les barrières linguistiques. En fait, par l'abaissement des frontières nationales, les réseaux d'affaires créés contribuent à étendre l'environnement ou le territoire des entreprises générant de la sorte de nouveaux « territoires linguistiques ». Cette notion de « territoire linguistique » a été développée par quelques chercheurs (Laponce, McAll et Loubier) et désigne fondamentalement « un espace plus ou moins étendu où se dessinent, se structurent des rapports linguistiques entre les personnes, les

groupes sociaux et les différentes sociétés qui interagissent à l'intérieur de cet espace » (Loubier, 1994, p. 90).

Dans le contexte économique actuel, la langue anglaise s'est imposée à ce point qu'on en parle comme de « la langue véhiculaire internationale ». L'anglais s'impose plus facilement du fait qu'il emprunte les canaux de la communication et de la culture. La diffusion de l'anglais est facilitée par l'interdépendance des réseaux d'échanges nécessitant le développement de bases communes de communications (Gauthier, 1995 : 16).

Le Québec prend part, certes, à cette dynamique d'expansion économique qui a comme effets d'agrandir ses territoires d'affaires et d'intégrer de nouvelles zones d'échanges et de partenariat comme l'ALENA et l'éventuelle zone de libre-échange des Amériques (ZLEA).

Il se range, d'ailleurs, « parmi les économies les plus ouvertes aux échanges commerciaux au sein de l'OCDE » avec un taux d'exportations inter-provinciales et internationales des biens et services atteignant 57,2 % du PIB en 1998. Sa contribution au marché international n'a cessé de croître dans la dernière décennie de sorte que la part des exportations internationales (passées de 22 % en 1990 à 37,5 % en 1998) est supérieure aux exportations inter-provinciales qui ont varié entre 19 % et 22 % du PIB pendant la même période (MIC, 2000 : 28). En 1999, un peu plus du tiers (31 %) des entreprises québécoises (manufactures, commerce, services aux entreprises) contribuent aux exportations (Saint-Pierre, 2001 : 6).

L'ensemble nord-américain constitue la principale zone d'échanges économiques du Québec. En effet, c'est aux États-Unis qu'est destinée la plus grande part (85 % en 1999) des exportations internationales du Québec (MIC, 2000 : 33). C'est de là que proviennent également la majorité de ses importations en 1998-1999, selon les données de l'Institut de la statistique du Québec (2000). La majorité (67 %) des expéditions des manufacturiers exportateurs sortent du Québec et sont destinées surtout au marché nord-américain : États-Unis (35 %), reste du Canada (22 %), autres pays (10 %) (ISQ, 1997).

C'est d'ailleurs en raison de la plus grande concentration des marchés québécois en territoire nord-américain que Rondeau (1994) parle plutôt d'un stade d'internationalisation que de mondialisation de l'économie québécoise (p. 317). C'est donc avec un territoire anglophone que se dessinent et se structurent les rapports linguistiques de la majeure partie des entreprises québécoises exportatrices ou importatrices, ce qui n'est pas sans défier davantage la place déjà problématique du français dans les milieux de travail.

L'économie québécoise est elle aussi concernée par la restructuration internationale des entreprises et des marchés. L'Office de la langue française (OLF), dans son dernier Rapport annuel (1999-2000), fait état des effets négatifs de cette tendance de l'économie sur la francisation des entreprises. Il souligne que les taux de certification des entreprises stagnent depuis 1990 (71,7 % en 2000-2001) malgré une augmentation constante du nombre d'entreprises certifiées depuis l'exercice 1996-1997. C'est imputable, dit-on dans le rapport, au contexte économique favorable à la création de nouvelles entreprises (p. 21). Aux dires du directeur de la francisation à l'Office, le suivi de la francisation des entreprises s'avère encore plus complexe dans la mesure où « les entreprises subissent à grand régime des changements importants dans leur structure et leur organisation, de nouvelles entités sont créées à la suite de fusions ou d'acquisitions » (Salvail, 2001 : 12).

L'incidence des TIC sur les activités internes de l'entreprise a été relevée dès 1993 dans une étude (Bouchard, 1993) notant une augmentation et une transformation des activités de communication, une plus grande variété d'opérations et de variantes de communication ainsi qu'une complexité plus élevée. L'analyse de la situation de la langue française révélait en 1996 l'espace plus grand occupé

concrètement par l'information sur le marché du travail : plus de 70 % des travailleurs utilisent l'écrit comme mode de communication (Comité interministériel sur la situation de la langue française, 1996 : 173).

Il existe peu ou pas d'études empiriques faisant état des dynamiques linguistiques dans les milieux de travail. Dans un texte récent, Béland (2001) fournit un aperçu du temps consacré en 1997 aux communications internationales, c'est-à-dire extérieures au Québec, par des travailleurs de la Région métropolitaine de Montréal : 18 % d'entre eux consacrent au moins la moitié de leur temps de travail aux communications internationales, écrites et verbales; plus de la moitié (55 %) affirment en réaliser au moins à l'occasion. Toutefois, ces communications écrites et verbales ne se font pas exclusivement en anglais puisque cette langue est utilisée par 55 % des travailleurs (Béland, 2001 : 7). Ces données, bien qu'indicatrices de l'espace occupé par l'anglais, doivent être interprétées avec circonspection puisqu'elles ne tiennent pas compte des facteurs d'influence sur la langue d'usage que sont les politiques et pratiques linguistiques internes ainsi que la ou les langues que ces employés connaissent et sont en mesure d'utiliser pour communiquer aussi bien à l'interne qu'à l'externe.

Alors que le rapport du Comité interministériel constatait en 1996 le retard du Québec en matière d'informatique, des données récentes provenant de l'Institut de la statistique du Québec révèlent que le nombre d'entreprises informatisées au Québec est croissant : 88 % en 1995, 90 % en 1999 (Saint-Pierre, 2001).

Même si le marché québécois dispose beaucoup plus maintenant du matériel, de l'équipement et des logiciels nécessaires comme outils de travail en français, il n'en demeure pas moins que les TIC se développent, selon l'expression de Gagnon (2000), « en synergie avec l'anglais » qui consolide ainsi ses assises comme *lingua franca* (p. 244). À cet égard, l'OLF note encore beaucoup de résistance dans certaines entreprises pour l'installation et l'usage de logiciels français pour des raisons ayant trait surtout à l'efficacité et à la qualité.

Il est difficile de mettre en doute l'incidence réelle ou probable de la mondialisation sur la langue de travail au Québec. L'influence de l'anglais déborde évidemment le cadre de la francophonie, mais le français du Québec se trouve dans une situation de plus grande fragilité : d'abord, en raison de la forte intégration de son économie à l'économie nord-américaine à prédominance anglophone; ensuite parce qu'existent de longue date au Québec des rapports linguistiques concurrentiels entre l'anglais et le français.

C'est d'ailleurs en raison de cette réalité historique de dualité linguistique qu'« il est difficile de dater l'origine et mesurer l'intensification au Québec de l'usage de l'anglais en lien avec la mondialisation » (Gauthier, 1995 : 26). Les analyses et les points de vue se multiplient sur la question des impacts de la mondialisation et sur les défis qu'elle pose à la politique linguistique du français comme langue de travail. Malgré l'absence d'études empiriques sur les impacts concrets et directs de la mondialisation sur la langue de travail, les réflexions actuelles sur la question tendent toutefois à converger vers la nécessité de réévaluer notre interprétation de la législation qui a servi à circonscrire le travail en français dans les milieux de travail, depuis l'adoption de la Charte en 1977.

On sait que l'objectif de « généralisation du français » (art. 141 de la Charte) n'a jamais été clairement défini, bien qu'il précise certains paramètres du travail en français : l'environnement interne (communications, échanges écrits et verbaux entre supérieurs, subordonnés ou collègues, affichage, connaissance du français, documents, manuels, terminologie, etc.); les communications avec la clientèle, les fournisseurs et le public.

Des études (Bouchard, 1992; Loubier, 1994) ont souligné qu'ainsi circonscrits par la Charte, les paramètres de la francisation n'ont qu'une portée institutionnelle puisqu'ils se limitent à l'environnement de travail (affichage, connaissance de la langue, documents, etc.). Selon ces paramètres, « travailler en français » c'est travailler dans un environnement francisé, sans qu'il soit pour autant possible de mesurer l'usage réel du français.

La Charte étend même la généralisation du français aux communications extérieures, comprenant la clientèle et les fournisseurs des entreprises à l'extérieur du Québec. Dans son dernier Rapport annuel, l'OLF soumet l'idée qu'il serait sans doute opportun de redéfinir ce que l'on entend par « généralisation du français » considérant que l'ouverture des marchés limite les gains de la francisation à « ce qui relève de l'autorité locale de l'entreprise, le reste étant plutôt du ressort du siège social, des fournisseurs et des clients établis à l'extérieur du Québec » (p. 21).

C'est précisément sur la nécessité de revoir ce paramètre de la francisation que s'établit le plus important consensus. Il semble désormais irréaliste pour plusieurs de confiner la langue de travail à l'environnement interne de l'entreprise. La langue de travail ne concerne plus seulement « des rapports entre groupes et individus à l'intérieur des entreprises, mais aussi (des) rapports qu'une collectivité doit entretenir avec l'extérieur de l'entreprise » (Gagnon, 2000 : 252).

La tentation est même grande, pour certains, de remettre en question la pertinence de la loi 101 jugée anachronique. Selon Sales (2001), la loi 101 « a été adoptée dans une société où la langue de travail trouvait pour l'essentiel ses racines à l'intérieur de la société. Il était possible d'y répondre par une législation appropriée dans le cadre provincial pour changer une situation très inégalitaire » (p. 1). Dans une autre étude (Gagnon, 2000), l'idée d'anachronisme de la loi 101 relève non seulement de l'ouverture des entreprises vers l'extérieur, mais aussi de la multiplication du nombre de travailleurs (incluant ceux de la production) en lien avec l'extérieur.

C'est aussi ce que Sales (2001) soutient pour questionner « le droit pur à travailler dans sa langue » : « (...) la réalité d'échanges économiques mais aussi professionnels et scientifiques avec les États-Unis, avec l'anglais pour langue de communication, entraînent de plus en plus de limites structurelles à la francisation qui ne peut plus être conçue dans des termes de droit pur à travailler dans sa langue parce que l'environnement n'est plus réduit au seul territoire national » (p. 6).

Les défis auxquels fait face le français comme langue de travail dans le contexte de la mondialisation ne sont pas perçus de façon unanime. Sans nier l'impact certain de la plus forte concurrence linguistique entre l'anglais et le français, d'autres études relativisent la portée réelle sur la langue de travail au Québec que peut avoir l'internationalisation des échanges. Sur la base d'une étude effectuée en 1993 dans quatre des milieux de travail (vêtement, bio-médical, haute technologie, santé), McAll précise qu'on n'a pas besoin de la thèse de l'internationalisation pour expliquer la dominance de l'anglais dans certains milieux de travail montréalais puisque des facteurs endogènes suffisent à expliquer par eux-mêmes cette dominance. Ces facteurs sont pour lui la spécificité des rapports historiques entre les deux communautés (anglophone et francophone) dans l'espace montréalais ainsi que les traces laissées par ces rapports dans les milieux de travail (p. 23-24).

C'est également le point de vue d'une autre étude (Gauthier) alléguant que les pratiques linguistiques dans les milieux de travail ne relèvent pas seulement de la portée des usages linguistiques mondialisés mais aussi des rapports historiques de pouvoir et de forces entre le français et l'anglais au Québec (p. 30).

D'ailleurs, l'analyse de la situation du français faite par le Comité interministériel en 1996 fait largement état de l'impact de cette dualité linguistique sur la langue de travail. Un certain progrès

était noté dans la généralisation de l'usage du français, sans qu'on puisse conclure toutefois qu'il s'était imposé comme langue de travail. Le rapport relevait ce qui suit pour la région de Montréal, tout spécialement concernée par la problématique linguistique : la situation de progression (de 42 % à 56 %), entre 1977 et 1995, de la main-d'œuvre travaillant généralement en français (90 % et plus du temps) concerne principalement les francophones eux-mêmes, à qui la loi 101 a permis de travailler dans leur langue; la progression vers la généralisation de l'usage du français chez les Québécois, autres que francophones, n'indique pas qu'ils s'orientent clairement vers l'adoption du français « de façon normale et habituelle, dans leurs activités et leurs communications publiques »; alors que l'usage du français a augmenté dans les milieux majoritairement francophones, l'usage de l'anglais a diminué au profit du bilinguisme dans les milieux moins homogènes linguistiquement (p. 226-227).

De plus, l'anglais est souvent la langue de communication des francophones qui travaillent dans les deux langues : les données des *Indicateurs de la langue de travail au Québec* (1995) révèlent que 53 % des francophones utilisent l'anglais avec leurs supérieurs anglophones, 50 % l'utilisent avec leurs collègues anglophones et 40 % avec les subalternes anglophones. S'agit-il pour les francophones d'un recours obligé à l'anglais par méconnaissance du français de leurs interlocuteurs ou de l'effet d'une tendance déjà observée chez les francophones à opter pour l'anglais en présence d'anglophones ou d'allophones?

Cette attitude des francophones relevée entre autres par McAll (1990) s'explique par l'attrait des avantages liés, selon eux, à la connaissance et à l'usage de l'anglais : prestige et meilleure mobilité professionnelle. McAll range cette attitude au nombre des facteurs liés en majeure partie au statut de l'anglais qui jouent, selon lui, en défaveur du français comme langue de travail : lorsque le français est langue de traduction (s'ajoute à l'anglais au lieu de le remplacer), il y a bilinguisation; il y a surcroît de compétences en anglais chez les francophones; l'anglais est davantage exigé par les francophones que le français par les anglophones; la composition ethnolinguistique des petites entreprises, notamment celles qui constituent des ghettos d'emploi et qui regroupent surtout des immigrants connaissant peu le français (p. 40-42).

En plus de confirmer l'importance des connaissances linguistiques des travailleurs comme facteur déterminant des choix linguistiques d'une entreprise, une autre étude (Bouchard, 1991) a démontré le rôle majeur joué par la direction des entreprises dans la francisation.

Dans un récent bilan, l'OLF fait état du maintien de la résistance à la francisation dans quelques entreprises québécoises : plusieurs tentent de se soustraire à la francisation en ne s'inscrivant pas auprès de l'Office; celles qui font l'objet d'ententes particulières (sièges sociaux ou centres de recherche) en profitent pour faire déborder l'usage de l'anglais vers des services ou des postes non régis par les ententes (Salvail, 2001 : 10).

En somme, dans le débat actuel sur la question du travail en français, la plus grande vigilance s'impose pour départager les répercussions respectives de la mondialisation et des relents de rapports de forces entre l'anglais et le français dans les milieux de travail. Le questionnement de Sales sur le « droit pur de travailler en français » aide à mieux saisir l'importance de définir et d'actualiser ce qu'est le travail en français. Les quelques indicateurs qui servaient à en tracer les contours sont remis en question ou susceptibles de l'être : le travail dans un environnement francisé selon les normes de la Charte; les communications écrites et verbales entre les supérieurs, collègues et subordonnés dans le milieu immédiat de travail; l'usage du français mesuré en termes de proportion (%) de temps (généralement en français, surtout en français), etc.

Sur la base de quelles réalités de travail et de quelles contingences linguistiques peut être défini le travail en français? Outre l'extension à de plus en plus de travailleurs des contacts en anglais avec l'extérieur, il y a également le risque que l'anglais s'insinue plus à fond dans l'environnement interne de l'entreprise comme langue de production et même d'administration en vertu de diverses logiques : la « normalité » de la diffusion du travail en anglais, *lingua franca*, dans un contexte de mondialisation; une meilleure efficacité de production avec l'anglais comme langue commune; l'économie de traduction des rapports, des documents d'affaires et même de production.

À la limite, on peut se demander si le travail en français risque de devenir le résiduel de l'espace, incontournable ou « construit et maintenu institutionnellement », qui sera accordé à l'anglais? La question est loin d'être banale si on considère, en plus, que le français ne s'est même pas imposé comme langue de travail après plus de 20 ans d'application de la Charte.

Voilà donc formulée dans toute son ampleur la question du travail en français. Les défis posés par la mondialisation au français comme langue de travail ne sont pas simples à cerner puisqu'il s'agit d'un phénomène en pleine mouvance, faisant autant voir la constance de certaines tendances, comme le développement accéléré des TIC, que la réversibilité de la prépondérance de l'anglais, comme la part décroissante de l'anglais sur Internet. Selon l'Unesco, cette part serait passée de 75 % à 60 % entre 1998 et 2000 et pourrait même se situer en deçà de 50 % d'ici 2003. Cette décroissance s'est faite entre autres au profit de l'espagnol et du français qui y occupent maintenant les deuxième et troisième rangs (*La Presse*, 27 mars 2001).

Les conclusions du séminaire (1995) portant sur les enjeux et défis pour le français dans le contexte actuel de mondialisation soulignaient justement les multiples facettes de ce phénomène et l'imprévisibilité de ses conséquences de sorte qu'il ne semble pas impossible « (...) d'infléchir le rythme et les formes de développement qu'elle (la mondialisation) revêt ou revêtera au cours des prochaines années » (Dumas, 1995 : 343). La mobilisation actuelle dans plusieurs pays du monde visant à préserver l'intégrité des caractéristiques culturelles nationales face à la mondialisation n'est pas étrangère à la problématique de la langue au Québec.

## 2. Méthodologie

### 2.1 Stratégie d'enquête

#### 2.1.1 Buts et méthodes

Pour saisir la signification du travail en français, nous avons opté pour des entrevues de groupe. Le choix de cette méthode s'explique par le caractère exploratoire de la recherche qui visait non seulement à obtenir des réponses à la question centrale de l'étude, mais aussi à mettre en lumière des éléments clés de la problématique de francisation des milieux de travail au Québec.

#### 2.1.2 Caractéristiques des entreprises

Les entrevues de groupes ont été faites auprès de travailleurs et de gestionnaires d'entreprises de petite taille (10-49 employés) et de plus grande taille (50-99 employés). Le recrutement des entreprises a été fait par une firme à même la liste des entreprises manufacturières, choisies au hasard. Les 120 participants sont répartis à peu près également dans les entreprises de petite taille (58) et de plus grande taille (62) (Tableau 1)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> L'annexe 1 présente une série de tableaux statistiques sur les entreprises et les participants.

La très grande majorité des entreprises [101 (85%)] ont leurs sièges sociaux au Québec (Tableau 2). Celles qui ont leurs sièges sociaux à l'extérieur du Québec [18 (15 %)] comptent parmi les entreprises de plus grande taille.

Le français est la langue maternelle des propriétaires d'un peu plus de la moitié des entreprises (53,5 %) alors que c'est l'anglais (20,3 %) et d'autres langues (22 %) pour l'autre moitié (Tableau 3).

### 2.1.3 Caractéristiques des participants

Quatorze groupes ont été constitués : huit avec des travailleurs, six avec des gestionnaires. Les groupes sont répartis également selon la taille des entreprises. Parmi les cent vingt personnes rencontrées, les travailleurs (75) représentent les deux tiers et les gestionnaires (45) l'autre tiers (Tableau 4).

Les hommes (52 %) sont un peu plus nombreux que les femmes (48 %) (Tableau 4). Le français (79 %) est la langue maternelle de la très grande majorité des participants en comparaison de l'anglais (4 %) ou d'autres langues (17 %) (Tableau 5).

## 2.2 Collecte des données

Les quatorze entrevues de groupes ont été réalisées en novembre et décembre 2000. L'animation des groupes était sous la responsabilité de Claire Chénard.

L'animation a été faite à partir d'un canevas d'entrevue identique pour tous les groupes (Annexe 2). La question thème était la suivante : « *Qu'est-ce que ça veut dire pour vous de travailler en français?* ». La durée des entrevues fut de 90 minutes chacune.

## 2.3 Analyse des données

En raison du caractère exploratoire de la recherche, nous avons retenu une seule catégorie d'analyse, soit la taille des entreprises. Il y avait selon nous une forte probabilité de différences dans les perceptions sur le thème d'étude selon que l'on travaille dans une entreprise de petite taille ou de plus grande taille. Dans une phase ultérieure d'exploration, il pourrait être indiqué d'étendre le cadre d'analyse à d'autres déterminants possibles des perceptions relatives au thème abordé, comme la scolarité, le statut d'emploi, les fonctions de travail, etc.

Le sens du travail en français a été dégagé en fonction de trois grandes catégories : le territoire linguistique, le statut des langues (représentation et aménagement) et les rapports à la langue de travail (les attitudes et les identités linguistiques).

## 3. Le sens du travail en français

### 3.1 Une question de territoire

À la question posée « Qu'est-ce que ça veut dire pour vous travailler en français? », plusieurs personnes établissent, d'emblée, le tracé de frontières linguistiques qui déterminent, de leur point de vue, les territoires du français, comme langue de travail.

C'est ainsi qu'elles opposent principalement l'intérieur et l'extérieur de l'entreprise, qu'elles font appel à d'autres territoires comme les filiales, les départements ou les secteurs internes. Cette façon de situer et d'appréhender le travail en français nous renvoie à la notion de « territoires linguistiques » (Loubier, 1994).

Nous allons traiter dans un premier temps les types de territoires linguistiques identifiés par les participants : le territoire d'affaires et le territoire interne. Nous verrons ensuite comment la

notion de territoire permet de recouvrir l'ensemble des significations qui sont associées au travail en français dans l'esprit des participants.

### 3.1.1 Les territoires de l'entreprise

#### 3.1.1.1 Les territoires d'affaires

##### A. Le tracé des frontières linguistiques : l'intérieur et l'extérieur de l'entreprise

En opposant l'intérieur et l'extérieur de l'entreprise, les personnes résument à grands traits ce qu'elles perçoivent des effets, sur la langue de travail, de l'élargissement des liens d'échanges commerciaux, internationalisés ou mondialisés. Le commentaire qui suit illustre bien cette perception :

*À l'intérieur de l'entreprise, on parle plus français qu'autre chose, mais dès qu'on a des contacts avec l'extérieur, ça se fait plus ou moins en anglais. La majorité du temps c'est en anglais. Ça ne me dérange pas du tout, ça fait partie de cet environnement-là.*

On comprendra que les personnes qui font cette distinction entre l'intérieur et l'extérieur cherchent ainsi à souligner le contraste entre leur propre territoire linguistique, principalement francophone, et les territoires concernés par les liens d'échanges où l'anglais est la langue de communication. Est-ce à dire que l'interne est toujours français et l'externe, toujours anglais? Bien sûr que non, faut-il dire, à la lumière de la diversité des territoires et portraits linguistiques des entreprises que l'on a obtenus.

Dans les deux groupes d'entreprises, l'externe désigne principalement les territoires d'affaires en dehors du Québec : les États-Unis majoritairement ainsi que des pays d'autres continents. Dans les petites entreprises, en raison de l'importance de leur clientèle québécoise, l'externe renvoie, bien plus souvent que dans les plus grandes entreprises, à des territoires québécois et même à des sous-territoires, comme Montréal et ses quartiers.

##### B. Les rapports avec les clients et fournisseurs

Rares sont les personnes qui ne relèvent pas, pour leur entreprise, des liens d'échanges commerciaux en dehors du Québec. Il est néanmoins possible d'observer des différences significatives d'un groupe à l'autre d'entreprises.

De façon générale, dans les petites entreprises, les liens d'échanges commerciaux sont davantage circonscrits au territoire québécois. La clientèle étrangère, surtout américaine, représente une faible portion du bassin global de leur clientèle.

Par contre, dans les entreprises de plus grande taille, plusieurs mentionnent l'importance du volume de clientèles étrangères et d'échanges commerciaux qui s'étendent, dans certains cas, au marché mondial. En effet, dans ces entreprises, les territoires d'affaires débordent les frontières nord-américaines et incluent les marchés européen, asiatique et latino-américain.

##### a) Impact sur la langue de travail des liens d'échanges avec les clients et fournisseurs

Dans les deux groupes d'entreprises, c'est l'anglais qui est la langue de communication dans les contacts avec les clients et fournisseurs de l'extérieur du Québec. L'anglais est perçu, d'emblée, comme la langue commune et normale des liens d'affaires, peu importe si ces liens s'établissent avec des hispanophones

d'Amérique du Sud ou des Européens, incluant même les Français. Par ailleurs, certains se disent étonnés lorsque, même à titre de clients, ils se font servir en français par un Australien, un Américain, ou encore un Canadien de l'Ontario ou de Vancouver.

À quelques exceptions près, la même logique de service dans la langue des clients et fournisseurs prévaut sur le territoire québécois : on parle en français avec les francophones et en anglais avec les anglophones. L'exemple qui suit reflète très bien les observations générales sur la langue de communication avec les clients et fournisseurs, de l'extérieur comme de l'intérieur du Québec :

*Je travaille comme vice-président des ventes pour une compagnie de polyéthylène [...]. Beaucoup de nos ventes vont aux États-Unis. [...] Les clients de l'Ontario, c'est sûr, on va parler en anglais et les clients des États-Unis, on va parler en anglais. Il y a peut-être une demande un peu plus anglophone au niveau des clients, mais au Québec même, on offre le choix. Si le client est plus anglophone ou si son représentant est plus anglophone, on va parler anglais et s'il est plus francophone, on va parler français.*

On constate donc la prédominance du service dans la langue des clients et fournisseurs. Il s'en trouve quelques-uns, toutefois, pour exiger un service en français de la part de fournisseurs anglophones, estimant justifiée la réciprocité du service dans la langue du client.

Bien que les participants perçoivent unanimement l'anglais comme la *lingua franca* des liens mondialisés des affaires, quelques-uns déplorent les hésitations des francophones à se faire servir dans leur langue. Une personne souligne, d'ailleurs, la compétition que pourrait avoir l'anglais face à une autre langue comme l'espagnol, compte tenu justement de la mondialisation de la compétition. Voici comment il exprime son point de vue :

*Puis attention, c'est pas juste l'anglais. Tout le monde se décarcasse maintenant pour la compétition. Elle est mondiale puis on fait des gros efforts. On a vendu trois, quatre laboratoires en Espagne, on s'est tapé les manuels en espagnol. Il n'était pas question de leur dire que non, l'espagnol, nous, ça nous intéresse pas. Envoie le traducteur espagnol, parce que c'est le client. Il le demande, puis ça fait partie du bon livreur.*

#### **b) Effets des liens d'échanges commerciaux sur la langue de travail à l'intérieur des entreprises**

Les effets des liens d'échanges commerciaux sur la langue de travail à l'intérieur des entreprises semblent nettement différents, selon la taille des entreprises. Dans les petites entreprises, les contacts d'affaires avec la clientèle étrangère sont peu nombreux, occupent peu de temps et nécessitent par conséquent un usage limité et ponctuel de l'anglais. Ainsi en témoigne une personne :

*En temps, c'est minime, [les contacts en anglais avec les fournisseurs anglophones]. Cela va être le temps d'une conversation téléphonique, le temps d'écrire un courriel, cela peut être un 5 %, gros maximum. Le reste de mon travail interne, c'est en français. Cela va être juste l'échange, sur le moment, qui va être en anglais.*

Pour d'autres personnes, il peut s'agir de l'acheminement d'un appel à un vendeur ou de la rédaction d'un document d'affaires (factures, soumissions, contrats, bons d'expédition, etc.).

Il est intéressant aussi de spécifier l'influence que peut avoir la langue d'un *secteur* sur les activités de production et sur la communication avec les clients. Il s'agit, sans doute, d'une expérience marginale parmi les autres mais qui mérite d'être soulignée. L'exemple concerne le secteur de la boulangerie à Montréal, décrit comme un secteur francophone. Le travailleur relate ainsi la situation :

*Dans l'entreprise dans laquelle je travaille, on n'a pas d'ordinateur, rien, mais le français est important parce qu'il y a des termes quand même techniques dans chaque travail et on a décidé que c'était le français, parce qu'en plus, on est chanceux d'avoir un sujet qui est bien défini par des mots en français. Pour la boulangerie, c'est quelque chose qui est beaucoup plus défini par des mots français qui conviennent à chaque opération, chaque produit. Il y a même deux villes du West Island qui font de la boulangerie chez nous, qui apprennent le français en même temps et qui utilisent les mots français.*

Cet exemple révèle que la « langue » du secteur entraîne le partage du français comme langue de communication entourant les activités de production, y compris avec des clients anglophones de Montréal. Mais il faut bien admettre que c'est plus souvent le service dans la langue du client qui influence la langue de production, comme le dit un travailleur en parlant de la fabrication de turbines destinées à une clientèle ontarienne : « les manuels d'entretien sont produits en anglais ».

Dans les entreprises de plus grande taille, on comprendra que l'impact des liens d'affaires, sur les communications et les activités de production à l'interne, comporte des différences notables. En effet, plusieurs personnes traduisent, dans leurs propos, les effets non négligeables de l'extension de l'environnement des entreprises induite par la mondialisation de l'économie. En multipliant et en étendant leurs territoires d'affaires au delà des frontières québécoises et nord-américaines, certaines entreprises s'intègrent à des réseaux d'échanges commerciaux ayant des effets indéniables sur la langue de travail à l'intérieur des entreprises.

À cet égard, plusieurs nous diront que leur environnement de travail est francophone mais qu'une partie du travail de production, de réalisation du produit, se fait en anglais, langue des affaires, avec leurs clientèles. Un gestionnaire présente ainsi l'impact sur la langue de production de l'interdépendance des marchés et de la langue des affaires avec les clients :

*Dans un sens, il faut distinguer entre la communication de régie interne, c'est-à-dire la capacité de travailler en français, ce qui est le cas chez nous. Où, par contre, on a plus de problèmes, c'est quand on parle de documents qui impliquent nos partenaires d'affaires et qu'il s'agit de communiquer avec l'extérieur. Et surtout quand on parle des livreurs, des produits à livrer, des choses à livrer, c'est plus délicat parce qu'on a une entreprise qui s'intègre avec des activités d'autres entreprises qui sont principalement aux États-Unis.*

Ce gestionnaire parle en fait, comme quelques autres, de l'incidence du fonctionnement en réseau d'entreprises étrangères sur la langue entourant la fabrication d'un produit et de ses accessoires, c'est-à-dire les documents d'affaires, les manuels et outils destinés à une clientèle principalement américaine. Pour d'autres personnes, les activités en réseau et l'interdépendance organisationnelle impliquent : des échanges (réception et envois) de « plans » en anglais, traduits et travaillés entretemps en français; la rédaction et la traduction de rapports en anglais;

la réalisation de publicité dans les deux langues; l'usage d'une terminologie anglaise dans les dessins de l'industrie lourde, etc.

### 3.1.1.2 Les territoires internes

#### A. Les rapports avec la maison-mère et les filiales

En abordant maintenant les territoires linguistiques internes de l'entreprise, il faut noter que les commentaires portant sur les rapports des entreprises avec leur maison-mère et leurs filiales concernent exclusivement les entreprises de plus grande taille et, plus spécialement celles qui ont leurs sièges sociaux à l'extérieur du Québec.

Dans ce groupe d'entreprises (environ 15 % des entreprises toutes confondues), la langue de travail subit l'influence de la localisation de sièges sociaux à l'extérieur du Québec, laquelle localisation entraîne le plus souvent l'imposition de l'anglais dans les communications internes/externes et même dans les relations de travail, à l'interne.

Concrètement, cela implique, par exemple, qu'un directeur de personnel unilingue anglophone installé au siège social de Toronto communique exclusivement en anglais avec l'entreprise de Montréal. Dans un autre cas, l'anglais s'impose dans les communications par courrier électronique destinées autant aux employés francophones de l'interne qu'aux administrateurs de l'ensemble des filiales dans le monde. Un travailleur mentionne aussi l'adoption de l'anglais dans les réunions internes en présence d'inspecteurs venant de l'Ouest canadien ou des États-Unis. Dans le cas des communications écrites, il n'y a pas toujours traduction en français, et encore moins dans les réunions. Voici quelques exemples illustrant ce qui précède :

*Au niveau du « bureau chef » [siège social], parce que moi, je suis plutôt du côté corporation, mais à ce niveau-là, il n'y en a pas de problème, je regarde la « bâtisse » [l'immeuble] et il n'y en a pas de problème. Au niveau des magasins, là, cela devient différent parce qu'on a une personne qui chapeaute les magasins et qui est basée à Toronto et cette personne-là est unilingue anglophone. Alors ce qui se passe, c'est que quand cette personne vient à Montréal et doit s'exprimer au magasin, là, c'est différent. Mais il y a quand même un directeur de district que l'on appelle et lui, il est francophone.*

*[...] Tous nos courriels arrivent chez nous en anglais, parce que ça arrive du Japon, ça arrive d'Europe, ça arrive de partout et même de France, ça nous arrive en anglais. [...] C'est adressé à l'ensemble des employés, cela peut être adressé aux administrateurs, mais les administrateurs, il y en a à New York, il y en a partout et donc, c'est sûr que les « mémos » [notes de service] sont faits exclusivement en anglais.*

Une travailleuse trouve très inconfortable de relater le cas de son entreprise, de propriété québécoise francophone, qui impose l'anglais dans les communications internes à l'ensemble de ses filiales, y compris celles du Québec :

*Mon patron, directement, le président est un francophone. Mais nous sommes une division de [...]. Alors, la direction chez [...], c'est pas mal francophone, on connaît ces gens-là, mais la plupart de ce que je reçois, c'est en anglais. Des « mémos » [notes de service] internes, très souvent, 80 %, c'est en anglais uniquement, mais il ne faut pas oublier que ces « mémos »-là, ces notes de service sont distribuées, bien souvent, à tous les dirigeants de toutes les divisions de [...] qui sont partout au Québec, au Canada, aux États-Unis et dans le monde, alors, cela arrive très souvent que c'est uniquement en anglais.*

D'autres personnes soulignent l'impact de la multiplication des filiales ou des entreprises à travers le monde. Un gestionnaire rapporte le cas de son entreprise qui développe des chantiers de construction de raffineries en Alberta et en Amérique latine : là aussi c'est l'anglais qui est la langue de communication et de production de documents d'affaires.

*Pour nous aussi, on a affaire avec des individus qui parlent uniquement en anglais. On a une entreprise en Alberta. Le siège social est ici au Québec. Il faut produire des documents, faut mettre des choses en œuvre, puis il faut le faire en anglais. Ça ne donne rien de le faire en français parce que c'est des chantiers (de construction développés) dans le nord de l'Alberta ou bien en Amérique du Sud. On a une autre division là-bas. C'est en anglais que ça se passe, y compris avec l'Amérique du Sud parce que l'Amérique du Sud, à un certain niveau effectivement, dans les sociétés, les cadres supérieurs, ça va parler anglais.*

Souvent aussi, l'anglais s'impose comme langue de production dans le cas d'entreprises oeuvrant dans un secteur donné de production. Ainsi en est-il pour la recherche clinique, par exemple :

*À l'interne, dans le secteur de recherche clinique dans lequel je travaille, ça se passe en français pour nos relations entre nous. [...] Pour les rapports de recherche, ils s'écrivent en anglais parce qu'ils vont... ils vont être dans une base de données pour tout le monde dans le fond, alors faut les écrire en anglais et puis nos procédures sont en anglais aussi. Quand on fait une recherche, comme là je viens de terminer une recherche pancanadienne avec huit centres, il y en avait deux au Québec, naturellement les contacts se faisaient en français, mais pour les centres des autres provinces, les contacts se font en anglais.*

## **B. Le lieu de travail**

La notion de territoire linguistique s'applique également au lieu de travail de l'entreprise, c'est-à-dire au bureau lui-même ou à l'usine, aux ateliers ou départements qui le composent. Les rapports linguistiques à ce niveau peuvent être décrits suivant un axe vertical et un autre horizontal.

### **a) Les rapports hiérarchiques**

L'axe vertical concerne la langue des communications entre patrons ou superviseurs et les autres membres du personnel. Dans le cas des petites entreprises, cette langue est généralement le français, mais parfois elle peut être l'anglais ou même une autre lorsque le français n'est pas maîtrisé par les employés ou lorsque ces derniers et leurs patrons ont en commun de parler une autre langue que le français et l'anglais. Un cadre, par exemple, affirme parler en anglais « avec [s]on employée qui est unilingue anglophone, [...] et en français avec [s]on directeur des finances qui est unilingue francophone » et dans les deux langues avec le propriétaire anglophone de l'entreprise. Un autre, de langue maternelle française, transmet l'information dans leur langue à des travailleurs hispanophones et utilise l'anglais avec ses patrons « qui font des efforts remarquables » en français.

Dans les entreprises de plus grande taille, outre les notes de service généralement communiquées par écrit dans les deux langues, les directives adressées au personnel de la production sont habituellement transmises oralement par des contremaîtres ou superviseurs en français ou en anglais, selon la langue maternelle de l'employé, mais peut-être plus souvent en anglais qu'en français lorsque celui-ci est allophone. Même

si, dans deux cas, ces directives sont rapportées n'être transmises qu'en anglais par des responsables unilingues, la connaissance du français semble plutôt la règle :

*Dans l'usine, les contremaîtres et les contremaîtresses parlent français. Ce ne sont pas des Canadiens français d'origine, mais oui, ils se débrouillent fort bien.*

*Il n'y a pas de « mémos » internes administratifs qui vont aller aux gens qui travaillent sur les machines, mais les contremaîtresses, les directeurs de département, tous ces gens-là parlent français.*

En règle générale, lorsque la langue maternelle du patron n'est pas le français, la probabilité est plus élevée que les échanges avec lui se fassent en anglais ou à la fois en anglais et en français suivant les circonstances. Inversement, lorsqu'il est francophone, le travail au sein de l'entreprise s'effectue principalement en français.

### **b) Les échanges entre employés**

Cet aspect relève de l'axe horizontal de l'analyse des rapports linguistiques. Il fait appel à deux ordres de facteurs qui déterminent la proportion ainsi que les conditions d'usage du français dans l'entreprise. Il s'agit de la composition ethnolinguistique et de la division par secteur.

#### **– La composition ethnolinguistique**

Elle comporte deux aspects : la langue maternelle ou de prédilection (français ou anglais) de la majorité du personnel qui peut, en certains cas, être la même que celle du propriétaire, ainsi que l'origine ethnique. Dans les deux cas, la taille de l'entreprise n'influe pratiquement pas.

Concernant le premier aspect, lorsque les entreprises sont à majorité francophone, les échanges à l'interne se font principalement, sinon exclusivement en français. Cette situation tend à s'inverser lorsque l'anglais est la langue de la majorité : elle y devient en effet d'usage beaucoup plus répandu, au moins à égalité avec le français :

*Moi, ça va se faire principalement en anglais, étant donné l'environnement, [...] le background des gens, là [c'est plus des anglophones].*

*Moi, le milieu de travail c'est français, c'est bilingue. Nous autres, c'est les deux langues [...] parce que la majorité des gens avec qui je travaille, leur langue maternelle, c'est l'anglais.*

En fait, il peut arriver en milieu majoritairement anglophone que l'on passe aisément d'une langue à l'autre :

*[Chez nous,] c'est à peu près à 60 % anglophone, mais c'est bilingue. Les gens sont complètement bilingues, la réceptionniste, la personne aux comptes à recevoir, les contrôleurs, tous sont bilingues. [Et les communications] cela se fait dans n'importe [quelle langue]. On peut aussi bien commencer à se parler en anglais et là, tout d'un coup, on change en français et là, on parle en français et tout le monde comprend. Et puis, il y en a un qui parle un petit peu en anglais et, tout d'un coup, ça revient au français.*

L'usage de l'anglais est également assez répandu, mais non exclusif du français, dans le cas d'entreprises composées pour une large part de travailleurs allophones. Dans certains cas, elle sera la langue de prédilection dans les échanges avec des travailleurs francophones et, plus souvent, entre travailleurs de différents pays d'origine :

*Chez nous, il y a beaucoup d'ethnies parce que c'est une filiale d'une multinationale dont la maison-mère est à Zurich. Alors, il y a des Suédois, des Portugais, des Allemands, des Suisses, enfin tout. Alors, pour ce qui est de l'environnement, travailler en français, entre confrères francophones on échange en français, mais du fait qu'on côtoie quotidiennement des gens qui sont plus que bilingues, ils sont souvent multilingues, [on échange aussi en anglais avec eux].*

*Par exemple, si les Italiens veulent parler avec les Grecs, ils vont s'exprimer plus en anglais.*

Deux personnes, travaillant l'une dans une entreprise de petite taille et l'autre dans une plus grande, expliquent la tendance de certains immigrés à ne parler qu'anglais comme un phénomène lié au processus migratoire et donc, transitoire à leur apprentissage du français :

*Parfois, on a des nouveaux employés et ce sont des nouveaux arrivés, immigrants et ils parlent seulement anglais ou leur langue et alors [...] ça prend un minimum d'un an ou deux avant qu'au moins ils apprennent la base du français (10-49 employés).*

*Il y a beaucoup d'immigrés qui arrivent et c'est beaucoup plus facile pour eux de comprendre l'anglais au début. Alors, c'est peut-être un petit peu plus biaisé de ce côté-là, mais la plupart des gens qui sont chez nous comprennent le français et l'anglais (50-99 employés).*

Deux autres participants témoignent, de leur côté, d'un usage plutôt actif du français par les immigrés au sein de leur entreprise respective, l'une, de grande taille, à large composition allophone et à propriété francophone et l'autre, de petite taille, composée très majoritairement d'immigrés et à propriété allophone :

*[C'est un milieu] allophone oui, mais tout le monde parle français. Ils parlent tous français (50-99 employés).*

*La majorité, ce sont des immigrants, disons 80 %, ce sont des immigrants et 20 %, ce sont des Québécois qui sont nés ici, et quand ça parle entre eux, c'est toujours en français (10-49 employés).*

L'origine ethnique est un autre facteur qui semble avoir une incidence sur l'usage du français, de l'anglais ou d'une autre langue dans les échanges entre employés. Deux cas de figure ressortent : l'usage systématique de la langue maternelle entre personnes de même origine et l'usage préférentiel en toutes autres circonstances de l'anglais ou du français selon que l'on appartient à tel ou tel groupe ethnique. Le premier cas est illustré par les témoignages suivants :

*Moi, je travaille dans une compagnie où la plupart sont des Italiens et ils se parlent entre eux en italien, [mais] quand ils s'adressent à moi, c'est en français (10-49 employés).*

*Il y a des gens, ils ne parlent pas le français, ils ne parlent pas l'anglais non plus, ils parlent dans leur langue. [...] Alors, la langue du travail à l'intérieur même de la boîte, [...] elle est de préférence française, mais aussi entre les confrères de travail ça devient leur langue, c'est ça (50-99 employés).*

Le second cas est peu documenté. En dehors des tendances observées chez les personnes d'origine italienne et haïtienne à utiliser respectivement l'anglais et le français, une autre est évoquée par les participants de deux groupes différents concernant l'utilisation du français par les Latino-Américains.

### – La division par secteurs ou départements (les sous-territoires)

La langue principalement utilisée dans les échanges entre employés peut aussi varier selon les secteurs ou départements de l'entreprise. Cet aspect, qui concerne surtout les entreprises de grande taille, apparaît sous deux formes. La première touche à la division entre l'administration et le secteur de la production en général, deux territoires bien circonscrits du travail langagier (McAll, 1992).

Ainsi, une distinction est-elle faite dans certains groupes entre les langues utilisées « dans le bureau » et celles qui le sont « en arrière » ou « sur le plancher », c'est-à-dire dans l'usine ou dans les ateliers. Ces langues peuvent être le français et/ou l'anglais dans le premier cas, l'anglais et/ou la langue maternelle de travailleurs allophones dans le second; ou encore, le français et l'anglais dans le premier cas, et uniquement le français dans le second. En fait, aucune des entreprises données en exemple n'offre un portrait semblable :

*Dans le bureau seulement, [c'est en anglais]. En arrière [dans l'usine, dans la manufacture] c'est la Société des Nations. On en a qui ne parlent ni français, ni anglais. [...] Il y a des petits groupes. Il y a le groupe des Asiatiques, il y a le groupe espagnol, il y a le groupe de deux ou trois Canadiennes françaises et alors cela fait des petits groupes. Évidemment, ils ne peuvent pas communiquer [entre eux]. Je veux dire qu'ils communiquent par signes.*

*[Nous c'est] 50 % en français et 50 % en anglais. [...] Plus en anglais [finalement] parce que le propriétaire est anglophone, [mais] les gens sur le plancher, c'est plutôt en français, les hommes qui travaillent en arrière.*

*Les immigrés, la première langue qu'ils vont utiliser c'est l'anglais. Et donc, les gens sur le plancher, ils [vont parler] en anglais. [...] Mais entre nous, dans le bureau, on parle en français. [...] Tout le personnel administratif se parle de façon générale en français.*

Une seconde forme fait ressortir de multiples sous-territoires au sein des entreprises. Dans certaines d'entre elles, explique par exemple un administrateur de réseau informatique travaillant pour le compte d'une compagnie pharmaceutique, des départements peuvent fonctionner surtout en français et d'autres en anglais dépendamment du type d'activité ou encore de la langue maternelle des responsables ou chefs de service :

*Ça fonctionne un peu par départements, [certains] départements, c'est beaucoup plus anglophone, et d'autres c'est beaucoup plus francophone. [...] Les dirigeants des départements qui sont anglophones embauchent généralement des anglophones. [...] Dans le marketing, c'est très francophone, dans la recherche clinique, c'est beaucoup plus anglophone, dans l'informatique on est tous..., on fait partie du groupe finance-administration, ça c'est le seul département [composé exclusivement] de francophones, on est tous bilingues évidemment, là.*

Une autre participante témoigne dans un sens analogue :

*Nous, on a différents départements, par exemple le design, ils sont tous francophones, alors quand on parle avec eux, on parle en français. La comptabilité, c'est anglophone alors on parle en anglais. [...] Les employés d'une des manufactures, eux [...] ils sont complètement, à 100 % francophones.*

Cette gestionnaire d'une compagnie de fabrication de vêtements laisse entendre que la langue d'usage peut également dépendre de la fonction occupée, par exemple les

patronistes, tous francophones en l'occurrence. Ce même exemple est rapporté dans un autre groupe : « Les patronistes, c'est tous des Canadiens français », affirme en effet un cadre travaillant dans une entreprise du même secteur.

Dans de telles conditions de confinement des langues à des sous-territoires, on ne s'étonne guère des difficultés qu'il peut y avoir en certains cas à travailler en français partout dans l'entreprise. C'est entre autre ce que laisse entendre une designer travaillant, elle aussi, dans le secteur du vêtement :

*Mon assistante, elle est francophone, [mon échantillonneur, il parle français], donc moi personnellement c'est en français [que je travaille], mais quand je sors de mon bureau et puis que je sors du design, il faut que je parle anglais.*

### 3.1.2 La territorialité du travail en français

L'analyse des rapports linguistiques, telle que nous venons de la présenter, tant au niveau des territoires d'affaires que des territoires internes de l'entreprise, ne dit cependant rien des critères du travail en français selon les participants eux-mêmes.

Deux types de critères ressortent que la notion de territorialité permet selon nous de circonscrire. Le premier concerne la *langue du territoire*. Le territoire en question peut être national ou municipal ou encore se référer à l'espace nord-américain; il peut également être associé à l'entreprise, soit comme environnement linguistique global soit en tant que propriété détenue par des personnes ou intérêts privés dont la langue maternelle est le français ou l'anglais.

Le second type de critères se conçoit à l'inverse en tant que *territoire de la langue* : il concerne en quelque sorte le champ d'opération de la langue de travail ou, en d'autres termes, l'espace occupé par celle-ci du point de vue de ses fonctions de *communication* et de *production*, et de ses dimensions privée ou publique.

#### 3.1.2.1 La langue du territoire

##### A. La langue nationale, régionale

Pour nombre de personnes rencontrées, travaillant pour la plupart dans des entreprises de petite taille, le territoire où l'on vit et où l'on exerce son métier ou son occupation peut avoir un effet sur l'impression de travailler ou non en français.

Le Québec représente un référent majeur à cet égard. En effet, dans la mesure où il est admis que le français est la *langue du territoire* québécois, il ne fait aucun doute selon certains, que l'on travaille en français et ce, même si une large partie des tâches au cours de la journée est effectuée en anglais. Le sentiment d'être chez soi compte alors pour beaucoup :

*Tant et aussi longtemps que je suis dans mon Québec à moi, je parle français. Si je suis à l'extérieur, là, c'est une autre affaire (10-49 employés).*

*Chez nous [au Québec], je travaille toujours en français. [Même si] je dois parler en anglais, en allemand ou en russe, je travaille en français. C'est la même chose si je suis en vacances au Québec et que je parle avec un Anglais, je suis en vacances en français (10-49 employés).*

Pour d'autres, le référent territorial paraît se limiter à des zones spécifiques de la région montréalaise. Ainsi, l'impression de travailler en français est-elle fonction de la

prédominance ou non de cette langue dans le secteur de la ville où se trouve le lieu de travail :

*J'ai déjà travaillé dans le quartier Saint-Henri où on desservait dans ce temps-là beaucoup de gens du West Island, alors nos clients étaient anglophones, on parlait en anglais, puis 80 % de notre business était en anglais. Maintenant, je travaille dans l'est, je travaille à Saint-Léonard, puis je sais pas pourquoi, mais nos clients sont beaucoup plus francophones, ceux de l'île de Montréal. Alors juste à Montréal, dans un quartier ou dans un autre, ça a tout changé ma façon de travailler (10-49 employés).*

*J'ai déjà travaillé dans une entreprise à Ville Saint-Laurent, même les francophones ne parlaient pas français. C'était vraiment anglophone. Cela faisait vraiment très bizarre d'être dans ces lieux-là. Je ne suis pas restée longtemps d'ailleurs (10-49 employés).*

Quel que soit le pays ou la région, précise un autre participant, l'entourage immédiat du lieu de travail ainsi que le milieu lui-même peuvent être déterminants du sentiment que l'on a de travailler en français, malgré encore une fois l'utilisation courante d'une autre langue dans l'accomplissement des tâches :

*C'est l'entourage qui fait la différence [...]. Il y a des endroits dans le monde où j'imagine qu'il y a [...] [prenons] des Suisses [qui vivent dans la partie française] et qui travaillent toute la journée pour des grosses compagnies comme Nestlé et qui parlent en anglais à leurs clients. Dans leur milieu, ils parlent français, dès qu'ils sortent dans la rue, ils parlent français. Ils se considèrent comme francophones même s'ils travaillent en anglais une grosse partie de la journée. [C'est pareil pour moi], je travaille une grosse partie de la journée en anglais [mais] je me sens très francophone (10-49 employés).*

## **B. La langue de l'entreprise**

Le second cas de figure de la *langue du territoire* fait de l'entreprise elle-même – et non plus de la région – un territoire. Un travailleur de la production d'une entreprise de petite taille<sup>2</sup> l'illustre clairement :

*Moi, dans ma shop, s'il y a un Anglais qui vient me poser une question, il est sur mon territoire, je lui parle en anglais, mais je travaille en français. Mais si je m'en vais chez eux, ou bien chez un autre client et le client, il me parle en anglais, je vais lui parler en anglais et je vais travailler en anglais [parce que je suis sur son territoire].*

Deux dimensions de ce territoire de l'entreprise sont à considérer. Elles relèvent toutes deux de l'environnement de travail. Ce sont l'entourage des collègues et la propriété de l'entreprise.

### **a) L'entourage des collègues**

Le sentiment d'être chez soi en français au travail suppose un environnement linguistique d'abord caractérisé par la présence de collègues francophones. En témoignent les propos d'un autre travailleur de la production évoquant le sentiment de *dépaysement* éprouvé « chez [lui] dans [s]a propre *shop* » à travailler aux côtés de non-francophones :

---

<sup>2</sup> Même personne que l'une de ceux citées dans la section A précédente (« Chez nous [au Québec], je travaille toujours en français... »).

*Chez nous, ça m'est arrivé spécialement dans mes débuts [...] je travaillais avec trois Espagnols, puis mon français ces semaines-là c'était horrible, je me sentais dépaycé dans ma propre shop. [...] Aujourd'hui, je le parle l'espagnol, mais je me rappelle du sentiment que j'avais dans ce temps-là. [...] Quand tu es entouré d'une autre langue dans ton propre travail, tu travailles pas en français.*

Travailler en français c'est donc être entouré de gens parlant français et/ou utilisant couramment cette langue. Être « entouré de français » semble surtout se référer à ce qui est communiqué oralement, mais aussi à tout ce qui s'entend, si l'on en croit une travailleuse d'entreprise de petite taille allant jusqu'à évoquer la radio en français comme composante d'un environnement de travail francophone : « je pourrais dire que je travaille en anglais si j'avais plus souvent des téléphones en anglais, je ne sais pas moi, la radio en anglais, [...] mais là, c'est en français, c'est 107,3. »

En fait, comme le relève une gestionnaire d'entreprise de petite taille, il existe souvent un écart relatif entre l'impression et la réalité du travail en français :

*Moi j'ai des employés qui travaillent 90 % de leur temps en anglais parce qu'ils font un service à la clientèle sur le marché américain. Le gars est au téléphone, il écrit, il envoie des « e-mail » et c'est tout en anglais. Mais quand on se réunit à la direction, on est tous francophones et les employés dans l'usine ils travaillent uniquement en français. C'est l'environnement qui est français, qui est francophone. On pense que l'on travaille en français, mais c'est l'environnement qui est français.*

Un autre participant, dont le point de vue est peu partagé, se fait plus catégorique : un environnement francophone ne peut se réduire à la communication en français ou à la composition francophone de l'entreprise. Il faut, selon ses dires, bien davantage :

*Pour moi travailler en français, [ce serait que] tous les outils de travail à l'intérieur pour l'exploitation de la compagnie soient en français, comme le « logiciel », les bons de commande, [en plus de] la communication écrite et orale, ce qui n'empêcherait pas de pouvoir travailler en anglais lorsqu'il y a des interventions avec les clients, les fournisseurs à l'extérieur de la compagnie soit par téléphone, par fax ou par Internet (10-49 employés).*

## **b) La propriété de l'entreprise**

Sans doute plus que toute autre composante d'un environnement linguistique susceptible de constituer un critère du travail en français, est ce que d'aucuns nomment la « ligne d'autorité » francophone de l'entreprise, à savoir la francophonie/francophilie des patrons ou propriétaires et son impact sur l'impression et/ou la réalité du travail en français.

Du moins, cet aspect ressort-il souvent des propos tenus par les travailleurs et gestionnaires d'entreprises de petite comme de plus grande taille :

*Il y a quelqu'un [au bureau] qui écrit des manuels techniques [...]. Il écrit des manuels en anglais. Huit heures par jour, dix heures par jour. Mais lui, [il a le sentiment qu'il] travaille en français parce que, et je reviens aux **lignes d'autorité**, à l'intérieur de l'entreprise, son patron lui parle français et il répond en français à son patron. Il sait que dans toute l'entreprise de haut en bas, ça se passe en français (gestionnaire, 50-99 employés).*

*Je me dis que ça commence à la base, c'est-à-dire que si on a des patrons anglais puis qu'ils parlent beaucoup l'anglais, tu vas avoir une base dans l'ouvrage qui va être anglais, puis si tu as des patrons français, eux autres ils vont insister pour que tu parles français en leur compagnie, puis que tu travailles en français (travailleur de la production, 50-99 employés).*

*Si mon patron m'aborde en anglais, je ne pourrai pas dire que je travaille en français. [...] Autrement dit, si la langue maternelle de l'entreprise est l'anglais, je figure que je travaille dans un milieu anglais, mais si l'entreprise, sa langue maternelle est le français, [alors on travaille en français] (travailleuse de l'administration, 10-49 employés).*

La « langue maternelle » des dirigeants ou des patrons de l'entreprise n'est cependant pas un critère absolu. Une autre travailleuse d'une entreprise de petite taille laisse entendre qu'il lui suffit, pour avoir le sentiment de travailler en français, de savoir qu'elle est comprise dans cette langue par son patron :

*Moi, j'ai vraiment l'impression de travailler en français, même si un des deux patrons ne le parle pas vraiment, parce que quand je lui dis bonjour, je sais qu'il comprend. Non, je considère travailler en français même si je parle au moins 50 % de ma journée en anglais.*

En un sens, il suffit que le français soit uniquement compris – et donc peu maîtrisé – par un patron pour qu'il soit considéré comme faisant partie de l'environnement linguistique de l'entreprise. Le sentiment de travailler en français serait donc ici lié à la conscience de pouvoir s'exprimer librement dans cette langue dans un milieu où l'anglais occupe pourtant une très grande place.

En résumé, à l'exception des commentaires généralisés relatifs à la langue du propriétaire, la *langue du territoire* semble, à toutes fins pratiques, beaucoup moins préoccuper les travailleurs des entreprises de 50 à 99 employés que ceux des entreprises de plus petite taille. En effet, rares sont ceux parmi les premiers qui font appel à ce critère pour signifier qu'ils travaillent ou qu'ils ont l'impression de travailler en français. Par contre en ce qui concerne les travailleurs ou gestionnaires d'entreprises de petites tailles, l'environnement et/ou le sentiment d'être chez soi dans un Québec francophone semblent largement pallier, dans leur esprit, la pénétration relative de la langue anglaise.

### **3.1.2.2 Le territoire de la langue**

Le territoire de la langue concerne l'espace réellement occupé aux yeux des participants par le français et l'anglais dans l'accomplissement de leur travail, tant du point de vue des communications que de la production. Il touche également aux sphères privée et publique des rapports linguistiques, à leur caractère convivial autant qu'à leurs effets pragmatiques.

## **A. L'espace linguistique de la communication et de la production**

### **a) D'abord parler : la communication orale**

La communication, on l'a vu, représente une dimension importante de l'environnement de travail : il suffit bien souvent, en dépit de tâches réalisées principalement en anglais et d'un environnement surtout anglophone, d'entendre parler français autour de soi et d'échanger en français avec des collègues pour se convaincre que l'on travaille en français.

La communication apparaît chez quelques-uns, tous employés dans des entreprises de grande taille, comme le premier des critères du travail en français :

*Qu'est-ce que c'est que de travailler en français, je pense que c'est en premier [pouvoir] communiquer en français.*

*Bien, travailler en français c'est parler français, c'est communiquer en français avec les autres; c'est ce qu'on fait.*

Un autre travailleur de la même catégorie d'entreprise laisse entendre que l'usage de cette langue dans les tâches de production représente un atout, mais pas forcément une condition nécessaire. Ainsi, avoir accès à des documents en français ne sert pas à grand chose si les discussions portant sur les documents ne se font pas en français : « il faut que ça soit le parler aussi », précise-t-il.

Pour d'autres, dire que la communication est le premier des critères ne suffit pas; encore faut-il que le temps consacré à la communication en français surpasse celui qui est alloué à la communication dans une autre langue. « Je considère que je travaille en français parce que la majorité du temps, je parle en français avec les gens sur le lieu de travail », dira par exemple un superviseur d'une entreprise de petite taille.

Pour une autre participante, c'est moins le temps passé à parler français qui joue sur le sentiment qu'elle a de travailler dans cette langue que les moments dans la journée où elle peut le faire et, en particulier, leur séquence :

*Moi, s'il n'y avait aucun [moment] dans la journée où je pourrais parler français et que dès que j'entre au bureau, je ne parle qu'anglais, là je dirais que je travaille en anglais. Mais là, quand j'entre au bureau, je parle en français en arrivant, je parle en français souvent au téléphone; je parle aussi en anglais, mais je considère travailler en français (10-49 employés).*

#### **b) L'accomplissement des tâches**

Pour déterminer si elles travaillent en français, des personnes considèrent l'ensemble de leurs tâches et activités, incluant la communication. Certaines procèdent à partir d'une liste des choses qu'elles font en français :

*Je dirais que oui, je travaille en français, parce que, quand je vais prendre mes notes personnelles, je vais les prendre en français la plupart du temps; quand je parle aux gens avec qui je travaille et qui ne sont pas des clients, je le fais en français. On parle d'un client anglophone, le plus souvent, on en parle en français (10-49 employés).*

*Les mémos [notes de service], les rapports que je dois produire sont en français, les pourparlers avec les collègues de travail et les personnes de bureau d'étage, c'est en français. Le seul [usage que je fais de] l'anglais, c'est mon logiciel et les formulaires que je remplis. [...] Moi, je calcule que je travaille 90 %, 95 % de mon temps en français (10-49 employés).*

En d'autres termes, l'addition des tâches effectuées en français finit par donner une appréciation, en termes de pourcentage, du temps consacré à son usage.

Mais à ce critère quantitatif, se superpose un autre de type qualitatif. En effet, quel que soit le temps passé à utiliser le français, l'impression de travailler dans cette langue apparaît plutôt régie par la régularité de son usage :

*Si on veut mettre des pourcentages, disons que ce serait 60 à 75 % [de mon temps] en anglais, et le reste en français. [...] Mais j'utilise le français sur une base régulière. C'est peut-être pas la langue que j'utilise la majeure partie du temps, mais je travaille quand même en français. Je rédige mes communiqués ou mes correspondances en français (50-99 employés).*

Un autre participant d'une entreprise de petite taille laisse entendre de son côté que ce qui est déterminant dans le fait de travailler en français, c'est la priorité donnée à cette langue dans toute tâche ou activité dont la réalisation ne nécessite pas l'usage d'une autre, telle que l'anglais :

*[Dans toute chose] où ce n'est pas nécessaire d'utiliser une autre langue que le français, tu utilises le français. Mais si tu commences à utiliser une autre langue dans tout ce que tu fais, et que ce ne soit pas nécessaire, bien là, tu ne travailles plus en français.*

Le territoire de la langue est ici bien délimité par la règle de nécessité dont la personne est, en quelque sorte, la première à fixer les frontières : libre à elle, dans une certaine mesure, de les repousser au profit du français.

### **c) S'exprimer librement**

Mais les frontières ne sont évidemment pas toutes tracées par la seule volonté des personnes. Des contraintes objectives ont parfois pour effet de restreindre le champ susceptible d'être occupé par le français :

*Il y a une grande partie de mes tâches qui se font en anglais [en raison] des contraintes de mon milieu de travail, mais je sens que je travaille en français parce que les rapports [que je rédige], les réunions, ça se passe en français (50-99 employés).*

Ces contraintes du milieu de travail sont perceptibles à l'interne comme au niveau de l'interface avec l'extérieur. Par exemple, à l'interne :

*Chez nous, on travaille en français, tout le monde est Québécois francophone, mais c'est sûr que si on ouvre les bouquins techniques de tel logiciel, c'est en anglais, l'équipement que l'on a, la plupart des renseignements, c'est [en anglais]. Ce qui fait qu'on ne peut pas dire que l'on travaille en français librement (10-49 employés).*

*Travailler en français, c'est écrire en français, [c'est] parler au téléphone en français et [c'est se servir de] l'ordinateur, mais même encore là, il y a des logiciels qui ne sont pas nécessairement installés en français et les formulaires ne sont pas tous nécessairement en français, non plus. Et les clients qui appellent ne sont pas tous Français non plus (10-40 employés).*

Et de fait, comme on l'a vu, les rapports avec les clients et fournisseurs constituent l'autre espace du travail où le français peut rencontrer des limites à l'extension de son champ, relativisant chez certaines personnes le sentiment qu'elles peuvent avoir de travailler dans cette langue.

Le critère du travail en français, dans ce contexte, devient la possibilité de ne pas se voir imposer une autre langue dans l'un ou l'autre des deux espaces du travail (l'environnement interne et l'interface interne-externe). Par exemple, pour un travailleur d'une entreprise de petite taille, l'important pour cultiver le sentiment de travailler en français lorsqu'il se trouve en dehors du cadre de ses rapports avec les

clients et fournisseurs « c'est d'être capable de parler et d'écrire en français, sans qu'on m'impose d'écrire en anglais ».

Dans le même esprit, un cadre dans une entreprise de grande taille fait valoir comme critère du travail en français la « possibilité de s'exprimer » dans cette langue : « Tu as besoin d'un crayon, tu vas parler à ton collègue [pour le lui demander en français]. Tu veux commander quelque chose, tu as tes formulaires en français », etc.

## B. Les espaces privé et public de la langue de travail

Le territoire de la langue de travail concerne également les dimensions à la fois privée et publique, *affective* et *effective* de celle-ci.

Deux énoncés, formulés l'un par un cadre d'une entreprise de petite taille et l'autre par un travailleur de production d'une plus grande, illustrent sommairement ce qu'on entend par le territoire de la langue à ce niveau : « on travaille en français, mais on *deal* en anglais », soutient le premier; « on travaille en anglais, mais on s'amuse en français », prétend le second.

### a) « On travaille en français, on *deal* en anglais »

Deux cas de figure ressortent à ce niveau. Le premier concerne les espaces interne et externe de l'entreprise. L'usage du français est associé à l'ensemble des communications et des activités de production à l'intérieur de l'entreprise, alors que l'anglais occupe très nettement le champ des communications formelles au niveau des rapports avec l'extérieur.

En un certain sens, l'entreprise elle-même représente une sorte de chez soi, un espace privé dans lequel les francophones peuvent se retrouver « entre eux », *travailler ou produire en français* dans un environnement essentiellement francophone. Dès qu'ils en franchissent la porte, ou qu'ils passent à une autre division de l'entreprise dans le cas des plus grandes, ils pénètrent dans un espace plus global – une sorte de sphère publique de la réalité économique – dans lequel la langue commune a plus de chance d'être l'anglais. Le travail devient dans ce contexte un espace de négociation (on « *deal* » en anglais) :

*C'est entre nous, les employés à l'intérieur, on communique en français. [...] Mais aussitôt que je tombe en interaction avec les clients étrangers, là, c'est sûr que je parle l'anglais. Mais je considère toujours que je travaille dans un milieu français (10-49 employés).*

*Nous, à l'intérieur, on travaille en français, mais lorsque vient le temps d'écrire des procédures ou des choses comme ça, on travaille en anglais parce qu'on est tenu de rendre compte de nos activités à la société mère, puis la langue de la compagnie mondialement, c'est l'anglais (50-99 employés).*

Le second cas de figure illustre un tout autre rapport à la dimension privée *du travail ou de la production en français*. Celui-ci concerne la personne elle-même et non plus le « nous » des rapports formels entre les membres du personnel de l'entreprise. En d'autres termes, l'espace privé en cause est celui de la personne effectuant ses tâches en français, « dans sa tête », quelle que soit la langue de ses outils de travail ou de l'environnement en général.

Un commentaire montre bien à cet égard la complexité du rapport entre le travail en français et le travail en anglais :

*On travaille tous en anglais beaucoup pour le produit qu'on a à livrer, mais on travaille en français dans notre tête, [...] je veux dire tout est pensé en français. [...] En fait], on travaille en français, mais on livre des produits en anglais » (50-99 employés).*

En somme, on « *deal* » en anglais, mais on travaille dans sa tête en français.

Deux autres témoignages vont dans le sens de cette distinction entre espace privé, individuel, et espace public de négociation et/ou de production :

*Moi, je travaille en français. [...] Dans ma tête, je travaille en français, mes notes sont en français (50-99 employés).*

*Moi, je travaille en français, dans ma tête, je pense en français et mon Excel, il est anglais et mon logiciel comptable, il est anglais. Mais, en comptabilité, que je pense français et que je travaille avec de l'anglais, cela ne change rien. Parce qu'en comptabilité, il faut que je sache où mettre les chiffres. [...] Et les chiffres, ils ne sont ni anglais, ni français. [...] Mes outils de travail sont tous anglais, mais ma tête est française et je pense français avant de transmettre ça (10-49 employés).*

Fait intéressant, les propos de cette dernière participante suscitent une réaction positive de la part d'une autre personne du même groupe :

*J'aime ça comment elle parle. C'est une autre personne pour moi qui travaille en français. Que son logiciel soit en anglais, en espagnol, en chinois, on s'en fout. Elle s'en sert pour travailler et puis, il rend son travail plus facile, elle produit mieux, « anyway », elle s'en fout elle, que ce soit en anglais, les chiffres, c'est des chiffres.*

Autrement dit, le français serait associé à une sorte de bien personnel que l'usage d'un autre outil linguistique pour « faciliter le travail » ne viendrait nullement menacer, tant il occupe une place importante dans la personne. En somme, un espace privé de la langue dont on ne jugerait pas nécessaire pour qu'il se fasse valoir qu'il étende son territoire à la sphère publique des échanges et de la production.

Le travail en français, en ce cas-ci, serait avant tout un sentiment personnel, une attitude voulant qu'à l'intérieur de soi les choses se passent en français. Ainsi peut-on par soi-même avoir le sentiment de travailler en français, de la même façon que l'on peut par les autres autour de soi, à l'intérieur d'une entreprise dont le personnel est francophone, avoir l'impression de travailler en français (premier cas de figure).

#### **b) « On travaille en anglais, on s'amuse en français »**

Ici, « l'entre nous » formel du « on travaille en français » (premier cas de figure de la section précédente) cède la place à un « entre nous » informel (« on s'amuse en français »). Le français remplit l'espace des rapports conviviaux entre les membres du personnel (la dimension affective du travail), alors que l'anglais est davantage associé à l'ensemble des communications formelles et des activités de production (la dimension effective du travail).

Dès lors, le territoire de l'anglais devient beaucoup plus étendu puisqu'elle est à la fois la langue avec laquelle on « *deal* » avec l'extérieur et avec laquelle « on travaille »

à l'intérieur. Le territoire du français, lui, se voit confiné en quelque sorte à l'espace du loisir au travail :

*Quand on veut parler pour le loisir, juste pour du social, on va parler en français, mais quand je vais lui donner des directives pour une job qu'il faut qu'il fasse, ça va être tout en anglais (50-99 employés).*

*À l'interne, dans le secteur où je travaille, ça se passe en français pour nos relations entre nous, là, pour parler [de choses et d'autres]. Mais les rapports s'écrivent en anglais parce qu'ils doivent être accessibles à tout le monde dans le fond, alors faut les écrire en anglais et puis nos procédures sont en anglais aussi (50-99 employés).*

Alors que l'anglais est, en de nombreux cas, présentée comme la langue des échanges formels, le français, s'il n'en est pas exclu, apparaît plus volontiers comme la langue avec laquelle on se dit « bonjour ». Cette situation risque d'autant plus de se produire dans une entreprise à propriété anglophone, comme le souligne une participante :

*On sait très bien que quand il va y avoir des rencontres [de travail] avec ces gens-là [les propriétaires], cela va se passer en anglais, cela ne se passera pas en français. C'est sûr et certain. Et les rapports que l'on a en français, c'est : « Bonjour, comment ça va aujourd'hui? » (50-99 employés).*

Cette opposition entre « le français pour le social » et « l'anglais pour la job » caractérise principalement les entreprises de grande taille. Néanmoins, la dimension proprement conviviale du lien qui se crée à travers l'usage du français est relevée par des personnes appartenant aux deux catégories d'entreprise. Ainsi, les salutations d'usage en français au moment d'arriver au travail constituent-elles pour certains une indication que l'on travaille en français :

*Chez moi, je considère que l'on travaille en français, même si on utilise beaucoup l'anglais. [...] Quand tu rentres le matin, on se dit bonjour en français, on jase autour d'une tasse de café, on va jaser en français (10-49 employés).*

D'autres propos témoignent de la dimension affective du territoire de la langue et de son expression en français :

*Je pense qu'il y a un aspect émotionnel qui est en nous quand on s'exprime, on communique en français et puis il y a un autre aspect donc de l'anglais comme étant l'élément de travail.*

*Moi ici, je travaille en français, peu importe la langue que je parle. J'ai été six mois à Détroit. Là bas, je travaillais en anglais [et les conditions étaient bien différentes]. [...] Il n'y avait jamais personne pour me dire [comme on me le dit en français ici] : Ça va... qu'est-ce que tu as fait aujourd'hui? Qu'est-ce que tu as mangé? etc. (10-49 employés).*

L'humanité des rapports trouve donc ici à s'exprimer en français dans un contexte où le travail proprement dit peut faire appel à l'usage d'autres langues.

### **C. L'espace du français : la communication « chez soi »**

Plus que la production, il apparaît que la communication en général – entre autres son caractère informel – soit un critère nettement déterminant du travail en français. Nombreux sont ceux qui insistent sur ce point. La présence de l'anglais ne change rien à l'affaire.

Pouvoir communiquer en français – à commencer par le simple fait, comme plusieurs l'ont mentionné, de se dire « bonjour » en arrivant au travail – indique clairement que l'on fait comme *chez soi*. En d'autres termes, le français permet d'exprimer au travail ce que, à une autre époque, on ne pouvait faire qu'à la maison. Un participant, présent depuis longtemps sur le marché du travail, en témoigne :

*Moi, quand je suis sorti de l'école, je suis rentré à la [compagnie] et tu ne pouvais pas parler français. Ta journée se passait en anglais. Mon épouse travaillait là et on ne faisait que de l'anglais toute la journée. Tu arrivais à la maison et c'est là que tu parlais français. Dans le temps, le monde des affaires, c'était anglais. That's it, that's all! Aujourd'hui, c'est plus ça. On vit en français au Québec. Dans le milieu de travail, c'est de plus en plus [en français].*

Aujourd'hui, on fait encore des affaires en anglais : on « *deal* » en anglais pour reprendre l'expression citée plus haut et le territoire du français semble encore plus souvent occupé par les communications informelles entre collègues que par la négociation avec l'extérieur. À cet égard, l'anglais constitue encore le meilleur des outils pour le « *business* » ; un outil que l'on range d'ailleurs une fois la transaction complétée comme nous l'a laissé entendre un participant.

Mais le français est aussi devenu avec le temps, notamment dans les entreprises de petite taille, la langue des affaires courantes et de la gestion interne. Il a de la sorte *élargi son territoire* au domaine de la communication formelle et des activités de production. Reste encore, dans les entreprises de plus grande taille, à lui aménager une place à statut un peu plus avantageux que celle qu'il partage pour le moment plutôt timidement avec l'anglais.

### 3.2 Le statut des langues

L'examen des territoires de l'entreprise et, dans ce contexte, de la territorialité du travail en français représente une première façon de regrouper et d'analyser les réponses données par les participants à la question qui leur était posée (« Que signifie pour vous travailler en français? »). Ce niveau a notamment permis de circonscrire un ensemble de balises dont se servent les personnes pour déterminer s'ils travaillent ou non en français.

Ces balises nous amènent, logiquement, à considérer un deuxième niveau d'analyse qui est celui du statut des langues. Outre qu'elle correspond à une autre façon de regrouper les réponses obtenues à la même question, cette catégorie du statut aide à situer et à mieux comprendre les conditions du travail en français pour les personnes. Ces conditions sont traitées sous l'angle, premièrement, de la place du français et de l'anglais (la représentation du statut), et deuxièmement, de leur aménagement en milieu de travail.

#### 3.2.1 La place de l'anglais (et du français)

Ni l'environnement linguistique favorable au français (la langue du territoire), ni le champ couvert par celui-ci dans le cadre des fonctions liées au travail (le territoire de la langue) ne nous renseignent sur le sens du travail en français dans un contexte général de forte présence de l'anglais. Dès lors, la question n'est plus de savoir quels sont les facteurs qui peuvent influencer sur le sentiment de travailler en français, mais ce que signifie de travailler dans cette langue compte tenu de la place occupée par l'anglais.

### 3.2.1.1 L'incontournable *lingua franca*

#### A. La langue internationale du travail

L'anglais est la langue internationale par excellence constatent nombre de participants : « c'est une réalité à laquelle il faut faire face », affirme l'un d'eux. Le français, à côté, n'a plus son statut d'antan, fait remarquer une autre personne :

*Je me souviens de la première fois où je suis allée en Europe, il y a 30 ans. On parlait français partout. En Italie, on parlait français, beaucoup plus qu'anglais. [...] Maintenant, on parle anglais en Italie, on parle anglais en Suisse, on parle anglais partout.*

Sa présence se fait grandement ressentir dans le monde des affaires et n'offre d'autre choix que d'en tenir compte et de s'y adapter. Cette assertion ressort principalement des propos tenus par des personnes à l'emploi d'entreprises de petite taille :

*Le monde des affaires, veut veut pas, [c'est en anglais]. La langue mondiale, c'est l'anglais, ce qui fait qu'on ne s'en sort pas si on ne le parle pas. [...] Tu n'as pas le choix que d'apprendre l'anglais.*

*On est dans un siècle où t'as pas le choix, [...] Si t'apprends pas l'anglais, comme on dit, c'est just too bad, tu viens de manquer le bateau.*

*Plus on va avoir la mondialisation des marchés et moins chaque pays [pourra se contenter de fonctionner uniquement dans sa langue], et c'est pas juste vrai pour nous au Québec. [...] La langue internationale, c'est l'anglais et quelque part, il faut s'adapter même si à l'interne on essaie d'amener ça de plus en plus en français, sauf que la minute que tu sors de tes frontières, c'est anglais.*

Chez ces personnes, la réalité de l'anglais semble nettement située « hors des frontières » de l'entreprise, comme si leur environnement généralement francophone à l'interne présentait une réalité distincte et relativement homogène à mettre en rapport, justement, avec l'autre et avec ce qu'elle impose de contraintes :

*Chez nous, dans l'entreprise, on est tous francophones. Naturellement, je travaille et j'ai beaucoup de clients aux États-Unis et à l'extérieur du Québec aussi, et donc, naturellement, l'anglais, c'est le langage international, c'est le langage utilisé par différents pays et donc, on n'a pas le choix.*

*On est dans une shop, c'est français toute la shop, mais souvent, il y a des clients anglophones. À un moment donné, il faut que tu sois capable de faire la part des choses.*

En d'autres termes, on évalue depuis l'intérieur une réalité dont on reconnaît qu'elle peut avoir un impact sur certains usages, sans pour autant modifier l'identité linguistique de l'entreprise.

Dans le cas des participants de la catégorie des entreprises de grande taille, plus souvent et plus directement confrontés à la présence de l'anglais, l'obligation de tenir compte de cette langue déborde l'énoncé du principe de sa nécessaire reconnaissance, ou plutôt soumet celui-ci aux conditions objectives du travail. Ainsi, dans ces conditions, devient-il « impossible de travailler tout le temps en français » et il est « quasiment obligatoire de savoir l'anglais ». L'extrait suivant illustre bien cette situation :

*Moi, dans mon entreprise, cela va encore plus loin que juste signer des contrats en anglais. C'est que cela a un impact sur tout le monde, parce que le bon d'expédition que tu colles sur la boîte qui est livrée chez le client, [il faut que] l'information soit tapée en anglais. Donc, les gens qui travaillent en arrière, à l'expédition, ils sont mieux de comprendre l'anglais pour être capable de lire ce qu'il faut mettre dans la boîte.*

Un autre exemple nous est donné par une personne au service d'une entreprise dont la maison mère se trouve en Allemagne : « on est combien à parler allemand dans la compagnie vous pensez? [...] On s'arrange tout le monde en anglais. C'est quand même la langue commune. Il faut en trouver une. »

Et effectivement, l'anglais semble s'imposer dans l'esprit de ces personnes comme « la langue officielle du travail à travers le monde, [...] même en France! » C'est « la langue des affaires, faut pas se leurrer », souligne un des participants, comme en écho d'autres remarques similaires, et dans certains domaines, on peut encore moins y échapper : par exemple, « en informatique c'est encore pire », soutient un autre, « c'est impossible en programmation de travailler en français ».

L'anglais apparaît donc non seulement comme une langue incontournable mais nécessaire.

## **B. L'exigence de l'anglais**

D'autres commentaires nous amènent à prendre un peu mieux la mesure du statut de l'anglais aux yeux des participants. Deux aspects ressortent que nous pouvons formuler ainsi : l'anglais est exigé pour travailler dans certaines positions clés (une condition d'emploi) et, au travail, il impose ses exigences au français (le français désavantagé).

### **a) Une condition d'emploi**

Bien que le bilinguisme soit implicitement une condition d'emploi pour remplir une diversité de fonctions dans nombre d'entreprises à propriété anglophone par exemple, il ne l'est explicitement et ce, quelle que soit la taille de l'entreprise, que pour des gens occupant des postes clés au niveau de l'interface interne/externe (représentants impliqués dans les rapports avec les clients et fournisseurs; cadres assurant la liaison avec la maison mère ou les filiales hors Québec; travailleurs directement impliqués dans la réalisation du produit destiné au marché international) :

*Ceux qui ont des postes-clés comme moi dans la compagnie, il faut être bilingue parce que si on met quelqu'un qui parle juste français et pas d'anglais du tout, il va avoir de la difficulté parce que [on fait affaires avec les] États-Unis, des fois c'est en Angleterre, des fois c'est en Italie, partout. Là, c'est sûr que c'est l'anglais qui va sortir.*

*Un des prérequis à mon embauche, c'était d'être bilingue. [Entre autres] parce que je transige avec des employés qui parlent uniquement l'anglais. [...] Parce qu'on a une entreprise en Alberta dont les employés ne viennent jamais ici au siège social. Donc, eux, ils travaillent uniquement en anglais, là.*

Une seule personne, selon nos données, ne paraît pas vouloir limiter l'exigence du bilinguisme à la zone de l'interface, mais l'étendre à l'ensemble du territoire de l'entreprise :

*[Même les gens qui travaillent dans l'usine doivent être bilingues, même la personne qui mélangent l'encre], c'est un prérequis que l'on a : c'est pas obligatoire qu'ils soient parfaitement bilingues, mais il doivent pouvoir tenir une conversation.*

En fait, dans presque tous les cas, c'est moins le bilinguisme en tant que tel que la connaissance de l'anglais en plus de celle du français qui constitue la véritable condition d'emploi, même si cet ajout ne s'avère pas toujours indispensable. Le français serait la base en quelque sorte. Un participant le présente d'ailleurs comme une langue identitaire à préserver, à laquelle il importe néanmoins d'ajouter l'anglais pour se connecter au monde des affaires :

*C'est un critère très important d'être bilingue pour être engagé. Les gens sont conscients que le français c'est beau, c'est notre langue et on a le droit de vouloir la protéger, on est au Québec, et de la parler. Mais par contre, quand tu tombes dans le monde des affaires, tu dois pouvoir l'exprimer aussi bien en anglais.*

À vrai dire, seulement une personne semble mettre les deux langues sur un même pied en leur accordant égale valeur instrumentale :

*Dans le bureau, tout le monde est bilingue, c'est un prérequis pour travailler chez nous parce qu'on a autant de clients anglais que français qui communiquent chez nous et donc, on ne peut pas engager une dame qui va parler seulement le français ou seulement l'anglais.*

En règle générale donc, l'anglais est exigé lorsqu'une « entreprise œuvre sur le marché international ». Lorsqu'elle « œuvre au Québec seulement », nous dit la même personne, cette exigence est moindre. Elle est même pratiquement nulle, sauf exception, lorsque le territoire considéré ne couvre que l'intérieur de l'entreprise. Dès lors, c'est la connaissance du français qui devient une condition d'emploi :

*Pour nous, c'est une condition d'emploi à l'interne de parler français parce que ça se passe exclusivement en français en terme de communication de régie interne.*

*À l'intérieur, tout est en français... c'est une condition d'emploi aujourd'hui, on n'engage plus personne qui parle uniquement anglais.*

Une autre personne laisse toutefois entendre qu'on ne fermera pas nécessairement la porte à quelqu'un qui est unilingue anglais :

*Moi, dans mon cas, étant donné que je suis responsable du personnel, c'est sûr que la personne que je vais embaucher, c'est un critère qu'elle doit parler et bien comprendre le français, c'est évident, mais cela arrive souvent que je reçois des CV qui sont seulement en anglais. À ce moment-là, si ce n'est pas indiqué que la personne parle français et bien, je l'appelle pour vérifier. Si je vois qu'elle ne parle pas du tout français, sa candidature va beaucoup moins m'intéresser parce que chez nous, c'est 90 % en français.*

En d'autres termes, même dans un environnement à 90 % francophone, la candidature d'une personne ne maîtrisant aucunement le français ne sera pas rejetée d'emblée mais jugée seulement « beaucoup moins intéressante ». Cette hypothèse semble confirmée par les propos d'une autre participante, elle aussi responsable du personnel : « si j'engage une madame qui ne parle que l'anglais, elle a une barrière, mais beaucoup moins que celle qui ne parle que le français. »

## b) Le français désavantagé

Ainsi donc, quelle que soit la connaissance que l'on a d'une autre langue, savoir parler l'anglais constitue un atout important. En comparaison, le français ne jouirait pas du même prestige. Au travail, l'anglais imposerait ses exigences au français de trois manières au moins. Premièrement, il offrirait des chances de promotion plus grande. Deuxièmement, à présence égale avec le français dans l'entreprise, il aurait tendance à être préféré à cette langue lors d'échanges entre collègues. Troisièmement, il aurait en matière de technologie quelques longueurs d'avance sur le français et, par conséquent, serait considéré plus avantageux au niveau de l'utilisation de certains outils informatiques.

Le premier point est abordé dans trois groupes. Dans l'un d'eux, est mise en place l'équation entre la méconnaissance de l'anglais et l'impossibilité d'obtenir de l'avancement au sein d'une entreprise; une situation d'une autre époque qui tendrait à se reproduire encore aujourd'hui :

*Quand j'ai commencé à travailler, je parlais pas anglais et je me suis rendu compte que c'était impossible de pouvoir gravir les échelons de la direction en étant unilingue francophone. À cette époque-là c'était vrai et c'est encore vrai aujourd'hui; c'est moins vrai, mais ça l'est encore dans un sens (50-99 employés).*

Dans un deuxième groupe, il est fait état de cette situation de nos jours :

*Je regarde là où je travaille, ceux qui parlent juste français, ils sont obligés de travailler dans la shop. C'est tout. Ils peuvent pas avoir un autre travail à l'extérieur. [...] Ils peuvent pas faire autre chose (10-49 employés).*

Dans ce dernier groupe et dans un troisième, ressort par ailleurs davantage l'aspect discriminatoire. À compétence égale, en effet, la promotion ira à celui qui est anglophone et/ou qui maîtrise mieux l'anglais :

*Deux individus, l'un c'est un anglophone, l'autre, un francophone. Ils font la même job. Ils ont la même catégorie, ils ont les mêmes examens, le même patron, par contre, à un moment donné, il y a une promotion à donner, les deux sont au Canada. À qui vous pensez qu'elle va aller? [Elle ira à l'anglophone] (10-49 employés).*

*Les anglophones, ils ont pas besoin de français pour avoir leur diplôme [?]. Dans le fond, les francophones il faut qu'ils en aient plus pour avoir la même chose que les anglophones. [...] Faut tout le temps en donner plus, moi ça me frustre en tout cas (50-99 employés).*

Un second participant du dernier groupe illustre, quant à lui, ce que peut vouloir dire « en donner plus » :

*Justement, aujourd'hui je passais dans le corridor puis il y a un des chefs de produits qui disait au directeur du marketing [en parlant d'un candidat à un poste] : « Son anglais est pas parfait ». Ça, ça voulait dire que le gars, il aura pas la job, il aura pas l'emploi à cause de ça. [Un anglophone unilingue aurait eu plus de chance], sûr et certain.*

Pour satisfaire aux exigences d'une promotion, la connaissance de l'anglais ne suffit donc pas, elle doit être parfaite, celle du français ne pouvant compenser.

La situation inverse peut néanmoins se produire, comme le suggèrent les commentaires d'une participante d'un troisième groupe (50-99 employés) :

*J'ai remarqué que les anglophones qui prennent tous des cours de français sont ceux qui ne parlent pas anglais chez nous. S'ils veulent monter dans la compagnie, il faut [qu'ils parlent le français].*

En ce qui concerne la deuxième manière qu'a l'anglais de s'imposer – soit sa tendance à prédominer dans les échanges lorsque les deux langues sont en principe à égalité de statut ou que les deux groupes linguistiques se répartissent à peu près également dans l'entreprise – elle n'est vraiment évoquée que dans un seul groupe. Elle peut être résumée par ces propos d'une personne affirmant elle-même avoir une expérience diversifiée du marché du travail : « c'est entendu que si on met 50 % anglophones et 50 % francophones, quand il y a des discussions entre eux, cela va se faire en anglais. C'est sûr. »

Troisième point enfin, dans le domaine de l'informatique comme en matière de technologie en général, l'anglais marque des points importants vis à vis du français :

*Tu as besoin de logiciels, tu as besoin de quoi que ce soit, on dirait que la plupart des instructions [...] pour tout ce qui est technique, c'est en anglais. Les bonnes instructions sont en anglais (10-49 employés).*

*Si tu veux avoir les dernières versions de logiciel, forcément tu les as en anglais (10-49 employés).*

*La majorité des systèmes d'exploitation sont tout d'abord faits en anglais, par la suite le français vient, mais c'est tout le temps des semaines et des mois après. Ça nous complique la vie (50-99 employés).*

*Disons s'il y a un bug, la petite application qui va réparer ça va sortir en anglais quelques semaines plus tard. En français, ça va sortir quelques mois si c'est pas un an après (50-99 employés).*

Ainsi, pour être à la fine pointe en ce domaine, l'anglais est toujours un avantage et les délais occasionnés par les traductions en français n'aident en rien la cause de cette langue.

Et qui plus est, prétendent certains, puisque « à la base » la plupart des logiciels sont conçus en anglais, certains problèmes surgissent souvent dans les versions traduites : « Il y a beaucoup de problèmes dans l'ordinateur si on installe un logiciel français. Ça, c'est prouvé. Je l'ai déjà fait chez moi et c'est toujours des problèmes » (10-49 employés).

### **3.2.1.2 Les avantages du bilinguisme**

Le caractère incontournable de l'anglais dans le monde du travail, ses effets directs ou indirects sur la réalité quotidienne de celui-ci, suscitent des réactions chez les personnes rencontrées quant à la nécessité de se l'approprier et des avantages personnels que représente la connaissance des deux langues.

#### **A. Ouvrir des portes : la mobilité socioprofessionnelle**

D'entrée de jeu, l'avantage de la connaissance de l'anglais s'exprime chez plusieurs participants à travers le constat des limites que pose la seule connaissance du français et par l'idée de sa rentabilité en général ou des portes qu'elle permet d'ouvrir sur des emplois plus « payants » :

*Parler anglais, de nos jours, c'est nécessaire [en raison de la mondialisation, des échanges internationaux]. En tous les cas, cela ouvre beaucoup plus de portes (50-99 employés).*

*On peut dire que le français ne rapporte pas assez en tant que langue, ou quoi que ce soit. Juste de parler le français, c'est limité (10-49 employés).*

*Moi, parce que je suis bilingue, je peux travailler dans des endroits où cela va être plus payant pour moi que de travailler dans une firme francophone à quelque part qui ne pourra pas me payer ou qui ne me donnera pas le même défi non plus (50-99 employés).*

*Il ne faut pas oublier [le français], sauf, qu'on ne doit pas fermer la porte car les bénéfices, l'argent, c'est pas au Québec que tu vas faire ça, c'est en dehors qu'elle est l'argent (10-49 employés).*

Mais même au Québec, prétend une autre personne, « cela ferme énormément de portes de ne pas avoir l'anglais », les emplois disponibles étant de ce fait beaucoup moins intéressants.

#### **a) Obtenir de meilleurs emplois**

L'exigence du bilinguisme pour accéder à de meilleurs emplois est surtout évoquée par des participants de la catégorie des entreprises de petite taille. « C'est sûr que si je suis bilingue, demain matin, j'ai un meilleur emploi et j'ai un meilleur salaire », nous dit l'un d'eux, unilingue français. La mobilité socioprofessionnelle est à ces conditions : « *si tu veux avancer aujourd'hui, il faut que tu sois capable de te débrouiller dans les deux langues* », insiste un autre participant.

Encore une fois, qui dit bilinguisme dit essentiellement connaissance de l'anglais. Une troisième personne, qui pourtant se sert peu de l'anglais dans son travail, ne sous-estime pas moins l'importance de le maîtriser pour être admissible au poste qu'elle occupe :

*Comprenez-vous que si je ne pouvais pas me débrouiller un peu en anglais, je ne pourrais pas avoir le poste que j'ai là. Même si [mon usage de l'anglais] prend 5 % de mon temps de travail, s'il faut un jour que l'on me remplace, cela va prendre quelqu'un qui maîtrise un peu l'anglais (10-49 employés).*

Ainsi, 5 % d'usage semble suffire pour avoir l'impression qu'il est légitime d'exiger l'anglais ou de rendre le poste bilingue.

Enfin, un dernier participant, en ce cas-ci gestionnaire à l'emploi d'une entreprise de grande taille, ne manque pas de faire valoir l'avantage que lui a procuré la connaissance de l'anglais au plan professionnel comparativement à d'autres membres de sa famille :

*Les autres [frères et sœurs] ils doivent travailler dans des usines, ils ne peuvent pas faire des tâches administratives, ils ne peuvent pas être représentants parce que justement, la communication anglaise, ils ne l'ont pas.*

Dans seulement deux cas, la connaissance du français est également considérée comme un moyen de la mobilité socioprofessionnelle. Il s'agit de personnes dont la langue maternelle n'est pas le français. Pour l'une, le français est littéralement présenté comme un avantage; pour l'autre, cet avantage est induit du fait d'un territoire de travail qui n'est pas au Québec :

*Parler français, ça m'a donné l'avantage d'avoir un bon poste. Je parlais juste anglais, j'ai appris mon français. [...] Mais quelqu'un qui parle français, il faudrait aussi qu'il sache parler anglais pour pouvoir avoir un bon poste (10-49 employés).*

*Être bilingue, cela donne un meilleur travail même à Toronto [...] les gens qui sont parfaitement bilingues ont de meilleures conditions (10-49 employés).*

Par ailleurs, pour obtenir un meilleur emploi, quelques-uns n'hésiteraient pas à travailler exclusivement, en anglais :

*Moi, je peux vous dire que jamais je refuserai un poste en anglais, jamais, jamais. Que ça soit n'importe quoi, si c'est en anglais, c'est en anglais, point. Je veux dire c'est la réalité, c'est l'avenir, là (50-99 employés).*

*Si moi, j'ai des ambitions et que cela va m'amener à parler anglais, je vais y aller. [...] C'est un choix personnel (10-49 employés).*

Une autre personne, travaillant dans une entreprise de petite taille, n'écarte pas non plus cette éventualité bien que cela soit plus facilement concevable « à l'étranger »; au Québec, précise-t-elle, il faudrait que ce soit « moitié/moitié, pas tout le temps en anglais ».

#### **b) Préparer l'avenir des enfants**

Pour quelques francophones unilingues, apprendre l'anglais est jugé nécessaire non pour exercer un travail qui en bien des cas n'exige pas la connaissance de cette langue, mais simplement pour se donner de meilleures perspectives face à la demande généralisée du bilinguisme sur le marché de l'emploi. Comme le souligne l'un d'eux :

*J'aimerais quand même apprendre l'anglais, [...] parce que partout maintenant, c'est tout le temps bilingue, bilingue, bilingue, c'est-tu fatigant, ça. [...] C'est ça qui est marqué tout le temps et c'est une barrière pour moi.*

Or, selon ce que laisse entendre une autre participante, les moyens de franchir une telle barrière ne dépendent pas que de la seule volonté des personnes à apprendre l'anglais, la société a aussi un rôle à jouer et le constat d'un vide à ce niveau inquiète :

*Je trouve que la société ne nous prépare pas à ça. [...] Et honnêtement, je suis très inquiète. Mes enfants plus tard, il faut que je leur montre l'anglais s'ils veulent avoir un travail bien rémunéré ou quoi que ce soit (10-49 employés).*

La nécessité pour les enfants d'apprendre l'anglais est repris comme en écho dans deux autres groupes :

*Malgré que l'on soit au Québec, malgré que j'aie un fils de 7 ans qui va à l'école française et que c'est important qu'il parle bien français et qu'il l'écrive bien, je pense qu'en quelque part, il faut quand même réaliser que la langue de travail, c'est l'anglais [et qu'il va devoir l'apprendre] (50-99 employés).*

*Les parents, ils se battent pour envoyer leur enfant à l'école anglaise au secondaire. [...] On a vu ça dernièrement, là (50-99 employés).*

Ce dernier commentaire semble vouloir indiquer l'incapacité d'un système scolaire francophone à satisfaire aux exigences d'une connaissance suffisante de l'anglais.

## B. L'enrichissement socioculturel

La mobilité socioprofessionnelle n'est pas le seul enrichissement possible. Ce versant essentiellement économique, associé à l'aspect « rentable » de la connaissance de l'anglais, en appelle un autre exprimant la nécessité à la fois d'une ouverture et d'un avantage socioculturels. Ce type d'enrichissement est d'abord posé de manière très large, puis en tant qu'il permet la polyvalence et suppose la maîtrise de chacune des langues connues.

### a) Une « corde de plus à son arc »

Un commentaire revient dans plusieurs groupes (des deux catégories d'entreprise) : connaître une autre langue, quelle qu'elle soit, représente toujours un « plus » :

*Quelqu'un qui parle deux langues est plus riche que celui qui n'en parle qu'une. Celui qui en parle trois est plus riche que celui qui en parle deux, ça, c'est garanti (50-99 employés).*

*Moi, personnellement, j'aime voyager, et donc, c'est une richesse de parler plusieurs langues, cela peut même aller jusqu'à l'espagnol (10-49 employés).*

*C'est une corde de plus à mon arc et moi, tout ce que je peux apprendre, je l'apprends (50-99 employés).*

L'avantage socioculturel de la connaissance des langues ressort de manière encore plus explicite dans les propos d'une autre personne :

*Moi, je trouve que c'est un plus de s'ouvrir. Moi, j'ai le français, j'ai l'anglais puis je prends des cours d'espagnol, puis je parle avec les Espagnols maintenant dans mon milieu de travail, je trouve ça super intéressant. [...] Au niveau de la culture, là, ça va ouvrir encore plus des horizons (10-49 employés).*

Dans cette perspective, la connaissance de l'anglais prend donc une toute autre valeur : elle n'est plus la langue à apprendre pour s'enrichir (se trouver un meilleur emploi), mais une langue parmi d'autres pour s'ouvrir à un horizon plus riche culturellement.

Le français ne fait pas exception à cet égard et sa connaissance est considérée comme un atout. Son statut est en ce sens au moins comparable à celui de l'anglais. Les unilingues anglophones ne peuvent donc qu'être de ce point de vue désavantagés :

*Il y a beaucoup d'écrivains qui disent que les Américains sont perdus de ne vouloir garder que leur langue, de ne pas vouloir apprendre d'autres langues. C'est eux qui y perdent.*

Du fait de cette connaissance du français en plus de l'anglais, certains propos témoignent d'ailleurs d'une relative complaisance à se penser meilleur que ceux qui ne parlent qu'anglais. En fait, de tels propos ont été tenus dans deux groupes seulement :

*En général, quand vous parlez à votre égal, que vous parlez dans les deux langues et que lui il comprend juste l'anglais, vous vous sentez pas diminué. Vous sentez que vous le dominez un petit peu, là. Moi, je parle deux langues, toi, tu en parles une. Tu te dis : « Lui, il ira pas bien loin ». Il est handicapé, là (50-99 employés).*

*C'est lui le pauvre gars qui ne comprend rien, c'est lui l'handicapé. Moi, cela ne me dérange pas qu'il parle dans sa langue. J'ai bien pitié de lui, il n'est pas capable (50-99 employés).*

On notera l'utilisation du terme « handicapé » dans les deux cas, comme pour mieux marquer la distance avec ces « Anglais » qui ne parlent que leur langue et, peut-être, exprimer par là un peu de la frustration à n'avoir d'autre pouvoir que celui-là.

### **b) La polyvalence**

L'enrichissement socioculturel que permet la connaissance de plusieurs langues se traduit également par la possibilité d'être polyvalent. La langue, de ce point de vue, devient un outil dont la possession accroît le champ d'action ou d'intervention.

Cet aspect touche tout particulièrement les tâches et autres activités associées au travail quotidien, les échanges formels et informels entre collègues ou avec tout agent extérieur (la zone interface). Dans ce cadre, et dans la mesure où le français est la première langue d'usage de la très grande majorité des participants, la langue anglaise devient l'instrument privilégié par lequel peut être acquise une telle polyvalence.

Ainsi, la langue anglaise est-elle d'abord considérée comme un outil qui permet de tirer profit d'un maximum de situations :

*C'est par rapport aux tâches. [...] Pour moi, l'anglais, c'est comme une calculatrice, dans le sens que c'est un outil. Si j'en ai besoin, je m'en sers. Si je n'en ai pas besoin, je continue en français (10-49 employés).*

*En tant que travailleur, en tant que représentant, là, c'est un outil comme un autre. Si tu l'as pas, bien tu te diriges vers d'autres choses (50-99 employés).*

Cet outil peut être très utile à la réalisation de diverses tâches (« cela m'a beaucoup aidé pour les travaux que j'ai eu à faire »). Mais le fait de le posséder donne aussi la chance de pouvoir diversifier ses activités au sein de l'entreprise et, par conséquent, de ne pas toujours être confiné au même genre de tâche.

*Ma sœur, elle travaille [dans un environnement exclusivement] francophone. Elle est bilingue. [...] À chaque fois qu'ils ont besoin de quelqu'un [pour établir des contacts avec l'extérieur], quand il y a des voyages à faire par exemple, on lui demande à elle.*

La connaissance de l'anglais n'est pas associée à une amélioration du statut socio-économique au sein de l'entreprise (promotion), mais bien à l'avantage socioculturel qu'elle procure occasionnellement à la personne (la possibilité de voyager).

Il est un autre aspect de la polyvalence que permet la connaissance de l'anglais (en tant que langue s'ajoutant au français). Il s'agit de ce que d'aucuns appellent la « flexibilité » ou la capacité de s'adapter à diverses situations. La flexibilité, ou encore la versatilité, se conçoivent en référence à un contexte nord-américain à prédominance anglophone et renvoie à la possibilité de passer aisément d'une langue à l'autre selon ce que commandent les circonstances :

*Je suis bien fier du fait que l'on soit flexible et qu'on puisse parler dans les deux langues. Je pense que c'est important dans le contexte nord-américain d'être capable de le faire (50-99 employés).*

*On a cette flexibilité-là, nous. On est tellement habitués qu'on ne fait même plus le choix (50-99 employés).*

*Il faut être versatile, très versatile. Il faut que tu sois capable de t'adapter à toutes sortes de choses : français, anglais, il faut que tu joues avec ça, constamment (10-49 employés).*

Suivant cette logique, le bilinguisme français-anglais est défini comme « une méthode de fonctionnement qui va bien » (10-49 employés) et qui permet surtout de garder « l'esprit ouvert » : « Moi, en tout cas, je veux voir ça comme ça, affirme un participant, [...] Il y a une certaine réalité dans l'entreprise, mais il y a aussi une réalité avec le Monde, puis quand je dis le Monde, c'est avec un M majuscule, il faut s'adapter » (50-99 employés).

### **c) Des qualités intéressantes**

Finalement, l'avantage socioculturel du bilinguisme résiderait également dans la possibilité de choisir l'une ou l'autre langue sur la base des qualités censées les caractériser.

Ce cas est très peu documenté mais nous paraît néanmoins digne de mention. Il consiste essentiellement en la manière de caractériser la langue anglaise, censée être plus facile et efficace que le français. L'anglais « c'est plus facile, c'est plus rapide », est-il affirmé dans un groupe (50-99 employés). Elle « est plus facile, moins compliquée que le français », est-il rapporté dans un autre (10-49 employés).

## **3.2.2 L'aménagement des langues en milieu de travail**

La réalité incontournable de la langue anglaise et l'intérêt qu'elle représente en tant qu'instrument de mobilité et de diversification des activités socioprofessionnelles constituent un volet important de l'analyse des conditions générales du travail en français. L'anglais, en somme, possède un statut que nul ne conteste ou ne souhaite remettre en question, bien au contraire.

Par contre, en tant qu'est concernée la place de cette langue au travail par rapport à celle du français – dont personne, ici aussi, ne cherche fondamentalement à remettre en cause le statut de langue du Québec, une certaine relativisation s'impose. On peut dès lors se demander comment les entreprises gèrent le statut de l'anglais et du français et quelle place elles accordent à cette dernière plus particulièrement, indépendamment de celle que lui font occuper la réalité des échanges avec l'extérieur ou des comportements linguistiques de ceux qui y travaillent.

Ainsi posé, le problème du statut des langues appelle une question que semblent soulever certains des propos tenus par les participants : dans leurs milieux respectifs, le français tient-il sa place au point d'être considéré une langue commune? Si oui, dans quelle mesure et aussi, selon quel principe ou cadre d'aménagement (principale langue de communication ou bilinguisme institutionnel)? Les éléments de réponse apportés servent d'entrée en matière à la question de l'aménagement proprement dit, laquelle est abordée sous deux aspects : l'esprit qui le détermine (la « satisfaction » des besoins linguistiques) et les objets sur lesquels il porte (les outils de travail et le matériel).

### **3.2.2.1 Le français, langue commune?**

#### **A. La mesure du français**

##### **a) Des contraintes de territoire**

La gestion de la place du français se heurte au départ à un certain nombre de contraintes déjà relevées précédemment et relatives au territoire, telles que l'anglophonie du propriétaire et de la majorité du personnel de l'entreprise ou encore, de la clientèle.

Par exemple, comme le laisse entendre une personne au service d'une entreprise de grande taille, « un propriétaire [d'entreprise] qui vit en Ontario et qui n'est pas intéressé à parler ni à apprendre le français » n'est pas une condition susceptible de favoriser la promotion du français. Et cette même personne d'ajouter relativement au statut de cette langue au sein de l'entreprise :

*Même la correspondance à l'interne, elle fait juste commencer à être en français, puis ça arrive des fois [qu'il faille encore] leur dire. Parce qu'il y a trois ou quatre ans, on avait juste des mémos [notes de service] internes en anglais, puis on leur disait : « Écoutez, on est peut-être pas beaucoup de francophones, mais ça serait une marque de respect de l'avoir en français aussi » (50-99 employés).*

Le français n'est présent dans l'entreprise que dans la mesure où cela est exigé par les travailleurs eux-mêmes, l'aménagement de sa place étant limité en ce cas aux communications internes.

Pareille limitation survient aussi lorsque le personnel d'une entreprise est majoritairement non francophone :

*Étant donné qu'il y a énormément de gens qui viennent d'Angleterre, qui viennent d'Irlande. [...], alors je pense pas que l'anglais c'est fort de ce côté-là, [mais à l'interne] les documents sont bilingues. [...] Je sais pas honnêtement si ça a été une initiative de la compagnie ou si ça a été une demande de... l'Office [...] d'avoir au moins le français (50-99 employés).*

Encore ici, le français n'a pas fait sa place naturellement au sein de l'entreprise. Il aura fallu ou bien une initiative de la direction ou une intervention de l'Office de la langue française. Des réticences sont également exprimées par certaines personnes travaillant en milieu anglophone ou bilingue concernant la traduction des documents ou notes de service internes, jugée inutile même si admise en principe, compte tenu de la capacité du personnel de leur entreprise à comprendre les deux langues.

Aussi, des mesures d'aménagement touchant, par exemple, à la francisation des outils peuvent n'avoir qu'un effet relatif sur la réalité du travail en français lorsque le milieu environnant est fortement marqué par la présence de la langue anglaise. C'est du moins ce que laissent entendre les propos suivants :

*Tu sais, même si j'ai des outils en français, je ne peux pas les utiliser parce que tout le monde autour de moi est anglophone. Que ce soit au Québec, que ce soit en Ontario, que ce soit aux États-Unis, on est entouré. On va où avec notre français? (10-49 employés).*

## **b) L'exigence de rentabilité**

La question est d'autant plus pertinente que des contraintes autrement problématiques semblent faire obstacle à l'élaboration de stratégies d'aménagement capables de donner une meilleure place au français. Ces contraintes relèvent essentiellement de l'exigence de rentabilité à laquelle doivent se soumettre les entreprises.

En termes clairs, est-il souvent rapporté, « une compagnie ne peut pas se permettre de perdre de l'argent », et elle en perd inévitablement si elle doit consacrer du temps à aménager la place d'une autre langue que celle dans laquelle elle conduit habituellement ses affaires. Or, justement, comme l'affirme une participante :

*Cela coûte plus cher de faire affaire en français, ça demande des sous de plus parce qu'on est obligé de toujours faire traduire tous les documents [qui nous viennent de l'extérieur parce*

*que] nous à l'interne, c'est en français. Mais on fait affaire avec les États-Unis et c'est en anglais et l'Asie, c'est en anglais, l'Amérique du Sud, c'est en anglais, etc. [...] Tu as toujours cette obligation, [même] les signes sur des machines [...] il faut toujours faire les choses en double, en français et en anglais. C'est une dépense supplémentaire (10-49 employés).*

Une « dépense supplémentaire » et, par la même occasion, du temps passé en double qui risque de rendre la production moins efficace. Ce thème de l'efficacité compromise est également évoqué par un gestionnaire d'une entreprise de grande taille :

*L'Office de la langue française, ils sont venus nous voir et ils ont dit : « Écoutez, il faudrait que les communications soient en français. » Écoute bien, si on commence à mettre du temps là-dessus à la gestion des communications internes, on peut plus être efficace.*

La question des outils en français soulève également des problèmes de rentabilité selon quelques participants d'un même groupe (10-49). Les logiciels en français, par exemple, coûtent plus cher que les mêmes en anglais (« un logiciel en français coûte 20 % de plus »). De plus, ce qui augmente les risques de coûts plus élevés, « les traductions ne sont pas toutes parfaites, et si le logiciel se met à planter, il faut que tu trouves la personne qui va savoir le réparer », est-il noté.

Les contraintes d'argent et de temps sont des arguments de poids qui expliqueraient en partie la résistance de certaines entreprises à promouvoir le français à l'interne au delà des obligations prévues par la loi.

## **B. La politique de la langue**

### **a) Priorité du français ou bilinguisme institutionnel**

Du point de vue de l'aménagement, la place du français dans les entreprises peut être envisagée de deux manières : s'assurer qu'il soit la première langue des communications internes, ou en régler l'usage à égalité de statut avec l'anglais (bilinguisme institutionnel).

Dans les entreprises de petite taille, le français, on l'a vu, est généralement la langue des communications verticales et horizontales (sauf pour les contacts privés entre non-francophones), et l'usage de l'anglais est surtout le fait de personnes dont la fonction est d'établir des rapports avec l'extérieur. Compte tenu de sa forte présence, et en ce qui concerne les communications formelles, la place du français n'a donc pas à être aménagée ou confirmée dans son statut de langue commune. Elle l'est de fait. Aussi, on ne s'étonnera pas que cette question soit à peine évoquée dans les groupes de cette catégorie d'entreprises.

Par contre, elle l'est davantage dans les groupes de l'autre catégorie. Dans un cas, elle est abordée du point de vue de la priorité à donner au français dans les diverses fonctions de communication au sein de l'entreprise. Le français, est-il dit, est une langue que tout employé devrait connaître afin que « tout le monde puisse se comprendre ». Dans deux autres cas, une différence est faite entre une politique de régie interne exclusivement (ou presque) en français et une autre de gestion des communications externes intégrant l'usage de l'anglais :

*Autant un mémo [note de service] est écrit en anglais parce qu'il est adressé à un client, autant une communication à l'interne pour dire : « On doit organiser telle rencontre ou obtenir tels outils », c'est exclusivement en français.*

*Aux échanges et à la documentation aussi, les dossiers, tout ça. Souvent, c'est sûr que c'est bilingue, on ne peut pas, si on fait un pamphlet [destiné à l'externe], on ne peut pas le faire passer seulement en français, c'est sûr qu'il va être bilingue, [...] comme le site Internet, il est bilingue.*

Pour d'autres, cependant, le statut du français à l'interne ne doit rien enlever à celui de l'anglais. Le bilinguisme est la règle :

*On prend pour acquis que les documents sont en français, mais l'anglais doit aussi être là pour toute documentation écrite qui touche notre syndicat ou nos employés. [...] La règle de base, je pense, c'est que toute communication qui s'adresse à un public ouvert doit être rédigée dans les deux langues, pas juste en français.*

*Chez nous, toutes les communications sont dans les deux langues, toujours. [...] Et moi, en quelque part, je trouve ça très bien. [...] Je serais pas pour ça que les mémos [notes de service] ne soient qu'en français.*

Un autre personne au service d'une entreprise de grande taille soutient la position inverse, le français dans son cas apparaissant dans une situation où il aurait encore à faire valoir un statut au moins égal à celui de l'anglais : « Je pense que quand on reçoit des « mémos », ça peut être aussi en français, pas seulement en anglais [comme cela se produit] souvent, c'est un peu triste. »

#### **b) Le laisser-faire**

En règle générale, les tenants du bilinguisme institutionnel, qui se retrouvent dans les entreprises de grande taille, ont un discours où prédomine une attitude de laisser-faire. L'important, disent-ils, est de veiller à ce que le français soit présent, notamment au niveau des communications formelles. Pour le reste, on ne doit pas voir le français comme un « enjeu politique » ou comme une langue devant être défendue à tout prix. « Il ne doit pas y avoir de grief comme tel, soutient l'un d'eux, parce que la langue française n'existe pas ou que tu m'adresses la parole uniquement en anglais ou que les formulaires sont rédigés en anglais seulement. »

En milieu bilingue, disent-ils encore, il faut tenir compte du fait que la plupart du temps les gens interagissent « naturellement » dans les deux langues, que ce bilinguisme va de soi et ne pose aucun problème majeur ou de malaise quelconque entre membres du personnel, et qu'il n'est donc pas nécessaire de chercher à établir des règles trop strictes en la matière. D'autres personnes témoignent en ce sens :

*Il n'y a aucune politique établie parce qu'il n'y a pas de malaises, parce qu'il n'y a pas vraiment de problèmes à ce niveau-là. On [fait ce qu'il faut pour obtenir le certificat de francisation de l'OLF], mais en dehors de ça, il n'y a aucune politique.*

*Je dois admettre que ça va très bien [dans mon entreprise]. Je ne vois pas de problèmes de langue. Il n'y a personne qui veut parler le français à tout prix et d'autres qui veulent parler en anglais à tout prix, parce que les gens, en majorité, [...] ils parlent le français et l'anglais. [...] Maintenant, cela ne veut pas dire que l'on ne peut pas s'améliorer et [voir à ce qu'il] y ait plus de français, je suis bien d'accord avec ça.*

Tous s'entendent sur ce point : pour qu'il y ait « plus de français », des actions doivent être entreprises en ce sens et des règles suivies, mais jamais au détriment des choix linguistiques ou réflexes « naturels » de certains. Comme le dit très bien la dernière personne citée, gestionnaire d'une entreprise de grande taille :

*Que moi ou mes directeurs parlent anglais avec des gens sur le plancher, je m'en fous en autant que les règles soient suivies, en autant que j'aie des outils pour répondre à mes besoins [en français] et pour pouvoir répondre aux besoins des gens dans le bureau. [...] Mais les communications, elles sont laissées aux gens entre eux.*

« Répondre aux besoins des gens », telle est en somme la première des règles de conduite à laquelle quelques participants semblent souscrire.

### 3.2.2.2 Satisfaire les besoins linguistiques

#### A. Une question de respect

En effet pour ces personnes, tous au service d'entreprises de grande taille, l'aménagement de la place des langues en milieu de travail serait avant tout « une question de culture interne », comme le laisse entendre le dernier participant cité. Une culture dont la règle première est celle du respect des personnes et de leurs « besoins linguistiques » : « Chez nous, dit-il, cela se fait dans le respect des individus. On n'imposera pas une communication entre deux personnes en français ou en anglais. [...] On laisse les gens s'exprimer. »

Il faut trouver des façons de satisfaire ces besoins sans que les autres, qui n'ont pas les mêmes, se sentent brimés dans leurs droits :

*Moi mon environnement est plus anglophone que francophone, mais malgré tout, on utilise le bon sens et on ne brime pas les droits de personne. Le respect, ça existe aussi. Un exemple vient de me venir, j'avais un président [d'une filiale] américaine qui est venu faire une allocution aux employés pour leur souhaiter la bienvenue dans la nouvelle compagnie et il y avait une traduction simultanée. Tous se respectent.*

*À l'interne, nous autres, tout le monde est bilingue et on a plus d'anglophones que de francophones. [...] Mais il y a toujours de la bonne volonté de la part des gestionnaires de faire traduire en français.*

La « bonne volonté » est sans doute une façon d'exprimer le respect, le sens du devoir en est peut-être une autre : « Je trouve que c'est important qu'un document soit dans les deux langues. [...] C'est un devoir chez nous. »

Ce devoir de communiquer dans les deux langues à l'interne semble rejoindre chez un participant d'un autre groupe une volonté bien affirmée de « ne jamais [transmettre] un message juste en anglais à travers la compagnie ».

En somme, l'aménagement de la place du français dans ces entreprises impliquerait en premier lieu le respect des besoins ou des droits de ceux dont ce n'est pas la langue de prédilection tout en soutenant activement des mesures visant à la rendre accessible. Ces mesures consistent essentiellement à « créer un environnement » de travail en français.

## B. Créer un environnement

### a) Mettre à disposition

Un principe résume bien à notre sens cette démarche de création d'un environnement de travail en français plus favorable à cette langue : « mettre à la disposition des gens » des outils dans cette langue ou tout autre document d'information. Il est d'ailleurs énoncé par ce même participant à qui revient l'expression « culture interne » évoquée dans la section précédente. Donnons-lui donc à nouveau la parole :

*Travailler en français, chez nous, c'est mettre des outils à la disposition des gens qui travaillent soit dans le bureau, soit à l'extérieur en français. [Par exemple], des logiciels. [...] Moi, quand j'achète un logiciel, c'est habituellement en français, s'il est disponible. [...] Les communications sur le plancher, elles ne se font pas beaucoup en français, mais les outils ou les documents qui circulent à l'intérieur de la compagnie, ils sont tous en français. [...] Mes communications administratives à l'interne sont en français.*

Pour ce gestionnaire d'une entreprise de grande taille, l'aménagement de la place du français consiste dans le fait de pouvoir créer des conditions favorables à l'utilisation de cette langue sans intervenir directement au niveau des rapports entre les personnes. Le français faisant partie intégrante de l'environnement, les employés ne peuvent pas ne pas avoir à s'en servir, mais ils sont également libres de communiquer entre eux ou avec leur supérieur dans une autre langue que le français.

Un travailleur de production d'une entreprise de petite taille parle quant à lui d'un « climat qui a été créé » dans son milieu, grâce notamment à la francisation des consignes et autres instructions sur les machines, pour que « quelqu'un qui parle français [puisse] se sentir chez lui chez nous ». Une démarche comparable est rapportée avoir été faite dans une entreprise de grande taille où « presque tous les manuels d'utilisation d'équipements ont été refaits en français, sauf pour la vieille machinerie ». Dans une autre encore, l'accent est mis sur la possibilité qu'ont les employés de choisir la langue des logiciels qu'ils utilisent.

À ce dernier propos, un gestionnaire d'entreprise de petite taille pense qu'il y va de son intérêt de pouvoir disposer de logiciels en plusieurs langues :

*Comme employeur, je trouve que c'est à mon [avantage] d'avoir un logiciel [qui peut être utilisé] en français, en anglais et même en espagnol. [...] Je pense que tous les employeurs devraient penser comme ça. Tu as toujours des employés qui sont plus forts en anglais ou qui sont plus forts en français et tu dois les aider dans leur travail pour qu'ils soient plus efficaces.*

Le thème de l'efficacité réapparaît, cette fois en tant que motif sous-jacent à la création d'un environnement de travail respectant les besoins des personnes.

En somme, la mise à disposition en français des outils et autres documents nécessaires à l'accomplissement des tâches constitue certainement, aux yeux de certaines personnes rencontrées, l'un des principes de base d'une stratégie d'aménagement respectueuse à la fois de la réalité du travail et des besoins des personnes en matière linguistique.

## b) Traduire

On l'aura compris, le principe de la *mise à disposition* exige davantage que l'achat de matériel ou la commande auprès de fournisseurs de manuels d'instruction en français. La traduction assumée par l'entreprise elle-même de documents de toute nature (ou de toute communication orale) – réalisée en son sein ou commandée à l'extérieur – constitue l'autre moyen privilégié d'une stratégie d'aménagement conséquente avec une attitude de respect.

La traduction au sein des entreprises procède généralement selon deux cadres distincts d'opération. L'un concerne les documents prévus aux fins de la communication interne et de la production et suppose le recours à des services de traduction intégrés à la structure de l'entreprise ou extérieurs à celle-ci. L'autre fait appel à des ressources internes non spécialisées.

Le premier cadre est illustré par trois cas de figure. Le premier est un exemple très clair de l'application du principe de mise à disposition. Une entreprise se montre prête, en effet, à répondre aux besoins de son personnel :

*Quand il arrive de la documentation sur de la nouvelle machinerie, [par exemple] si elle est de marque allemande, ça arrive en allemand. Mais on demande des traductions et on n'a pas de problème à les avoir, par exemple, ils font traduire les manuels allemands en français.*

Le deuxième cas de figure décrit le processus par lequel est francisé à l'interne un ensemble de documents liés à une transaction avec un agent extérieur à l'entreprise (un client) :

*Un vendeur par exemple va recevoir une commande. Alors, tout de suite il va signifier en anglais à son client qu'il l'a reçue. Après, la commande est immédiatement traduite et là tous les documents de production sont tous rendus français.*

Enfin, le dernier cas de figure fait état de la procédure de traduction des communications écrites provenant de l'extérieur de l'entreprise :

*Tous nos courriels arrivent chez nous en anglais. [...] C'est adressé à l'ensemble des employés, aux administrateurs aussi, mais les administrateurs, il y en a à New York, il y en a partout et donc, c'est sûr que les mémos [notes de service] sont faits exclusivement en anglais. [...] Les mémos [notes de service] que moi j'affiche à l'interne, sont français d'abord et anglais, ensuite. [...] Je n'ai pas le temps de traduire et ce n'est pas nécessairement mon rôle non plus. [...] On donne ça à une firme externe.*

Le second cadre d'opération met notamment en lumière ce que la « mauvaise volonté » d'une entreprise à respecter les besoins ou droits linguistiques de son personnel peut avoir de conséquence sur la charge de travail d'une personne en particulier :

*Les ressources humaines sont en Ontario, il n'y a personne en Ontario qui peut nous produire des documents en français (pour les assurances, pour des propositions d'emplois, etc.). Tout est en anglais. C'est notre directrice adjointe qui traduit les mémos [notes de service] et qui les affiche, mais c'est beaucoup beaucoup, de travail et il n'y a encore personne pour faire la traduction. Ça semble pas important pour eux.*

Dans cette entreprise, il y a un lourd prix à payer pour créer un environnement dans lequel le français a minimalement sa place. Malgré la loi, la traduction en français

n'est pas prise au sérieux par la direction, obligeant ainsi une personne non spécialisée à faire le travail, de manière ponctuelle et en supplément de ses tâches habituelles. Cette situation préfigure d'autres cas d'entreprises qui, selon des participants, ne veulent rien entendre de la traduction, quelle qu'en soit la modalité<sup>3</sup>.

### 3.2.2.3 La langue des outils et du matériel

La création d'un environnement de travail en français suppose, on l'a vu, la mise à disposition d'un certain nombre d'outils et de documents produits ou, plus souvent, traduits dans cette langue. Du point de vue de la gestion administrative, là s'arrête la question de l'aménagement du statut de la langue française.

En fait s'amorce ici une gestion plus personnelle de l'usage du français et de l'anglais qui préfigure déjà la section suivante (3.3) sur les rapports à la langue de travail. Néanmoins, en ce qui concerne cette gestion personnelle, un dernier élément du problème de l'aménagement se pose encore, celui de la réaction et/ou de l'adaptation des personnes à cet environnement qui leur est offert.

#### A. Une question d'habitude

Des questionnaires des deux catégories d'entreprise mentionnent avoir offert la possibilité à leurs employés de choisir la langue de leurs logiciels ou de leur clavier informatique et s'être heurté à certaines réticences de leur part :

*Souvent, il y en a qui ne veulent pas avoir leur... moi, j'ai eu un employé qui voulait garder son keyboard anglais, même s'il parle bien français et qu'il est francophone. Il voulait garder quand même son clavier. Dans ce temps-là, tu ne peux pas vraiment le forcer, tu le laisses faire (50-99 employés).*

*Nous, on a offert les deux versions [du logiciel] il y a une dizaine d'années et personne n'a pris le français alors quand il est venu le temps de changer, on n'a pas acheté la version française, on est restés avec la version anglaise (50-99 employés).*

*Tu fais l'exercice dans un bureau : tu entres Microsoft Office et tu dis à l'employé : Tu veux la version française ou la version anglaise? Les gens souvent vont préférer la version anglaise, ils sont habitués (10-49 employés).*

Et en effet, à l'exception de quelques participants des deux mêmes catégories qui disent avoir fait le choix du français et/ou utiliser tous les outils à leur disposition dans cette langue, plusieurs confirment leur préférence pour les versions anglaises des logiciels qu'ils utilisent. L'habitude est la raison invoquée dans pratiquement tous les cas :

*Moi, j'ai toujours travaillé sur des ordinateurs anglais, ce qui fait que je n'ai pas de problèmes, je reste anglais (10-49 employés).*

*Moi, personnellement, j'aurais beaucoup de difficultés à travailler sur Excel s'il était français parce que mes clés fonctions, je ne les connais pas en français et cela fait 25 ans que je travaille sur des programmes anglais (50-99 employés).*

*Mon logiciel que j'utilise pour les taxes, il est anglais, mais je suis habituée à travailler avec. Et mon logiciel de paye aussi, il est anglais. C'est parce que je suis habituée (10-49 employés).*

---

<sup>3</sup> Voir section 3.4.2, p. 87.

Une habitude qui tient presque du réflexe et qui n'empêche nullement que des tâches soient produites en français<sup>4</sup> :

*Tout ce que moi je fais, je le fais en français. Mon ordinateur est anglais, mais moi, le rapport que je vais produire, il est en français (50-99 employés).*

*Mes logiciels sont en anglais, tous mes documents sont en anglais, mais par contre, mon clavier est français et quand je tape, je tape en français. Et c'est moi qui décide ce qui va dans mon document (50-99 employés).*

L'utilisation de logiciels anglais pour la réalisation de tâches en français ne semble pas poser de problème particulier. Un parallèle peut d'ailleurs être fait entre cette pratique et une autre consistant à utiliser un manuel en anglais tout en discutant en français avec des collègues pour résoudre un problème donné : « ils ne vont pas se mettre à parler anglais parce qu'ils ont un texte de référence anglais », est-il noté.

## **B. Le recours à la terminologie française (l'aménagement du corpus)**

Le fait d'utiliser des outils en français pour produire en français tout en communiquant dans cette langue, bref de travailler entièrement en français, est une tendance plutôt minoritaire et se retrouve surtout dans des entreprises de petite taille. Pour la majorité, l'anglais, de quelque manière, fait toujours partie intégrante de leur environnement linguistique. Par exemple, certains qui disent travailler en français et qui, dans les faits, produisent et communiquent essentiellement dans cette langue n'en utilisent pas moins des logiciels en anglais. Ces outils font partie des meubles en quelque sorte et ne modifient en rien leur perception d'un environnement francophone.

Cette situation vaut également pour le corpus de la langue française au travail. Les mots anglais le parsèment et ne lui sont pas tout à fait étrangers, car la langue à leurs yeux n'en demeure pas moins française. Comme dans le cas de la francisation des outils informatiques (aménagement du statut), l'on réagira ici aussi, dans les entreprises de petite comme de grande taille, aux tentatives visant à recourir aux « vrais » termes français ou à en créer d'autres plus adaptés (aménagement du corpus).

### **a) L'habitude des termes anglais**

À l'instar des outils en anglais, l'usage des mots anglais est une habitude tenace, sans doute encore plus profondément ancrée. La disponibilité de documents ou de manuels de référence en français ne change rien à l'affaire. Comme le souligne un participant, « il y en a qui sont habitués avec des termes anglais, certains termes parfois sont plus familiers dans cette langue, cela arrive ».

Il arrive souvent en fait que presque tous les instruments ou les aspects du travail soient nommés en anglais, comme par instinct et encore une fois, par force de l'habitude :

*Nous autres dans le domaine, on a la machine pour faire du blisting. Le piping, c'est de la blank stitch, c'est tous des termes anglais. [...] Je pense que c'est l'habitude, comme moi ça fait 26 ans que je travaille dans la couture. Alors que ce soit dans le vêtement pour dames, pour hommes, pour enfants, une machine, une blank stitch reste une blank stitch.*

---

<sup>4</sup> Voir à ce propos la section 3.1.2.2, p. 32 et ss.

*[...] Des termes comme ça, c'est qu'on est tellement habitué de les sortir en anglais. C'est instinctif.*

Même les jeunes, nous dit un gestionnaire, tout frais sortis des écoles où ils auront acquis un langage technique en français, n'échappent pas à la tradition d'une certaine langue :

*Quand ils arrivent sur le plancher, dans l'atelier, c'est celui qui a le plus d'expérience qui va prendre le dessus, lui il va appeler ça, je ne sais pas, un bearing. Il l'a toujours appelé comme ça et en bout de ligne, le jeune va commencer à appeler ça un bearing au lieu du vrai terme français. Dans l'atelier, on utilise beaucoup d'anglicismes par accoutumance.*

L'habitude des mots anglais peut être plus forte dans certains départements d'une entreprise, nous dit un travailleur d'une entreprise de grande taille :

*Moi, au sein de l'entreprise, j'ai travaillé pour la production et auparavant, sur la maintenance. Au niveau de la maintenance, j'ai remarqué qu'il y a plusieurs termes techniques uniquement en anglais, que ce soit des outils ou des écrous, des washers, n'importe quoi; tandis qu'au niveau de la production, les termes sont adaptés, c'est français.*

Elle peut être aussi très forte dans certains secteurs de l'industrie, tel celui de la construction, d'après l'expérience d'un autre participant :

*L'industrie de la construction, c'est quand même assez particulier. Il y a beaucoup d'anglicismes sur les chantiers. Je pense que l'Office de la langue française aurait avantage à regarder ce que les gens apprennent sur les chantiers parce que toute la terminologie au niveau des outils, des techniques, souvent c'est en anglais. Je pense qu'il y aurait un travail à faire là (50-99 employés).*

Ces propos ne sont pas sans nous rappeler que certains territoires peuvent avoir une langue que d'autres n'ont pas ou ont moins.

#### **b) « Pourquoi tu me mets ça en français? »**

Si le français anglicisé a ses territoires qui varient, le territoire occupé dans ce français par les mots anglais est souvent bien protégé et résiste aux tentatives de modification. En effet, on ne souhaite pas toujours remplacer ces mots dont on a l'habitude et qui nous sont familiers. Un cadre au service d'une entreprise de petite taille parle explicitement de cette résistance :

*Au niveau de l'usine, il y a eu beaucoup plus de réticence chez les francophones que chez les autres. C'était drôle à voir, tu sais, c'était comme « Pourquoi tu me mets ça en français? Je le savais en anglais, puis là... faut tout que je réapprenne ».*

Tout se passe comme si on acceptait mal que l'anglais ne puisse pas avoir un peu sa place dans ce français que l'on parle par ailleurs régulièrement; comme si les termes anglais utilisés pour le travail avaient un caractère quasi immuable, en fait les seuls possibles pour décrire dans *sa langue* la réalité de son milieu. Deux participants d'un même groupe (50-99) témoignent en ce sens :

*Je pense que travailler strictement en français, c'est quasiment impossible. [...] Il y a certains termes en anglais, essaye pas de les changer...*

*Tu sais, un bearing va toujours rester un bearing, puis un bushing aussi.*

Un autre participant de ce groupe fait remarquer, quant à lui, l'écart entre « le français sur papier » et celui utilisé dans les communications orales :

*Toutes les paperasses vont se faire en français. [...] Mais quand on va parler avec un machiniste, on va dire : « Tu vas me faire une rebush ». [...] L'Office va venir nous dire que nos papiers doivent être en français, mais quand on vient pour parler, [on va utiliser des termes] anglais.*

Et lorsqu'il arrive qu'un machiniste ou un autre ouvrier utilise le terme français inscrit sur ses papiers dans un échange d'information avec un collègue, il risque de se faire regarder « comme s'il venait de la planète Mars ». En témoignent trois personnes de trois groupes différents (50-99 employés) :

*Je vais leur dire « Va me chercher des écrous de telle grosseur », et parfois ils vont me regarder et ils vont dire « Qu'est-ce que c'est? » Par contre, si je dis « Va me chercher cinq bolts, de 5/8 », ils viennent de comprendre parce que bolt c'est un mot que tout le monde connaît. [...] Si j'essaie d'employer un terme français, le type va m'arriver avec complètement autre chose.*

*La plupart des noms de pièces, c'est en anglais. [...] Parfois, si j'utilise le terme français et que j'oublie de marquer le terme en anglais, je vais porter le dessin dans la shop, [...]. Le gars me revient : « Ça veut dire quoi, ça? »*

*On essaie des fois d'utiliser les termes français, mais moi en mécanique, je comprends rien. [...] Si on me dit : « Va me chercher ça » en français, là, j'ai bien de la misère, « Donne-moi le ratchet, donne-moi n'importe quoi... », tout [mais ne le dis pas en français].*

Aucune de ces personnes ne s'oppose totalement à l'utilisation de termes français. La porte n'est donc pas entièrement fermée à ce qu'un *bearing* puisse éventuellement devenir pour de bon un « roulement à bille ». Simplement, on ne change pas comme ça des habitudes de langage. Ou comme le dit un participant, « le français c'est important, mais il faut pas essayer de tout changer du jour au lendemain ».

### **c) Faire l'effort**

Et en effet, il faut y aller « doucement », affirme un participant d'un autre groupe, « sans bousculer les traditions de personnes ». Il faut compter sur le temps et les efforts de tous, incluant les directions d'entreprise, croient plusieurs autres :

*Quand je communique avec mes employés, je fais l'effort de trouver les bons termes. Je le remarque parmi mes employés, ils prennent l'habitude aussi (10-49 employés).*

*[Il faut] s'efforcer de remplacer les termes anglais par d'autres en français. [...] c'est pas plus compliqué de les dire en français qu'en anglais, puis on finit par se comprendre. (50-99 employés)*

L'important, ajoute cette dernière participante, est de ne pas chercher à forcer la note et de permettre, à soi-même et à d'autres, l'utilisation de termes anglais :

*C'est sûr qu'il y a certains mots qu'on va utiliser, comme quand on a un problème technique sur la machine, on va aller chercher le technicien. Avec lui, c'est plus facile de dire « Bien là, écoute, c'est le light qui est pas correct, ou c'est le cap holder ». Lui il est technicien, [...] il va s'appliquer comme nous à dire les termes français, mais quand on a un problème majeur qui est technique, à ce moment-là on va utiliser le terme en anglais.*

Tranquillement aussi, il faut compter que les documents ou autres formulaires descriptifs en français finiront par avoir un impact sur les communications orales. C'est en effet ce que laisse entendre cette autre participante :

*Chez nous, il y a beaucoup de mécaniciens et c'est sûr que les termes utilisés sont en anglais, mais je travaille aussi beaucoup à faire des formulaires en français parce que j'ai commencé à monter le système de qualité. [Et je remarque] qu'à force de les voir écrits sur ces formulaires, de temps en temps, les gens vont dire les mots en français plutôt qu'en anglais. Ils s'habituent.*

En somme, l'aménagement du corpus de la langue française au travail, au delà des mesures prises pour « trouver des termes équivalents » à ceux anglais généralement utilisés, semble être aussi le fait d'une attitude individuelle par laquelle chacun évalue, suivant les circonstances, l'intérêt qu'il peut y avoir à recourir à une terminologie française.

### **3.3 Les rapports à la langue de travail**

Nous avons vu comment les entreprises gèrent le statut des langues et les aménagements du français et de l'anglais qui en résultent. Dans cette nouvelle section, il sera question des rapports plus personnels que les personnes entretiennent avec la langue de travail. On abordera ainsi, en première partie, les attitudes et les préférences des travailleurs et des gestionnaires portant tout spécialement sur la qualité de la langue et la langue des échanges interpersonnels ou collectifs.

En seconde partie, sera traité le thème de l'identité linguistique au travail ou, en d'autres mots, la manière dont les personnes rencontrées se positionnent par rapport à l'usage du français dans leurs milieux de travail.

#### **3.3.1 Des attitudes et des préférences**

##### **3.3.1.1 La qualité de la langue**

###### **A. Une langue anglicisée et méconnue**

Le chapitre précédent a fait ressortir l'instinct et l'habitude d'utiliser des termes anglais dans l'usage du français; on a observé également une certaine disposition à intégrer patiemment et progressivement la terminologie française correspondant aux termes anglais traditionnellement en usage dans quelques secteurs d'emploi. Il semble y avoir un écart difficile à combler entre le jugement porté sur la qualité souhaitable du français à cet égard et les efforts qu'il faut consentir pour y parvenir.

La prédominance du français comme langue de travail dans les entreprises de petite taille explique certainement le plus grand intérêt porté à la question de la qualité de la langue, peu abordée dans les autres groupes. D'ailleurs, se faire demander ce que signifie pour eux « travailler en français » avait nécessairement un lien avec la question de la qualité du français dominant déjà comme langue de travail. Selon la majorité d'entre eux, le français gagnerait à se dépouiller de ses anglicismes perçus comme principal irritant affectant la qualité de la langue de travail. La méconnaissance générale du français a également fait l'objet de commentaires mais de façon moins répandue.

Sur la question des *anglicismes*, d'abord, les commentaires qui suivent résument bien les propos entendus :

*Je trouve ça triste, la qualité du français, je trouve ça regrettable de voir ça. Dans mon milieu de travail, c'est en français, mais c'est bourré d'anglicismes.*

*C'est sûr que le français n'est pas aussi pur qu'on aimerait, probablement, parce que je trouve ça assez choquant lorsque je vois des mots anglais dans le journal, dans un texte très français, je trouve ça assez choquant.*

Même si la plupart conviennent que l'usage des anglicismes devrait être réduit sinon éliminé, quelques-uns n'estiment pas nécessairement facile de se départir de ces relents de prédominance de la langue anglaise dans la sphère du travail. Il leur semble difficile également de déjouer l'influence contemporaine de l'anglais – notamment dans les technologies – qui atteint même le français en France :

*C'est partout la même chose, il y a beaucoup d'anglicismes dans le français, que l'on travaille en France, au Québec, n'importe où, il y a beaucoup d'anglicismes maintenant. [...] C'est une réalité qui est là et qu'on devrait contribuer à changer, mais elle est là.*

*(Travailler en français) cela veut dire beaucoup de difficultés surtout quand on a affaire aux termes techniques parce que les Québécois, on a appris notre français qui est au niveau technique, après que les Français aient quitté le Québec. On a tous appris ça sous la domination anglaise et donc, les termes techniques que l'on connaît, ce sont les termes anglais ce qui fait que, c'est une des grandes difficultés.*

*[...] Des fois le fait qu'on ait tellement d'influence anglophone dans notre travail, je trouve que souvent le vocabulaire francophone est peut-être un peu diminué, (mais) on ne peut pas mettre de barrières, c'est impossible.*

Alors qu'un petit nombre déplore l'absence de francisation des termes techniques dans certains secteurs de travail comme l'automobile et l'informatique, d'autres prennent note des progrès dans le « travail en français » grâce notamment à la plus grande disponibilité de logiciels français :

*Je pense qu'il y a un vocabulaire technique en français. Je pense à l'automobile. J'ai l'impression qu'il y a beaucoup de termes en anglais, ou en informatique, ça n'est pas nécessairement traduit.*

*Je pense que l'on travaille plus en français aujourd'hui qu'on ne l'a jamais fait. Avant ça, nous autres les termes, back order, pour nous autres, c'était du français, mais c'était tout simplement de l'anglais transféré, si vous voulez, dépendamment de l'âge de l'entreprise et de notre âge aussi. Je pense qu'aujourd'hui, ils sortent de l'école avec les logiciels et tout ça a été fait en français.*

La méconnaissance générale du français dans les milieux de travail a été décriée par bon nombre de personnes dont certaines admettent les lacunes de leur propre français. Un tel constat réussit même à freiner le désir d'apprendre l'anglais chez l'une d'entre elles :

*J'ai l'impression, oui, de travailler en français, mais en mauvais français. Je n'ai pas l'impression que la qualité de la langue est présente dans mon milieu de travail. Ça, c'est sûr et certain. Mais je ne me permets pas d'intervenir et de dire à mes compagnes de travail : « Il ne faudrait pas dire ça ».*

*Moi aussi, j'aimerais beaucoup apprendre l'anglais, mais je me rends compte de plus en plus que je ne connais pas ma propre langue. Je devrais bien parler le français, j'aimerais connaître, parce que je sais que c'est la plus belle langue... je me l'imagine la plus belle langue (c'est bien de penser ça!).*

À l'encontre des opinions les plus répandues, un travailleur francophone de l'administration soutient que la qualité du français relève du domaine privé et non public :

*Je trouve que l'importance de la qualité de la langue, en français, c'est beaucoup plus important du point de vue personnel, dans ta vie personnelle qu'au travail, parce qu'au travail, tu vas toujours avoir des termes « cheap » qui vont te revenir tandis que dans ta vie personnelle, quand tu échanges à quelque part, là, tu peux le déballer et te faire comprendre, vraiment [...] ce que tu veux dire.*

Chez des gestionnaires en particulier, existe, tout au contraire, un souci de généraliser l'usage et la qualité du français à l'intérieur de la sphère publique du travail, de façon à porter fièrement « l'image française » autant à l'intérieur qu'à l'extérieur du Québec :

*Je dirais que chez nous, on veut une image française et on fait un effort vraiment pour avoir une qualité de français autant à l'interne, écrit ou oral, qu'à l'externe, à l'intérieur du Québec. Et comme on fait affaire avec la France, cela nous oblige à avoir une qualité de français qu'ils comprennent.*

*Il n'y a rien de pire qu'une compagnie qui va envoyer un communiqué qui est mal écrit. Cela donne une image... Beaucoup d'entreprises ne sont pas sensibilisées à la qualité du français. Elles vont utiliser des termes, des anglicismes à plein.*

*Moi, je trouve que quand on parle en français (il faut) que cela reste en français. Il faut que ce soit bien écrit et bien parlé. [...] Et c'est partagé à l'intérieur de notre entreprise aussi.*

## **B. Le français québécois : du bon et du mauvais**

Des travailleurs et gestionnaires des petites entreprises ont également abordé la question du « français québécois ». S'il est objet de gêne ou de mésestime pour certains, il est au contraire l'expression d'une identité et d'une culture distinctes pour d'autres.

Mentionnons d'abord que la présence d'anglicismes dans le français du Québec fait dire à quelques-uns que ce n'est pas du français mais plutôt un « langage ben québécois » ou du *franglais* :

*Les gars dans la « shop » en arrière... par exemple, c'est ben différent. Quand [...] arrive dans mon bureau et qu'il me parle, il ne me parle pas comme les gens de bureau. [...] Mais c'est un langage... ben québécois. [...] Je ne suis pas sûre, je ne suis pas certaine que c'est du français, [...] ils parlent un mot français, un mot anglais.*

*Mais moi j'appellerais pas ça du français avec des termes anglais, ça me fait penser un peu à du franglais.*

D'autres propos traduisent même l'idée que le français québécois est en quelque sorte « dénaturé » ou inintelligible en comparaison du « bon français » de France ou du « français international » :

*Mon mari aussi, quand il est arrivé ici, il avait appris le bon français de France alors... pendant six mois, il s'est demandé sur quelle planète il avait atterri.*

*La seule chose, c'est que pour mieux communiquer, il faut quand même qu'il y ait un français international si on veut se comprendre.*

*Au Québec, pour être bien dans une entreprise, [...] il faut qu'ils aient de bonnes connaissances d'anglais parce que les Québécois utilisent beaucoup de mots anglais dans leurs*

*phrases, ou des noms anglais. [...] Mais quelqu'un qui arrive directement de France ou d'un pays francophone, il a beaucoup de problème à s'intégrer à cause de ça, ici.*

En réponse à ces commentaires, d'autres personnes n'admettent pas, d'abord, une comparaison désavantageuse du français québécois avec le français de France lui-même teinté d'anglicismes, selon eux. De plus, à leurs yeux, le français québécois n'en est pas moins du français, mais un français qui se distingue certes par son histoire, par ses mots, par ses accents ou par ses expressions héritées d'influences lointaines – comme le « vieux français » – ou plus contemporaines (comme l'anglais dans les milieux de travail) :

*De plus en plus, on voit des mots anglais... que l'on regarde la France ou le Québec, je ne vois pas de différence, il y a des mots différents, oui, on est différents aussi, on a quand même une histoire chacun. [...] On parle en français comme moi, dans l'usine où je suis, c'est exclusivement français. [...] Il y a des mots anglais, oui. On est au Québec et c'est comme ça.*

*[...] Le Français qui arrive, je ne pense pas qu'il est trop, trop dépaysé, le cinéma français commence à prendre royalement le jonal américain. Les mots que l'on emploie pour définir telle ou telle chose, c'est [...] comme le tout du parler québécois. C'est peut-être pas tout le temps poétique et c'est peut-être pas tout le temps les bons mots, les bonnes phrases [...] mais quand on parle, en général, je ne pense pas que l'on peut mettre le doigt sur un mot que l'on emploie [...] qui fait que ce n'est pas 100 % francophone. C'est un tout de ce que l'on est.*

Au sentiment spontané de se distinguer, de parler un français coloré par de lointaines traditions, succède paradoxalement chez certains l'impression finale de « mal parler ». Pour deux personnes en particulier le mal parler est surtout affaire d'éducation et de culture familiale ou personnelle et non un trait distinctif du français québécois :

*Les Français ont de la difficulté à nous comprendre bien des fois. Nous on va dire, on embarque dans notre voiture et eux, ils vont dire, nous on monte dans la voiture. On a beaucoup de termes bretons. [...] Cela fait une différence entre les deux français. [...] Un autre exemple qui me vient en tête, et c'est vrai quand tu t'arrêtes... On parle mal.*

*Il ne faut pas mélanger le français et le fait que les gens emploient, parlent mal finalement. Ce que l'on appelle parle mal, des moé et toé, [...] j'attribue ça à un manque de culture et d'éducation et ça, ce n'est pas la même chose. C'est pas que la personne est pas moins francophone, mais c'est juste qu'elle ne l'a pas développé.*

Que peut-on retenir de ces propos? Une certaine dose d'exaspération est palpable devant la dépréciation du français québécois, même si la plupart conviennent de la pertinence de l'épurer de ses anglicismes. Quelques-uns semblent assumer plus que d'autres le français québécois comme marqueur d'identité.

### **3.3.1.2 La langue des échanges**

Dans les milieux de travail, les gestionnaires et les travailleurs gèrent l'usage des langues de diverses façons : selon leurs préférences linguistiques, selon des normes ou des objectifs personnels de communication ou encore selon un statut particulier attribué à l'une d'entre elles.

## A. Le français : un choix naturel

Dans les groupes formés à même les entreprises de plus grande taille, un petit nombre de personnes ont souligné leurs préférences linguistiques, entre le français et l'anglais comme langue de travail, préférences qu'il leur est possible d'exprimer et d'expliquer en raison de la coexistence plus répandue des deux langues dans leurs entreprises. La préférence répandue du français s'explique indéniablement par les divers avantages que les personnes, toutes francophones, attribuent à l'usage d'une langue – leur langue maternelle – qu'elles disent bien connaître, et mieux que l'anglais. Les commentaires à cet égard traitent plus particulièrement du français comme outil de communication (expression et échanges) et de production.

En ce qui concerne d'abord *l'expression*, l'usage du français s'avère pour eux plus aisé, plus spontané, la parole étant en quelque sorte la manifestation de la pensée (« je réfléchis en français ») et d'une pensée librement exprimée.

*[...] Je préfère quand on me parle en français quand même. [...] La communication se fait comme ça. C'est pas un effort. Disons que quand je réfléchis, je réfléchis en français, je réfléchis pas en anglais.*

*C'est évident que je m'exprime mieux en français qu'en anglais même si j'ai été à l'école anglaise au primaire. (Si j'avais à travailler plus en anglais) c'est sûr que j'apprendrais beaucoup, mais cela m'enlève(rait) un peu de liberté d'expression.*

La qualité d'expression (la précision notamment), la spontanéité et l'aisance que favorise l'usage du français en font la langue de prédilection quand le choix leur apparaît possible. Autrement, ils consentent volontiers à adopter l'anglais eu égard à leurs interlocuteurs « parce que c'est la langue qu'ils comprennent » :

*[...] Quand j'envoie des mémos [notes de service], [...] quelque chose de très précis, je vais le dire en français parce que les mots viennent plus vite, mais si c'est quelque chose au niveau des styles, quoi que ce soit, ça va partir en anglais parce que c'est la langue qu'ils comprennent.*

*[...] Quand je n'ai pas le choix de parler anglais, je vais parler anglais. Mais au travail, je préfère parler en français, je suis plus à l'aise, je suis beaucoup plus à l'aise et c'est pour ça que j'ai toujours préféré parler en français.*

Au niveau des *échanges*, l'aisance en français assure une meilleure qualité de communication facilitant entre autres la compréhension d'opérations ou de consignes liées aux activités de travail :

*Étant de langue française, moi je trouve que c'est plus facile... étant opératrice, s'il y a une opération, une nouvelle opération que je dois faire, c'est sûr que si mon superviseur peut me le dire, me donner les explications en français, je vais comprendre plus facilement [...] malgré que je me débrouille en anglais.*

*[L'usage du français] facilite le travail, la communication, le contact ça passe mieux.*

*[...] Parce que les consignes peuvent être mal interprétées ou mal comprises. [...] Il y a des fois que ça sort beaucoup plus facilement en français qu'en anglais. Des fois ça sortira pas tout à fait pareil en anglais comme ça aurait dû en français.*

Parlant de risques d'interprétation erronée, l'expérience d'échanges rapportée par une personne l'amène à constater l'effet négatif des malentendus qui résultent d'une expression malaisée en anglais :

*[...] Disons la communication des fois est difficile un peu. Des fois, tu veux t'exprimer, dire quelque chose en anglais, mais tu ne le dis pas comme ça vient. Ça fait que des fois il y en a qui prennent ça mal.*

Aux yeux d'autres personnes, l'usage de « sa » langue, d'une langue qui permet une réciprocité de compréhension garantit une plus grande efficacité et un meilleur rendement au travail.

*Quelqu'un qui parle français, il va compter en français, c'est plus vite. [...] Ma grand-mère est américaine, elle comptait en anglais. Moi, je suis Canadienne, Québécoise et je compte en français. Juste ça, c'est une preuve d'efficacité. Dans ta langue, tu es plus efficace.*

*[En travaillant en français] c'est comme ça qu'on va performer aussi dans le travail qu'on fait si on se comprenait.*

Parmi les commentaires émis sur les préférences linguistiques, quelques-uns proviennent de personnes qui se disent parfaites bilingues, aussi à l'aise en anglais qu'en français. Il est intéressant de relever leurs points de vue, distincts entre eux, constate-t-on. Ainsi, les personnes dont le bilinguisme est issu d'origines familiales mixtes (français et anglais) font plutôt preuve de neutralité : aussi heureuses et aussi confortables dans l'une que dans l'autre.

*C'est évident que je travaille en français, mais je travaillerais dans un milieu anglais et je serais très heureuse parce que mon père est Britannique, mon père parlait pas un mot français. Par contre, on a été élevés en français. [...] Moi, là-dessus, je suis très, très neutre.*

*Ma première langue, c'était le français, mais mon père est anglais. Je (travaille) vraiment (avec) les deux. [...] Puis je sais pas s'il y a beaucoup de gens comme ça, mais je fais vraiment pas la distinction. Je [...] sais pas si on se rend compte, je pense dans les deux langues.*

Par contre, les personnes dont le bilinguisme provient plutôt de l'ajout – par expérience en particulier – de l'anglais à leur langue maternelle française admettent toutes préférer l'usage du français ou un milieu francophone de travail : question d'affection pour le français, d'identité (« je suis francophone ») ou d'affinité culturelles :

*Je reçois souvent (des invitations à soumissionner) en anglais et en français, parce qu'il y a différents contracteurs généraux. Je choisis celui-là en français parce que moi je suis francophone, puis j'aime le français. Mais si je voulais, il y a beaucoup de projets que je pourrais travailler en anglais.*

*Je pense que c'est important de travailler en français, personnellement, surtout peut-être à cause de la culture. Lorsque j'ai été amenée à travailler dans un endroit complètement anglais, je trouvais que bon, il y avait beaucoup de choses, c'était surtout au niveau culturel. Même si on veut bien l'anglais, il reste toujours que la culture, avec les différences et au niveau culturel, ça bloquait. On ne peut pas vraiment échanger.*

En somme, que le français soit la langue préférée comme langue de travail ne risque pas trop de surprendre. Il était certes prévisible que des francophones d'origine privilégient tout naturellement leur langue maternelle, sans qu'interfère pour autant quelque indisposition que ce soit envers l'anglais. Les préférences, on l'a vu, tiennent surtout à l'impression de maîtrise du français en comparaison de l'anglais; elles prennent aussi leur source dans les racines culturelles personnelles, expliquant le choix du français ou la neutralité de préférence chez les personnes bilingues.

## B. Se faire comprendre

En situation d'échanges interpersonnels, un nombre à peu près équivalent de personnes – légèrement plus nombreuses dans les grandes entreprises – adoptent des comportements linguistiques régis par des objectifs, des normes et des principes de communication.

L'une des règles fondamentales ici est de choisir la langue propice à la meilleure communication possible. Ainsi, des gestionnaires communiquant avec des employés qui comprennent peu ou pas le français vont opter pour la langue par laquelle ils se feront le mieux comprendre et qui rendra, de leur point de vue, la communication efficace ou productive. L'anglais est le plus souvent rapporté comme langue des échanges en pareils cas :

*Si je décide de parler français demain matin parce que c'est ma langue et que la personne à qui je m'adresse ne comprend pas très bien, c'est pas très productif.*

*Ce que je dis, c'est que je vais pas essayer de parler en français avec mon Chinois qui comprend pas un mot de français pour promouvoir le français. Moi, je veux me faire comprendre. [...] S'il comprend mieux l'anglais, je vais lui expliquer en anglais. Parfois je vais lui parler en espagnol.*

L'objectif de « se faire comprendre » génère selon toute vraisemblance une dynamique de communication où des employeurs recourent à la langue maternelle ou du moins à une langue connue des employés reconfigurant, dans ces cas, le schéma mieux connu selon lequel la langue de communication entre employé et employeur est plutôt celle de ce dernier.

Par ailleurs, un rythme « frustrant » d'échanges entraîne autant des travailleurs francophones qu'anglophones bilingues à communiquer dans la langue de l'autre, c'est-à-dire de celui « qui a de la misère » dans l'une des deux langues :

*Je vais revenir à ce [...] disait que les gens qui parlent en français, ils viennent qu'ils « switchent » en anglais peut-être parce qu'on est pas assez patients pour les laisser parler, ceux qui ont de la misère.*

*Il y en a qui sont anglophones au bureau et ils ne parleront pas en anglais parce que justement, cela va être trop long avant que je les comprenne et c'est la même réaction que ceux qui parlent en français.*

Une gestionnaire francophone sera pour sa part portée à parler anglais avec un interlocuteur anglophone présumant ainsi qu'« il va mieux comprendre » dans sa langue maternelle. Cette réciprocité d'attitude serait également observable chez des anglophones, rapporte un travailleur :

*C'est pas parce que je connais l'anglais que je vais me mettre à travailler en anglais. Je vais parler en anglais parce que mon interlocuteur il parle... il va mieux comprendre si je lui parle en anglais parce que sa langue maternelle c'est l'anglais.*

En outre, la coexistence de l'anglais et du français dans les milieux de travail bilingues occasionne des dynamiques d'échanges régis par d'autres principes de communication. Ainsi, dans les interactions où les interlocuteurs sont bilingues, où s'estompe en fait la préoccupation de « se comprendre » ou de « se faire comprendre », les comportements linguistiques ont beaucoup à voir avec les attitudes personnelles.

Des travailleurs bilingues au service d'entreprises de petite taille estiment que la langue des échanges entre travailleurs francophones et anglophones peut être indifféremment le français ou l'anglais, peu importe qui engage la conversation. Le choix d'une langue ou de l'autre est plutôt affaire d'assurance qu'« on se comprend » ou d'ambiance :

*Pour moi, c'est une question de communication entre les gens, la langue dans laquelle on communique ça a peu d'importance, mais je veux dire tant qu'on se comprend.*

*(L'échange) peut être en français, c'est correct. Mais s'il parle en anglais, je vais lui parler en anglais et s'il parle français, je vais lui parler en français. [...] Si dans ma shop à moi, j'ai un anglophone, je vais [...] lui parler en anglais ou en français. Il parle les deux langues comme moi. Cela dépend comment on feel le matin. On se regarde et c'est ça.*

L'indifférence de ce dernier travailleur à l'égard d'une langue ou de l'autre est telle qu'il ne lui importe nullement d'avoir à parler anglais pourvu que « le chèque (soit) signé », comme il le dit :

*(Et si le boss parle en anglais?) Je vais lui parler en anglais. [...] En autant que notre chèque est signé, nous autres. C'est vrai pour tout le monde. C'est payé pareil, j'ai dit.*

Un gestionnaire d'entreprise de grande taille, par son attitude de bonhomie destinée à « rendre les gens à l'aise » lors d'échanges, laisse même l'initiative de la langue de communication à ses interlocuteurs; comme le révèlent ses propos, ce sont paradoxalement des anglophones qui font dériver la conversation vers le français :

*Mais ils (des anglophones) nous répondent par la suite encore en français et bon, on s'aperçoit que l'on peut parler français. On insistera pas, on lui parle français. C'est juste une question de rendre les gens à l'aise. [...] On s'adapte, je pense, tout le monde. Autant les gens à l'extérieur que les gens à l'intérieur de l'entreprise font l'effort pour se rendre la tâche la plus facile.*

Faisant écho à l'usage indifférencié de l'anglais ou du français, un autre gestionnaire d'une grande entreprise fait valoir l'importance d'une flexibilité linguistique dans les échanges mise au service de l'impératif d'efficacité nécessaire pour soutenir la férocité de la compétition :

*On veut être très efficace, puis la pression aujourd'hui pour tout le monde, du patron jusqu'au commis, c'est d'être le plus efficace possible. [...] C'est un devoir pour que notre entreprise réussisse. La compétition est féroce, il faut être très efficace.*

L'usage libre du français et de l'anglais est de mise dans des entreprises bilingues de grande taille, selon le témoignage d'autres gestionnaires. Ici aussi, il est question d'ambiance et de tendance à parler la langue maternelle de l'interlocuteur :

*Cela dépend, le matin, si on entre, si la conversation se passe en anglais, et bien tout le monde parle anglais et si c'est en français, il n'y a pas personne qui dit : « Non, je ne veux pas parler le français » ou quelque chose de même. [...] Moi, je travaille plutôt en anglais parce que je suis de langue anglaise. [...] Chez nous, c'est plutôt bilingue, cela dépend avec qui je parle. Si la personne est française, je vais parler en français, si elle est anglaise, je vais lui parler en anglais.*

*C'est pas imposé par personne parce que chez nous, on fonctionne bilingue. Il n'y en a pas de problèmes : dans un meeting, quelqu'un va se lever et va poser la question en français et il va avoir une réponse en anglais si la personne est anglophone et l'autre va parler en français.*

Chez ces mêmes gestionnaires, le sentiment de liberté d'expression tient en fait à l'absence d'obligation de parler anglais. C'est pourquoi, qu'elle soit réelle ou hypothétique, l'application de la « ligne d'autorité » rendant obligatoire l'usage de l'anglais – avec des patrons unilingues anglophones, de l'Ontario notamment – s'avère contrariante et fait ressortir l'importance d'un choix dans la langue de communication :

*Ça va être vraiment la personne qui est vis-à-vis moi. Malheureusement la ligne d'autorité va être là. Si j'ai mon patron devant moi, je sais que mon patron immédiat ne parle qu'anglais, donc je vais m'adresser qu'en anglais.*

*Moi, je peux dire que je parle en français, bon, je dirais que 50-50, mais ça dépend toujours où l'on est placé. S'il y a un rapport de force, c'est bien entendu que la langue va être celle que le patron parle (soit l'anglais). Si c'est égal, à ce moment-là, c'est un échange français-anglais.*

*Ça dépendrait à qui il faut que je m'adresse en anglais. Si (c'était) à des supérieurs, obligatoirement je serais obligé de leur parler en anglais plus que 15 ou 20 % du temps, là je trouverais ça contraignant. Par contre, si c'étaient des confrères de langue anglaise, je le trouverais moins (contraignant) parce que là, c'est un peu moi qui décide. Ça serait une question de choix, ça serait moi qui déciderait, bon bien lui il va pas assez vite, je vais l'aider un peu.*

En somme, pour un bon nombre de personnes, en majorité des gestionnaires bilingues, la langue des échanges répond principalement aux objectifs de « se faire comprendre ». Parler la langue de l'interlocuteur – le plus souvent l'anglais – est parfois nécessaire en raison de l'impossibilité ou de la difficulté réelle ou appréhendée de communiquer en français. Le choix de la langue des échanges s'effectue, on l'a constaté, sur la base de normes de communication – efficacité, productivité, rapidité – qui ne sont certes pas étrangères aux intérêts des entreprises ainsi qu'aux exigences contemporaines du monde du travail.

À ces intérêts et exigences se greffent aussi des choix linguistiques qui relèvent d'attitudes personnelles – flexibilité, bonhomie, réciprocité – reflétant le respect et l'ouverture à « la langue de l'autre ».

En définitive, la gestion de l'usage des langues telle qu'exercée dans les milieux de travail visés par ces propos semble tout à fait convenir à la plupart des personnes, dans la mesure où elles ont le sentiment d'avoir un choix dans la langue de communication.

### **C. Opter pour l'anglais**

Dans les interactions personnelles ou collectives, quand le choix apparaît possible entre le français et l'anglais, on a vu qu'un petit nombre de personnes optent pour le français en raison de leur inconfort en anglais. Par contre, en pareille situation de choix et lorsque la connaissance de l'anglais ne semble pas en cause, un très grand nombre de personnes optent pour l'anglais. Ce choix est abondamment documenté dans les groupes d'entreprises de grande taille et il est le plus souvent motivé, dans ces cas, par le statut particulier explicitement ou implicitement conféré à l'anglais.

### – La langue du business

Des gestionnaires francophones constatent une évolution favorable au français dans son rapport de force avec l'anglais dans les milieux de travail. À leur avis, la domination passée de l'anglais leur a permis de tirer profit de cette situation en devenant bilingues :

*[...] Il y a une vingtaine d'années, je travaillais pour une grosse corporation, une multinationale américaine; [...] on était 12 autour d'une table, il y avait 10 francophones et 2 anglophones et on faisait le meeting en anglais. On en rit maintenant, mais remarque bien que peut-être à cause de ça, aujourd'hui, je suis bilingue. Les francophones étaient plus bilingues et à ce moment-là, question de ne pas perdre de temps, ils embarquaient tout de go et ils y allaient en anglais et eux autres devenaient bilingues.*

Les propos de ces gestionnaires révèlent néanmoins la survivance du statut de fait de l'anglais dans leurs propres pratiques en tant que gestionnaires. Un vice-président francophone d'une entreprise de petite taille nous dit qu'il se sent « obligé » de tenir une réunion en anglais en présence d'anglophones :

*Sans vouloir être méchant, si tu as 4 francophones et 1 anglophone, ils vont parler en français. Mais si tu as une réunion, tu es obligé de la faire en anglais, tu n'as pas le choix.*

Ce commentaire fait voir l'importance accordée à l'anglais dans un cadre formel d'activités comme peut l'être une réunion. Il en va de même dans une autre entreprise de grande taille où l'anglais tend à dominer dans les réunions de travail. Le gestionnaire attribue toutefois la préséance de l'anglais aux habiletés linguistiques des francophones : « dans les réunions, la direction, les choses comme ça, il va certainement y avoir un petit peu plus d'anglais parce qu'ils (les francophones) ont plus de facilité à parler l'anglais ».

Malgré le sentiment qu'existe au sein de son entreprise bilingue une grande liberté d'expression, un cadre convient toutefois de la prépondérance de l'anglais qu'elle attribue à des propriétés linguistiques de cette langue jugée plus facile et plus rapide. Dans cette entreprise de grande taille, l'anglais semble être de fait la langue des « vraies affaires ». En effet, c'est elle qu'un patron anglophone bilingue adoptera en réunion au moment de parler de mission, de stratégie ou de plans d'action, le reste (évaluation et « n'importe quoi ») pouvant se faire dans les deux langues :

*On va être en réunion, [...] le patron, il est anglophone. Il parle, il comprend le français, mais là, on va parler de stratégie, on va parler de vision et cela ne se passera pas en français, cela va se passer en anglais, c'est sûr. [...] Il comprend le français, mais pas assez pour parler de stratégie et de mission et de plan d'action. [...] Quand on arrive à parler d'évaluation, par exemple, ou à parler de n'importe quoi et bien ça, ça se fait d'une façon bilingue.*

En bref, au sein de ces entreprises à propriété francophone ou anglophone, les gestionnaires semblent conférer à l'anglais un statut de fait en en faisant la langue de choix dans les activités à caractère formel ou stratégique pour une entreprise. Comme le dit un gestionnaire, « on va dire que l'anglais est plus *business* ».

### – Une question d'efficacité

Quelques personnes choisissent l'anglais pour des raisons de facilité ou d'efficacité. L'anglais est ainsi la langue qui tend à dominer dans une entreprise bilingue de grande

taille, nous dit un cadre qui y travaille : « c'est souvent dû à la facilité de la langue, l'anglais est plus rapide<sup>5</sup> ».

Pour sa part, un travailleur est convaincu de la meilleure probabilité de solution d'un problème en anglais avec un anglophone : « Essayer de régler un problème en français si la personne est anglophone de nature... Tu empies le problème. » Ce même travailleur déplore pourtant le sacrifice du français au profit de l'anglais dans les communications de l'entreprise avec l'extérieur, et ce malgré l'existence d'un service de traduction : « les gens des fois sacrifient, puis ils vont au plus facile, ils vont en anglais, puis ils envoient ça à tout le monde en anglais seulement [...] ».

La conviction d'être plus performants en anglais conduit souvent des francophones à utiliser l'anglais, même avec d'autres francophones. C'est ce que relate un administrateur de réseaux qui se dit parfaitement bilingue et donc en mesure de constater parfois le faible poids de cet argument :

*Il y a des francophones qui m'envoient des courriers des fois purement en anglais. Je ne me gêne pas pour leur dire « on est tous francophones, tu peux nous écrire en français ». Je me suis fait répondre quelque chose une fois. La personne me dit : « C'est parce que je suis habitué, j'ai toujours travaillé en anglais », mais son anglais, il est épouvantable. [...] Ça fait dur son affaire.*

Dans un autre cas, un gestionnaire francophone, conscient pourtant qu'il ne fait pas le choix linguistique le plus « pur », expédie des « mémos » unilingues anglais dans ses usines des provinces maritimes. Il se rassure en pensant que tout le monde va comprendre :

*Moi, si j'ai un mémo [note de service] à envoyer, à l'usine du Nouveau-Brunswick et à celle de l'Île du Prince-Édouard, je n'en ferai pas un en français et un en anglais. Je vais en faire un en anglais et je vais l'envoyer aux deux. Si je voulais être pur, je le ferais dans les deux langues, sauf que... (Pour) moi, c'est une question d'efficacité. J'envoie un mémo [note de service] et tout le monde comprend, c'est parfait!*

Il semble qu'à l'usage possible du français, ce gestionnaire choisit plutôt l'option la plus simple administrativement et la plus économique. Un autre gestionnaire, pour s'assurer d'être bien compris des travailleurs, conserve l'habitude de parler anglais dans son entreprise à propriété anglophone, malgré leur insistance à parler français :

*Je suis tellement habituée de travailler (en anglais) que [...] même si je sais que la personne comprend le français, qu'elle a de la misère à le parler pour être sûre qu'elle me comprenne, je vais lui parler en anglais. Même si une personne va me dire : « Parle-moi français, je veux apprendre le français », on dirait que là, je vais être portée à parler anglais.*

À l'instar des commentaires précédents, ce dernier tend à démontrer que le choix de l'anglais renvoie moins souvent à la nécessité de le parler qu'à des choix personnels ou institutionnels fondés principalement sur le statut de l'anglais : il favorise une meilleure communication (plus facile, plus rapide); il est la *lingua franca* qui simplifie les communications avec l'extérieur (plus facile dans une seule langue); il est la *lingua franca* que tous, on le présume, peuvent comprendre.

---

<sup>5</sup> Voir section 3.2.1.2, p. 43 et ss.

### – L'intérêt de le pratiquer

Délaisser le français dans le but de pratiquer l'anglais est le cas d'un bon nombre de personnes. Une travailleuse dit profiter de la présence de collègues anglophones dans son entreprise pour pratiquer : « J'aime mieux ça, ils me corrigent [...] Ça me fait pratiquer. »

D'autres personnes à l'instar d'une travailleuse d'origine étrangère soulignent que cette volonté de pratiquer s'observe non seulement dans les milieux de travail mais aussi dans la vie privée. Son ex-conjoint francophone, nous dit-elle, refusait de lui parler en français pour cette raison.

Un gestionnaire de petite entreprise relève aussi cette attitude parmi ses employés francophones soupçonnant même que les Canadiens français, par delà cette volonté de pratiquer l'anglais, « [...] veulent montrer... je ne sais quoi ». Il laisse ainsi entendre que les francophones veulent faire la preuve de quelque chose. Il en sera plus amplement question ultérieurement.

### – L'habitude de l'anglais

Opter pour l'anglais peut être aussi une question d'habitude et non d'obligation constatent plus de travailleurs d'entreprises de grande taille. Ainsi en témoigne un travailleur de production reconnaissant qu'il ne s'en trouve pas contrarié du fait qu'il se sent libre d'« aider » ou pas un anglophone en difficulté d'expression en français. S'il y a contrariété, elle se situe plutôt dans l'impression d'un bilinguisme inégal chez les francophones et les anglophones :

*[...] Je suis pas obligé. À ce moment-là, si je le fais c'est comme on disait tantôt, par habitude. Oui, (je parlerais anglais) parce que ça serait une question de choix, ça serait moi qui déciderais. [...] Lui il va pas assez vite, je vais l'aider un peu, sinon on va être là toute la journée. Quand on est quatre, cinq, puis il y en a un qui suit pas, bien qu'est-ce que tu veux, on dirait que les seuls bilingues c'est les Canadiens français.*

Dans le même ordre d'idée, une travailleuse rapporte aussi une tendance prononcée des francophones à parler anglais d'emblée avec des anglophones, même à l'intérieur d'un groupe de travail majoritairement francophone. Elle fait de plus remarquer, sous forme interrogative, les efforts inégaux des deux groupes linguistiques pour parler l'autre langue :

*C'est vrai que nous, les francophones, on est plus portés à parler anglais. Par exemple, je pense à notre photographe, un des photographes, qui est un anglophone... et c'est le seul anglophone dans toute la compagnie, et tout le monde va lui parler anglais. [...] C'est une chose que j'ai remarquée et je ne sais pas si je me trompe, mais on fait plus d'efforts pour parler aux anglophones en anglais qu'eux vont faire l'effort de nous parler en français.*

Deux autres travailleurs expriment nettement leur désaccord face à l'habitude des francophones de recourir spontanément à l'anglais en présence d'un seul anglophone : « Ben voyons, il n'apprendra jamais », dit l'un, et l'autre : « À l'interne, quand on s'assoit autour de la table, pourquoi est-ce qu'on parlerait en anglais parce qu'une personne qui est ici est un anglophone? J'ai un peu de difficulté avec ça. »

### – Une forme de bienveillance

Parler anglais, la langue de l'autre, est interprété par quelques travailleurs d'entreprises de grande taille comme un trait spontané et naturel de bienveillance ou de convivialité chez les « Québécois ». Pour traduire son point de vue, l'un d'entre eux dira avec un brin d'ironie :

*On a une tendance nous autres les Québécois à parler en anglais comme par convivialité. Sans même y penser, c'est vrai. [...] Parce qu'on est gentils, parce qu'on a une ouverture d'esprit, parce qu'on est capables, puis parce qu'on sait parler un petit peu anglais. Ça reste ça au milieu du travail aussi, ça reste la même chose.*

C'est « pour leur faire plaisir » que des travailleurs francophones d'une autre entreprise s'adressent en anglais à leurs collègues anglophones qui parlent français pourtant :

*On a trois (anglophones) chez nous, [...] on sait qu'ils parlent français, (donc) pour leur faire plaisir, on leur parle en anglais, on sait qu'ils sont plus à l'aise dans cette langue-là.*

Dans un autre groupe, un travailleur décrira d'abord une attitude destinée à « accommoder » pour déplorer finalement ce trait de caractère : « on est trop mous » :

*Je sais pas si c'est une question d'être mal à l'aise quand un anglais parle français, mais des fois je pense que ça fait mal aux oreilles, puis là tout de suite, sans y penser [...] on accommode, puis je pense que c'est dans notre nature. [...] On est trop mous.*

La réciprocité d'échange dans la langue de l'autre ne se rencontre malheureusement pas chez les anglophones, constatent deux d'entre eux : « Ça m'agace, dit l'un d'eux, dans le sens qu'il y en a qui savent parler en français, mais ils nous parleront pas en français. Ils vont rester de leur côté... ».

En fait, le ton des commentaires ne dénote pas de fierté particulière des attitudes de convivialité et d'ouverture évoquées, en raison sans doute de l'attente frustrée de réciprocité de la part des anglophones.

### – Dès que « l'accent (est) un peu fort »

Le fait de passer à l'anglais avec des anglophones « parce que ça fait mal aux oreilles » est noté aussi dans les échanges avec des travailleurs d'autres origines. L'accent « un peu fort » semble déclencher chez les francophones l'automatisme de parler en anglais. Une travailleuse d'origine étrangère constate qu'ils insistent même si elle continue en français :

*Je parle beaucoup au téléphone et il y a beaucoup de monde qui me parle en français. Ils commencent à me parler en français et quand ils trouvent que mon accent n'est pas comme québécois, ils commencent à me parler en anglais, même si je continue en français.*

Ce faisant, peut-être pensent-ils gagner du temps, croit-elle. L'accent « pas comme québécois » semble la norme pour stimuler le réflexe d'adopter l'anglais : « Dès qu'on entend un accent, on saute en anglais », nous dit un travailleur. Une travailleuse d'origine italienne n'apprécie nullement cette attitude : « Parce que ça arrive souvent avec moi, quand ils voient mon accent : *You speak English?* Non, essaie de me parler français. J'ai un accent, je suis Italienne. *That's it* ».

Enfin, dans un autre cas, la présence même minoritaire d'Italiens dans un groupe incitera les francophones à passer automatiquement à l'anglais.

### – Prouver quelque chose

Le choix de l'anglais est souvent perçu comme une occasion de « faire la preuve de quelque chose ». Aux yeux d'un gestionnaire de petite entreprise, le fait de pouvoir parler l'autre langue contribue à démontrer la présence d'un handicap chez les anglophones unilingues : « Si tu as une réunion, tu es obligé de la faire en anglais, tu n'as pas le choix. Mais dans le fond, qui souffre le plus? C'est l'anglophone. »

Ce peut être, pour d'autres, un atout et une preuve d'ouverture qui permet même de se sentir « plus intelligent » que les allophones ou « un petit peu supérieur » aux Anglais :

*Les allophones voulaient rien savoir de parler français. On vient s'installer au Québec. On apprend l'anglais et on va être capable de passer notre vie ici sans parler un mot de français. Moi, je me trouvais beaucoup plus intelligent qu'eux autres. Moi, je vais savoir deux langues. Toi, tu es borné et tu ne vas rien qu'en savoir une.*

*Le gars qui est anglais, lui, il parle seulement l'anglais, donc je me sens peut-être un petit peu supérieur à cette personne-là [...].*

Il se trouve cependant plus de personnes, autant des travailleurs que des gestionnaires, pour juger négativement l'insistance des francophones pour parler anglais même quand la situation ne l'exige pas.

Une gestionnaire d'entreprise de grande taille attribue à de l'immaturation l'attitude des francophones de maintenir l'usage de l'anglais malgré l'invitation à s'exprimer en français lors d'une réunion :

*Je trouvais ça un petit peu immature et aussi un petit peu, comment je pourrais dire, j'aime pas voir ça. Je pensais que l'on était rendu plus loin que ça dans ça et quand je vois des jeunes femmes et des jeunes hommes de cet âge-là : « Frederic, from Laval », je veux dire que ça me dérange.*

Cette même gestionnaire ne sait trop comment interpréter l'attitude d'une autre francophone qui persistait à parler anglais lors d'une réunion regroupant une majorité d'anglophones, malgré la consigne de « faire le *meeting* bilingue » :

*Je ne voulais pas non plus la mettre sur la sellette en lui disant : « Parle-moi en français », parce qu'elle aurait dit : « Je fais des efforts, et tout ça. » Mais cela va plus loin que ça là-dedans, je trouve. C'est ça que je trouve regrettable, c'est une question de personnes [...]. Et c'est là qu'on voit qu'il y a, je ne sais pas si c'est un malaise [...].*

Commentant cette situation, des personnes du même groupe y voyaient l'effet d'un « complexe » ou le besoin « d'évacuer quelque chose ». Une troisième personne a apporté un éclairage quelque peu différent sur la situation l'interprétant plutôt comme l'effet d'une « norme » pressentie : « Ces personnes-là, ils veulent juste suivre la norme. S'ils voient que tout le monde parle en anglais, peut-être qu'ils vont se sentir [...] ».

Ce cas particulier tend sans doute à illustrer la difficulté plus grande d'option du français dans un contexte de travail où l'anglais prédomine, malgré le bilinguisme « officiel » d'une entreprise. C'est en quelque sorte ce qu'un travailleur d'un autre groupe souligne en constatant que l'anglais l'emporte « quand les gens ont le choix »; pire encore quand l'anglais est d'usage entre francophones :

*J'ai de la difficulté avec le fait que lorsque les gens ont le choix, généralement ils vont vers l'anglais, les Québécois eux autres aussi. Ça, ça me déçoit le plus, j'ai pas mal plus de*

*difficultés. [...] Ça m'insulte qu'un Québécois il se force même pas pour te parler ou t'écrire en français. [...] Ça fait tétéux.*

D'autres personnes évoquent le statut « *in* » de l'anglais comme facteur incitatif à l'adopter au détriment du français :

*[...] Il y a une habitude qui se crée à l'intérieur, une dynamique dans le milieu de travail qui fait qu'on dirait que c'est devenu le in-thing à quelque part pour certains francophones qui vont, aussitôt qu'il y a quelques anglophones autour d'eux, ils vont comme changer de langue, parler en anglais.*

Cette « mode » conduit souvent des francophones à se parler entre eux en anglais, ce qui en gêne plusieurs : « Il est tellement habitué à parler [en anglais] qu'il ne voit pas l'erreur qu'il fait », ou encore :

*[...] C'est comme penser qu'on est moindre, c'est tellement beau le français, c'est quoi l'histoire de switcher en anglais, deux francophones qui se mettent à se parler en anglais, qu'est-ce qu'ils veulent prouver?*

De l'ensemble des motifs d'option de l'anglais précédemment examinés ressort un dénominateur commun : quand le choix est possible entre le français et l'anglais, ce dernier gagne très souvent la faveur de nombre de francophones dans leurs contacts interpersonnels au travail. Cette option de l'anglais, on l'a souligné à maintes reprises, est largement attribuable au statut privilégié qui lui est conféré, explicitement ou implicitement.

La reconnaissance plus explicite du statut particulier s'exprime ainsi : l'anglais est la *lingua franca* de la *business* et des « vraies affaires »; c'est la langue la plus efficace pour communiquer. Par contre, le statut de l'anglais est plus implicitement admis à travers d'autres motifs d'usage : c'est la langue « *in* » des relations de travail en milieu bilingue; c'est une langue qu'il est avantageux de pratiquer parce qu'elle est rentable; c'est une langue qu'on dit parler par habitude ou par bienveillance, toutes attitudes inspirées sans doute en grande partie par l'attribution consciente ou inconsciente d'une plus-value intrinsèque à l'anglais.

Bien peu de personnes, en fait, estiment réellement justifiée l'adoption – par eux-mêmes ou par d'autres francophones – d'un tel comportement linguistique. Sans minimiser l'importance de l'anglais, certains ressentent nettement de l'inconfort devant la disponibilité inégale des francophones et des anglophones pour apprendre et parler l'autre langue; d'autres témoignent d'un malaise évident chez les francophones face à leur identité linguistique qu'ils semblent difficilement assumer, d'une part, et qui les rend d'autre part très exigeants dans leurs attentes d'un parler français dénué d'accents et rythmé à leur goût.

### **3.3.1.3 Des non-francophones et la langue française**

Parmi l'ensemble des opinions émises sur le thème des rapports des non-francophones à la langue française, la très grande majorité concernent les « anglophones », en comparaison des « allophones ». Toutefois, il est possible de présumer, comme le dit un travailleur francophone, qu'« il y a plusieurs anglophones qui finalement sont allophones ». Les entrevues constituant le seul matériel à notre disposition ne permettent pas de vérifier la pertinence du commentaire autrement que par la

distinction d'appellation dans les propos eux-mêmes. Nous allons d'abord faire état des commentaires sur les « allophones ».

De façon très marginale, doit-on dire, un tout petit nombre de travailleurs francophones n'apprécient pas que des groupes d'allophones communiquent dans leur langue d'origine, interprétant cela comme un manque d'égard envers eux-mêmes et envers ce qui devrait être un « milieu français » de travail. Il s'en trouve même pour alléguer qu'ils devraient adopter le français entre eux :

*S'il y a plus d'Espagnols que de Français, ils ne parleront pas français, ils vont parler l'espagnol entre eux autres, puis ils vont se foutre de toi, à moins qu'ils aient besoin d'une information. (Donc), tu ne te sens vraiment plus dans un milieu français, (puisque) tu entends juste l'espagnol.*

*[...] Admettons, que tu es sur l'heure du midi, tu es dans une cafétéria, puis le groupe va parler haïtien, le groupe va parler chinois, [...] mais ça, c'est comme une forme d'impolitesse vis-à-vis le français si l'entreprise veut que ça soit français, ça devrait être français même dans votre parler entre vous autres.*

En situation de multilinguisme, la plupart s'attendent à ce que les échanges se déroulent en français. D'autres travailleurs ne se disent pas gênés que les groupes ethniques communiquent dans leur langue pourvu qu'ils adoptent le français en présence de francophones : « S'ils sont seuls et qu'il n'y a personne, je me dis que ça ne dérange pas qu'ils parlent péruvien, mais s'il y a un Français avec eux autres... ».

En ce qui a trait maintenant aux rapports des *anglophones* à la langue française, il faut dire qu'il y a bien davantage de doléances que d'aspects positifs relevés sur ce thème. Ces derniers proviennent essentiellement des travailleurs et gestionnaires de petites entreprises.

Deux gestionnaires de petites entreprises notent un changement positif dans les attitudes de leurs clients anglophones à l'égard du français; ils font l'effort et se donnent la peine de le parler :

*Plus ça va et plus ils font l'effort de parler français, ce qu'ils ne faisaient pas avant.*

*On a autant de clients anglophones que francophones. Donc quand le besoin s'applique, on va transiger [...] en anglais, si on voit qu'il faut faire affaire, si le client est anglophone. Mais ce qu'on a remarqué aussi, c'est qu'il y a beaucoup d'anglophones maintenant qui veulent se donner la peine de parler français, surtout ceux qui l'ont appris. Ils aiment le pratiquer.*

Cette évolution d'attitudes s'observe tout spécialement chez les jeunes anglophones, note un travailleur. Il laisse entendre de plus que parler l'autre langue – le français – n'enlève rien à un jeune anglophone et ne trahit nullement son identité linguistique car « c'est un anglophone et il reste anglophone ». Tout au contraire, ce jeune se mérite réciproquement du respect en tant qu'anglophone :

*Il y a quand même une lueur d'espoir dans un domaine. Cela fait 25 ans que je fais ce que je fais et j'ai travaillé des fois avec le grand-père, le père et le fils : trois générations. Et j'ai des anglophones avec moi et il y en a un (un jeune) qui [...] parle le français et il ne veut jamais se faire parler en anglais. C'est un anglophone et il reste anglophone. [...] Cet anglophone-là, je le respecte.*

Un travailleur se réjouit qu'à la résistance passée des anglophones de l'Île de Montréal dans le style « [...] moi je suis un Anglais, tu me parles en anglais, tu me sers en anglais, puis quand tu ne me parleras plus en anglais, je vais aller faire affaire ailleurs » ait succédé une attitude d'ouverture au français dans la langue d'échanges :

*Aujourd'hui, en tout cas [...] depuis que je suis dans l'Est, j'ai des clients anglophones qui font un effort de parler en français. Ça, je trouve ça merveilleux. J'ai juste du respect pour ces gens-là qui arrivent chez nous. On voit qu'ils font un effort, [...] ils nous parlent en français parce qu'ils savent que chez nous c'est en français, que c'est la langue du travail justement.*

Le respect est donc de mise dans cette situation où les clients anglophones font l'effort de parler la langue de travail d'une entreprise francophone. Force est de constater malheureusement qu'il existe un bien plus grand nombre de commentaires faisant contrepoids à l'appréciation du respect du français comme langue d'échanges. Pour bon nombre de francophones, comme on l'a vu auparavant, connaître l'autre langue – l'anglais – est décrit comme un gain, un « plus ». Ainsi en est-il ou devrait-il en être du français pour les anglophones, selon deux travailleurs :

*Au moins elle (une unilingue anglophone) fait l'effort d'apprendre son français pour communiquer avec les autres gens au bureau et en tous les cas, elle y gagne pas mal, versus l'autre (employée) qui ne faisait pas l'effort.*

*C'est eux qui sont perdants parce qu'ils parlent juste l'anglais.*

Refuser de parler français est perçu, par un gestionnaire francophone, comme une attitude de fermeture à cette langue alors qu'elle est pour lui source de « fierté » : « J'avais quelqu'un qui travaillait pour moi et son mari ne voulait pas aller à Québec parce qu'il ne voulait rien savoir de parler français, mais ça, excuse-moi, tu es borné. Moi, c'est une fierté (*de parler français*). »

Une gestionnaire de grande entreprise perçoit comme de l'irrespect l'attitude de la haute direction ontarienne de son entreprise qui ne daigne même pas saluer en français des employés francophones et qui, plus encore, ose refuser la traduction en français dans une réunion où sont regroupés une majorité de francophones :

*La semaine passée, un vice-président marketing est venu et pendant 4 heures, il a fait une réunion. (Il y avait) six personnes qui ne disaient pas un mot français. Alors au début de la réunion, on a demandé si c'était possible que le directeur général de notre division à Montréal puisse traduire, pas mot à mot, mais [...] les grandes lignes. Le directeur n'a jamais voulu. [...] Je trouvais que c'était un manque de respect envers les gens qui travaillent chez nous.*

C'est un « affront », dira un autre gestionnaire du même groupe qui aurait apprécié ne serait-ce qu'une salutation en français, en pareille situation : « Ça, je vois ça comme un affront. [...] Même pas se forcer pour dire quelque chose. [...] Un « Bonjour, comment ça va? Excusez mon français. » Tu te dis qu'« au moins il essaie ».

Deux autres gestionnaires de grandes entreprises sont visiblement outrés des attitudes d'anglophones catégoriquement réfractaires au français. Dans un cas, un client ontarien rejette le français d'un *produit* (un catalogue) d'une entreprise francophone pourtant accessible en anglais puisqu'il est réalisé dans les deux langues :

*On envoie beaucoup à l'extérieur, Ontario, ces coins-là, ce qui fait que c'est beaucoup anglais/français. On a même déjà eu des problèmes car on a envoyé anglais/français et le client*

*nous a dit qu'il voulait juste avoir anglais. On a répondu que c'était comme ça qu'ils viennent. [...] Et ils nous ont dit qu'ils ne voulaient pas avoir de français sur ce livre-là ou ce cahier-là.*

Pour plusieurs, l'irrespect des anglophones s'étend aussi à l'incapacité de parler français au Québec. Plusieurs s'étonnent, en effet, que des personnes – clients en particulier – ne parlent pas français au Québec : « Mais même au Québec, nous dit un gestionnaire, on a des clients qui ne parlent pas français, la compagnie a des gens francophones, mais notre comptable est anglophone. Si on lui parle français, il ne comprend pas ». Un travailleur administratif relève, d'autre part, l'unilatéralité de l'effort de service dans la langue du client : « les fournisseurs anglophones [...] nous parlent même pas en français. Ils nous parlent en anglais [...]. Nous, on se force quand on est client. »

Une travailleuse rappelle la rage qu'elle éprouve lorsqu'elle est entraînée à parler anglais par téléphone avec une personne de l'Île de Montréal. Elle ne peut admettre que le français ne soit pas la langue commune des gens qui partagent un même territoire au Québec, soit l'Île de Montréal. Les anglophones se comportent, à son avis, comme des étrangers au Québec :

*C'est à ce niveau-là que ça m'enrage profondément. Parce que si la personne, elle se trouve sur la même île que moi, fais-moi pas (croire) que tu n'es pas capable de faire un service à la clientèle, que tu sois représentant, que tu sois n'importe qui dans n'importe quelle usine... voyons donc! [...] Ce qui fait empirer la situation de la langue française, c'est justement des gens comme ça, qui m'appellent dans le code régional 514 et qui agissent exactement comme s'ils appelaient des États-Unis.*

Cette attitude est le signe pour elle que les anglophones n'ont jamais accepté l'idée que le français soit la « la langue commune » au Québec :

*Le problème profond, c'est que les gens qui parlent anglais, [...] c'est qu'ils agissent d'une façon que le français, ça n'a aucune importance pour eux autres. [...] Ce n'est tellement pas une histoire de langue, cela va tellement plus loin que ça, c'est une mentalité, c'est une manière de vivre [...]. Le problème (du français au Québec) c'est pas un logiciel, c'est ça le problème [...] que la population n'en fait pas une base, le français. [...] Moi, d'avoir quelqu'un que ça fait 15 ou 16 ans qu'il habite au Québec et qu'il ne sait pas dire un mot français...*

L'inaptitude à parler français après plusieurs années de résidence au Québec est aussi interprétée par plusieurs autres comme une fermeture ou une résistance au français comme langue commune. Une travailleuse d'origine étrangère conteste ainsi le fait d'être obligée de se forcer pour parler anglais avec une contremaîtresse anglophone qui « ne se force pas pour parler en français » malgré vingt ans de résidence au Québec. « C'est quelqu'un de vraiment mais vraiment borné », répliquera une autre travailleuse du groupe.

C'est très « frustrant » nous dit un travailleur qu'un acheteur présent dans l'organisation depuis 25 ans ne dise « pas un mot de français ». Un cadre d'origine étrangère abonde dans le même sens et, plus encore, en laissant sous-entendre que le « respect » commande la connaissance du français au Québec : « Moi, si j'allais vivre en Grèce, j'apprendrais le grec. Si j'allais vivre en Italie, j'apprendrais l'italien. Ce serait essentiel, c'est une question de respect. »

Dans un groupe de travailleurs, certains osent même parler d'attitudes de « révolte » des anglophones face au français trouvant son origine dans les « problèmes politiques » :

*[...] On dirait que les Anglais, à cause des problèmes politiques... on dirait qu'ils se révoltent à ne pas vouloir parler français. [...] Juste à cause des problèmes politiques, la guerre entre les deux, ça incite les Anglais à ne pas vouloir parler français. Je suis sûr, sûr, sûr.*

Outre les attitudes de fermeture, d'irrespect et même de rejet du français s'ajoute ce que d'autres qualifient d'intolérance inopportune d'anglophones envers l'absence de maîtrise de l'anglais. Une gestionnaire n'admet pas qu'au Québec un unilingue anglophone puisse se montrer intolérant à cet égard dans un échange en anglais :

*Notre tolérance est plus grande envers les anglophones qui ne parlent pas français que l'inverse. [...] Je me débrouille en anglais, mais je ne suis pas parfaitement bilingue, les termes techniques parfois, je ne les connais pas. C'est déjà arrivé que j'ai eu à discuter avec un anglophone et lui, il ne disait pas un mot de français, mais parce que moi, je ne connaissais pas tous les mots en anglais. Je sentais qu'il y avait de la frustration. [...] Mais pourtant, on est au Québec. Cela aurait dû être moi qui sois intolérante envers le fait que lui ne sache pas un mot en français.*

L'attitude d'intolérance est aussi rapportée par une autre gestionnaire du même groupe qui s'indigne devant le fait qu'un client anglophone du West Island refuse de traiter avec un employé francophone de son entreprise qui s'exprime en anglais mais avec un accent français : « L'Anglais qui te parle, il ne t'en laisse pas passer, du tout. [...] Mais l'Anglais aujourd'hui, la clientèle du West Island, si elle voit qu'un employé répond avec un accent, elle ne veut pas se traiter par lui, parce qu'il a un accent. »

Pour résumer, on peut constater l'existence d'une attente commune des travailleurs et des gestionnaires face à l'ensemble des non-francophones : il existe au moins une possibilité de parler en français avec eux. Cette possibilité n'existe pas avec les anglophones dans plusieurs situations évoquées puisqu'ils ignorent le français ou refusent de le parler s'ils le connaissent. De là la principale source de frustrations exprimées. Et il y a aussi ces autres situations : l'irrespect du français – pourtant langue officielle du travail – dans les échanges interpersonnels ou dans ceux qui regroupent une majorité de francophones; le rejet de la partie française d'un produit réalisé par une entreprise francophone; l'intolérance envers ce qui semble bien plus être le francophone lui-même que son « accent français » quand il parle anglais; la résistance au français comme langue de travail et langue commune du Québec.

En terminant avec les aspects positifs du rapport des anglophones à la langue française, on peut noter les mentions d'une évolution favorable des attitudes des clients qui font de plus en plus d'efforts pour parler français et pour respecter la langue de travail d'une entreprise francophone. Du respect est exprimé à leur égard et aussi à l'égard des jeunes anglophones mieux disposés envers le français que leurs aînés.

### 3.3.2 L'identité linguistique au travail

Les préférences et les attitudes des participants relativement aux langues française et anglaise ainsi que les attitudes à l'égard du français qu'ils attribuent aux non-francophones représentent l'une des dimensions de l'analyse des rapports à la langue de travail. Cette dimension, de nature essentiellement élective pour ne pas dire affective (la question du choix

et des sentiments suscités par les langues et leurs usages), en appelle une seconde, à caractère identitaire.

Du point de vue de cette seconde dimension, la langue n'apparaît pas nécessairement comme un objet d'identification. Bien qu'elle puisse aussi être cela, elle représente avant tout un moyen de se positionner par rapport aux utilisateurs d'une autre langue, en l'occurrence l'anglais. Ce positionnement identitaire prend deux formes : l'une, laissant transparaître une volonté d'affirmer la présence et la qualité du français au travail (manifester la langue, la faire respecter); l'autre, discrète et de nature privée, n'accordant au français qu'une place pour soi-même (garder la langue pour soi).

### 3.3.2.1 Manifester la langue, la faire respecter

La grande majorité des personnes rencontrées ont en commun de croire en la nécessité pour la langue française de prendre sa place en milieu de travail. Deux tendances se distinguent cependant, chacune regroupant en majorité des participants de la catégorie des entreprises de grande taille. La première se caractérise par la volonté de défendre le fait français contre une présence jugée trop forte de l'anglais; la seconde, par la volonté de concilier cette présence avec celle du français.

Les deux tendances sont considérées sous trois aspects : la valorisation de l'identité francophone; l'importance d'utiliser la langue en diverses circonstances; et l'intérêt qu'il y a à en faire partager la richesse. Chacun de ces aspects revêt une connotation différente selon qu'il se réfère à la première tendance (préserver l'identité; s'afficher en français; veiller au bon usage de la langue) ou à la seconde (assumer l'identité; s'exprimer en français; transmettre la langue).

## A. Défendre le fort francophone

### a) Préserver l'identité

Le sens de l'identité francophone et l'identification à la langue n'est sans doute nulle part aussi poussé que chez les défenseurs du fait français. Garder, maintenir, préserver sont ici les maîtres-mots et, dans le cas d'au moins une personne, cette volonté de défendre le fort francophone est étroitement associée à la conscience d'une identité québécoise : « je suis fière d'être Québécoise et de parler français. Alors, je veux qu'on le maintienne, qu'on ne bascule pas vers une langue anglaise universelle ».

Cette affirmation de l'identité conçue comme un rempart empêchant de tomber aux mains de la toute puissance de l'anglais ne signifie évidemment pas l'exclusion de celle-ci du répertoire linguistique de chacun, mais plutôt, comme le laisse entendre une autre participante, la consolidation d'un lien privilégié à la langue française que devrait normalement favoriser le fait de vivre dans une société comme le Québec :

*Ce que tu fais dans la vie de tous les jours, que tu parles 68 langues, on s'en fout. Ce qui est important, c'est que si tu es ici au Québec, si tu as accepté de venir ici ou si tu as eu la chance d'être né Québécois, [alors il faut] garder enraciné en toi le côté francophone. [...] À la base même, il y a ce noyau-là québécois ou francophone québécois et après ça, que tu parles anglais avec qui tu voudras, cela n'a pas vraiment d'importance. [...] Il faut l'avoir en dedans, absolument (10-49 employés).*

L'intériorisation du fait français en tant que caractéristique de l'identité québécoise aurait pour corollaire le sentiment d'être chez soi dans un Québec essentiellement

francophone légitimant ainsi la possibilité de fonctionner à loisir dans cette langue. Ce qui aurait des implications sur l'attitude à adopter au travail, par exemple dans un environnement où l'anglais prédomine. C'est ce dont témoignent les propos d'une autre participante, au service d'une entreprise de grande taille :

*J'ai toujours tenu à ce que tout soit [aussi] en français, même qu'à un moment donné, on était 10 francophones pour 40 anglophones alors c'était facile de recevoir des choses uniquement en anglais et à chaque fois, j'ai dit : Non, je suis chez moi et j'ai le droit d'avoir ça en français.*

Cette personne qui dit « [s]e sent[ir] parfois *gardienne* de la langue française au bureau » affirme également qu'« il lui faut travailler pour travailler en français ».

Dans certains cas, il faut donc travailler pour « garder la langue », défendre le fort littéralement. Or, comme le signale encore une autre personne, c'est dans la mesure où « on ne pratique pas notre langue qu'on risque de la perdre ».

### **b) S'afficher en français**

« Pratiquer notre langue » cela signifie en l'occurrence ne pas rater une occasion d'utiliser le français, c'est dans les situations les moins propices à cette utilisation, « faire l'effort [de le faire] pour que cela reste, pour que la langue demeure ». Dans une perspective de préservation de l'identité francophone et de la langue française, « pratiquer notre langue » c'est littéralement s'afficher en français. « D'instinct, dira d'ailleurs une personne comme en écho de plusieurs autres, quand je parle en premier, je *m'affiche en français*, je parle en français. »

S'afficher en français, c'est soi-même utiliser cette langue pour montrer qu'elle a sa place et que cette place doit être respectée. Ce cas se présente notamment dans des situations de communication verticale lorsque les subordonnés sont francophones :

*Mon patron est anglais. Il m'a dit l'autre jour : « je veux te parler en anglais parce que je veux que tu l'apprennes. » Je lui ai répondu non : « parle-moi en français, sinon je ne te réponds pas, je sais que tu es capable de parler français et j'ai quand même cette petite base-là [cette identité-là] que je veux garder » (10-49 employés).*

*[Il y a des contremaîtres qui ne] font pas d'effort. Ils s'efforcent pas du tout eux autres, [et pourtant] c'est chez moi. [Il y a] deux semaines, je faisais la commande, [et il y en a une qui] m'a dit de parler anglais. J'ai dit : « Moi, je parle français, tu me donnes la feuille de commande, je vais choisir, mais je parle français. » (50-99 employés)*

Mais il peut arriver que cette volonté de faire respecter le français se manifeste également chez des cadres francophones, dont l'une des responsabilités est de communiquer l'information au personnel de l'entreprise. Ce qui, en fait, les met en position d'imposer la langue plus que de simplement la faire respecter :

*Tout est bilingue, sauf que moi, quand j'écris des « mémos » que je signe, je les fais seulement en français. [Les unilingues anglophones] s'arrangent pour se les faire traduire par leurs compagnons.*

Dans les situations de communication horizontale, deux attitudes peuvent être observées. L'une, à l'image de l'exemple précédent, consiste à ne pas laisser d'autre choix à des collègues non francophones que de parler français :

*Notre compagnie, elle fait affaire parfois avec des agences [de main-d'œuvre] parce qu'on a besoin d'aide. Les travailleurs qui rentrent, ils parlent pas beaucoup français, ils parlent en anglais, mais moi je changerai pas ma langue pour eux autres. [...] On va leur parler en français.*

Une autre attitude se veut un peu plus conciliante, en ce qu'elle laisse la porte ouverte à la possibilité d'un échange dans une autre langue que le français si cette dernière n'est pas maîtrisée :

*Si une personne venant de n'importe quel pays vient me voir, [...] et qu'elle me parle en anglais et que je sais qu'elle parle français, je vais lui parler en français.*

Par ailleurs, certains, travaillant au niveau de l'interface interne-externe, tendent à vouloir imposer le français dans les rapports avec les fournisseurs :

*Au niveau des fournisseurs, quand je prends le téléphone et que j'ai mes soumissions à sortir, si j'appelle chez Westinghouse, etc., c'est bien de valeur mais parlez-moi en français. Peut-être que je travaille pour [une compagnie dont le siège social est à l'étranger], mais moi je suis [au Québec]. Quand j'appelle un fournisseur au Québec, c'est parle-moi en français.*

Et de renchérir une autre participante du même groupe : « Quand je suis client, j'insiste pour qu'on parle en français, même si la personne casse le français. » Par contre, dira cette même personne, « quand c'est moi le fournisseur, là c'est à moi de parler en anglais. »

En somme, s'afficher en français avec des agents extérieurs à l'entreprise ne se conçoit qu'avec des fournisseurs et à la lumière du principe de la réciprocité, lequel est présenté de la manière suivante par un participant d'un autre groupe :

*J'ai toujours eu un principe, c'est-à-dire que si je me fais servir, je vais exiger ma langue et si je sers quelqu'un, je n'ai aucun problème à utiliser la langue de la personne. [...]. [Par exemple], si je rentre dans un magasin et qu'on n'est pas capable de me servir en français, il y a 99 % des chances que je ressorte. Mais si quelqu'un vient à moi, je vais respecter sa langue (10-49 employés).*

En règle générale, la volonté de s'afficher en français demeure circonscrite à l'intérieur de l'entreprise et des frontières du Québec. Comme le souligne une personne :

*En ce qui me concerne, dans mon environnement immédiat, je fais l'effort de travailler en français, mais quand on parle avec des gens aux États-Unis, on ne peut pas insister pour qu'ils communiquent avec nous en français.*

Un cas cependant fait exception. Il s'agit d'une participante qui affirme utiliser uniquement le français dans ses rapports avec une clientèle et aussi avec la maison-mère situées à l'extérieur du Québec :

*Je fais à ma tête parce que pas mal de mes mémos [notes de service], je les envoie tous en français à Chicago. [...] Je ne travaille qu'en français et c'est ça qui est ma force avec mes clients et ça va continuer comme ça. [...] Tout partout.*

Une autre façon de s'afficher en français consiste à intervenir activement auprès des collègues ou de l'administration pour que le français soit utilisé. Une personne dit se battre à cette fin, deux autres préféreront dire qu'elles insistent :

Je me bats *continuellement*, [par exemple], il y a un jeune qui a été engagé, il a 25 ans et je l'entends dire : « Marc speaking », je dois retourner lui dire : « Marc, fais attention, ça se passe en français, le client tout de suite il va te le dire s'il a besoin de l'anglais puis tu vas pouvoir lui parler. »

Faut qu'on insiste pour que ça parle français parce que...; il y en a qui parlent pas du tout français, qui le comprennent mais... Si on n'insiste pas, il y a pas du tout de [français].

Moi, systématiquement, je m'adresse en français à tout le monde. Il y en a deux qui ne me comprennent pas et je leur dis : « T'en fais pas, tu vas t'habituer et tu vas apprendre. » [...] J'insiste pour que tout soit publié en français, j'insiste.

L'intervention auprès des autres ne concerne pas que la préservation de la place du français au sein de l'entreprise. La qualité de la langue en constitue également l'objet.

### c ) Veiller au bon usage

Veiller au bon usage de la langue semble participer de cette même volonté de préservation et d'« affichage » de l'identité francophone et du fait français en milieu de travail, notamment chez les personnes travaillant dans des entreprises de petite taille. L'une d'elles<sup>6</sup> en illustre bien l'enjeu :

*On veut une image française et on est fier d'être Canadiens français, Québécois, [...] on fait un effort vraiment pour avoir une qualité de français autant à l'interne, écrit ou oral, qu'à l'externe, à l'intérieur du Québec.*

Cette image du bon français déborde même les frontières du Québec, selon une autre participante qui trouve importante cette dimension particulière de la défense de la langue :

*En Europe, on a la réputation d'être plus francophones que les Français de France parce qu'on utilise moins d'anglicismes. On en utilise d'autres, mais c'est quand même... moi, je trouve que c'est quelque chose qui est important pour préserver notre langue ici.*

Trois autres participants, dont un au service d'une entreprise de grande taille, se présentent en quelque sorte, de par les fonctions qu'ils occupent dans leur milieu respectif, comme des gardiens du bon usage :

*On est engagé pour préserver la langue française finalement et pour que le message passe correctement. Cela fait partie de notre travail (50-99 employés).*

*Il y a eu une évolution énorme et j'y ai contribué. J'ai changé des mots comme « shipping » pour « expédition » et si vous avez un peu d'autorité dans la compagnie, ça passe. [...] Définitivement, je contribue à ça (10-49 employés).*

*Tout ce qui sort de chez nous doit être passé au correcteur. Je suis très portée sur le français. Si je vois des communiqués où il y a des fautes de français, je vais leur faire reprendre pour les habituer, [...] je vais voir à ce que ce soit bien écrit (10-49 employés).*

---

<sup>6</sup> Déjà citée en 3.3.1.1, p. 61.

Les interventions peuvent aussi être ponctuelles et s'adresser à des individus faisant des fautes verbalement :

*Quand ils me disent : « Je vous transfère ». Je leur dis : j'espère que cela ne me fera pas trop mal. J'ai l'impression qu'ils vont me passer dans le fil. Je leur dis au bureau : c'est pas ça qu'on dit. « Je vous mets en communication », peu importe, j'essaie de leur donner des outils, des petits in, des petits trucs.*

En somme, pour certaines personnes, la langue française doit être défendue jusque dans les moindres retranchements de sa structure sémantique et grammaticale.

## **B. Concilier la place du français**

La seconde catégorie d'individus pour qui le français doit avoir sa place au travail se caractérise par le fait de vouloir la concilier avec celle de l'anglais. Dans cette perspective, l'identité francophone et la langue française sont moins des biens à préserver que des caractéristiques à faire valoir.

### **a ) Assumer l'identité**

L'identité francophone n'est pas considérée comme un bien à consolider face aux débordements de l'anglais. Elle s'assume pour ainsi dire indépendamment de l'anglais tout en s'adaptant à l'omniprésente réalité de cette langue. Il y a une fierté à se dire francophone :

*On est heureux d'être Canadiens français. [...] On travaille, on pense en français, parce que c'est mécanique, c'est à nous d'être francophone. Par contre, on est obligé de travailler en anglais aussi. Mais je ne crois pas qu'à cause de cela notre langue française soit en danger.*

Si l'anglais n'est pas vu comme menaçant, il importe néanmoins de se faire respecter par les anglophones. Il n'y a en effet rien de plus insultant, de laisser entendre ce même participant, que de parler français en certaines circonstances et de sentir que cela n'est pas tout à fait accepté.

Mais il y a aussi et peut-être surtout chez ces participants qui sont tous bilingues une fierté à se savoir tel et à pouvoir en tirer profit :

*Je veux juste dire que ce dont je suis bien fier, c'est du fait que l'on soit flexible et qu'on puisse parler dans les deux langues. Je pense que c'est important dans le contexte nord-américain d'être capable de le faire.*

Aucun cependant ne souhaiterait travailler exclusivement en anglais. L'identité francophone semble en effet avoir ses exigences dont celle de se trouver au moins à égalité de statut avec l'autre identité, de manière à ne pas éprouver « un manque » ou se sentir étranger à soi-même :

*Je me verrais mal dans une usine où ça serait seulement en anglais, même si je me débrouille très bien, je me sentrais peut-être un peu diminuée. [...] On se sent toujours un petit peu diminué, on se dit « Bien, il me manque quelque chose et j'arrive pas à être égal aux autres », il y a toujours un sentiment d'infériorité à ce moment-là.*

*Dans mon milieu de travail, les communications à l'interne se passent en français, lorsque je communique avec mes collègues, c'est en français, [...] et naturellement, lorsque je communique avec les bureaux extérieurs, je parle anglais et ça, ça ne me pose pas de problèmes. Mais à l'intérieur du bureau, s'il fallait que ça se passe*

majoritairement en anglais, j'aurais un sacré problème, ça me dérangerait beaucoup.

*Pour moi, travailler uniquement en anglais [...], non, ce serait impossible. Cela provoquerait des conflits. [Je m'arrangerais] pour parler en français. [...] Même si tout le monde est anglais autour de moi, c'est pas grave, moi je demeure profondément francophone. [...] [L'important c'est d'être capable de parler en français], de parler, de l'écrire.*

Il importe donc de veiller à ce que le français soit toujours présent au sein de l'entreprise, sans être nécessairement prédominant, car il est par ailleurs admis que l'anglais peut également occuper une large place.

### **b) S'exprimer en français**

« S'arranger pour parler en français » le plus souvent possible, trouver à s'exprimer dans cette langue au moins autant qu'en anglais dans les circonstances les plus variées, et non pas chercher à en brandir (afficher) l'étendard contre la menace d'une autre, telle est la règle de conduite de ceux qui semblent vouloir assumer une identité francophone au contact d'une langue anglaise dont ils reconnaissent d'emblée l'influence autant que l'avantage. Les propos de deux personnes travaillant en milieu bilingue donnent en un sens la mesure de cette règle :

*Là où je travaille, on ne se sent pas menacé personne. Je suis solide dans ma langue française et si j'ai à parler en français, je le fais tout naturellement comme l'anglophone qui se sent bien dans sa peau s'adresse à moi en anglais.*

*Quand j'assiste à des réunions d'affaires, c'est majoritairement anglophone. Les gens font des tours de table pour se présenter et souvent les premiers qui se présentent, ce sont des anglophones. Et moi, dès que c'est mon tour, je me lève et je me présente en français. Les autres tables ensuite, on voit les gens qui se présentent en français ou en anglais, selon la langue dans laquelle ils sont le plus à l'aise. [...] Il faut s'assumer.*

L'important est d'être à l'aise et de faire en sorte que les autres le soient aussi. Le choix du français n'est jamais le fruit d'un calcul, mais d'une impulsion première qui pourra être modifiée suivant les circonstances ou la langue de l'interlocuteur :

*Moi, quand je parle en français à [tel collègue anglophone], je ne lui dis pas : « Je vais lui parler français et je vais voir ce qu'il va dire. » Je lui parle en français et lui, il me répond avec ses mots à lui et des fois, il me dit : « Je suis trop fatigué pour te parler français, réponds-moi en anglais. » Et je trouve ça drôle. Cela ne me dérange pas.*

*Moi, quand je donne des présentations, je les donne en général en français et si je vois qu'il y a trop de monde qui patine, je donne en anglais. Je me souviens une fois, [il y avait une collègue anglophone qui avait du mal à suivre], et j'ai dit : « on arrête », et on a parlé peut-être 15-20 minutes en anglais et d'un seul coup, instinctivement, je suis repartie en français.*

Souvent, il importe de le préciser, le poste ou la fonction occupée au sein de l'entreprise, mais aussi le statut personnel de l'individu, auront une incidence sur la possibilité d'utiliser librement le français, rendant ainsi moins probable l'adoption d'une position plus défensive. C'est du moins ce que laisse entendre une personne occupant un poste de cadre dans une entreprise de grande taille et à composition principalement anglophone :

*Moi, je n'ai aucun problème. [...] Je parle en français et quand ils ne me comprennent pas, j'explique le pourquoi. Mais je pense que c'est à cause de mon âge et de mon expérience [si je peux m'exprimer en français] et aussi, cela dépend du statut, mais je ne le vois pas partout. C'est pas partout où j'ai travaillé que ça s'est passé comme ça. Mais je dois dire que là où je suis, c'est quand même très flexible et il n'y a pas, justement, ce malaise anglophone/francophone, cela se passe bien.*

Ayant la possibilité de s'exprimer librement en français dans un environnement peu francophone, cette personne se voit du même coup offrir l'occasion d'« expliquer » cette langue à ses collègues anglophones, c'est-à-dire de l'enseigner au moins partiellement.

### **c) Transmettre la langue**

Cet aspect n'est surtout traité que dans un seul groupe, de la catégorie des entreprises de grande taille, et en particulier par une personne qui préconise une approche « diplomatique » de la question :

*Moi, je dirais qu'il faut être un peu diplomate parce qu'on rencontre des personnes des fois qui sont un peu plus gênées ou mal à l'aise ou carrément bornées des fois. C'est que si je persiste à parler à cette personne-là qui ne parle pas français, si je persiste à lui parler en français, elle n'essayera pas de me répondre en français, mais si j'essaye deux ou trois mots anglais, un mot français, j'essaye de lui faire comprendre en anglais, un moment donné je m'aperçois – puis j'en ai fait l'expérience personnellement – je m'aperçois à un moment donné, un bon matin que c'est « Bonjour » au lieu de « Good morning ». Ça fait que c'est tous des petits détails pris séparément, ça paraît insignifiant, mais qu'à la longue [ça finit par compter]. [...] Il faut user d'un petit peu de diplomatie, là. Des fois ça va prendre un peu plus de temps, mais on finit par y arriver quand même.*

L'idée est en somme d'inciter les gens à s'appropriier la langue française en leur montrant que l'on sait, en quelque sorte, faire usage de la leur.

Tout est dans l'attitude, de dire une autre participante, comme pour mettre l'accent encore une fois sur l'importance de ne pas « embêter » le non-francophone avec une identité francophone et une langue française dont il ne peut qu'apprécier différemment la valeur et l'intérêt. L'accompagner dans sa propre démarche devient dès lors la seule stratégie susceptible de donner progressivement au français une meilleure place en milieu de travail.

#### **3.3.2.2 Garder la langue pour soi**

Ce cas de figure, somme toute assez peu représenté parmi les participants (et regroupant principalement ceux qui sont au service d'entreprises de grande taille), illustre la position des personnes pour qui le français n'a pas à être spécialement défendu ou affirmé en milieu de travail, ni en fait dans aucune autre situation. Cela ne signifie pas nécessairement que le français soit une langue comme une autre, simplement que le lien entretenu avec elle est de nature essentiellement privée.

Le français représente une sorte de bien personnel que l'on souhaite préserver pour soi-même, sans plus. De ne pouvoir le parler au travail, par exemple en raison d'un environnement majoritairement anglophone, ne suscite pas d'inconfort particulier. Une participante se dit même agacée par l'insistance parfois mise à traduire des « mémos » en français alors que tout le personnel comprend l'anglais : « j'adore et je veux

préserver la langue française, dit-elle, mais dans l'organisation où moi je travaille, c'est avant tout l'anglais qui prime » (50-99 employés).

Pour ces personnes, il n'y a aucun problème à travailler en anglais. « Moi, personnellement, ça ne me dérange pas, ça fait même mon affaire », affirme une personne qui insiste par ailleurs sur le caractère privé, individuel de l'usage des langues :

*Excusez mon ignorance, mais deux francophones qui parlent en anglais, c'est quoi le drame avec ça? [...] Les deux personnes se parlent, ce sont des amis, c'est pas mon problème, c'est leur affaire.*

Une autre confirme qu'elle n'est nullement incommodée par le fait d'avoir à travailler en anglais et ne voit pas pourquoi elle devrait faire valoir le français :

*Je travaille en anglais, et cela ne me dérange pas. Cela va plus vite. Si j'exigeais qu'on me parle français, on le ferait parce que mes patrons sont bilingues. Moi, je n'en impose pas aux autres, jamais. Je vois maintenant que des anglophones font beaucoup d'efforts pour parler français, alors j'apprécie beaucoup, mais je ne les torture pas avec ça.*

Ne pas imposer sa langue aux autres et se satisfaire de leurs efforts à la parler de temps à autre comme d'une démonstration suffisante du respect porté à l'égard du français et de l'identité francophone, telle semble être l'attitude à la base de ce type de positionnement identitaire. Dans cette perspective, il n'est pas considéré nécessaire de s'afficher ou de s'exprimer en français, ni jugé utile de faire connaître cette langue et, encore moins, de veiller à son bon usage.

En général, l'usage du français dépend assez fortement des circonstances et des interlocuteurs : « Cela dépend avec qui je parle, nous dit une participante. Si la personne est francophone, je vais parler en français, si elle est anglophone, je vais lui parler en anglais<sup>7</sup>. » Un autre en fait une affaire de politesse :

*Si quelqu'un vient me parler en anglais, je lui réponds très facilement en anglais, puis tout de suite après il va y en avoir un autre qui va me parler en français, c'est normal. Je ne fais pas de nuance entre l'un et l'autre. J'essaye d'être poli avec monsieur qui parle anglais ou monsieur qui parle français.*

Or, si la politesse peut avoir sa place dans le cadre d'échanges informels, reflétant ainsi la pleine expression d'un bilinguisme individuel, le respect dans un cadre organisationnel de la langue des personnes (le bilinguisme institutionnel) semble plutôt céder la sienne à la règle de l'efficacité. Les propos déjà cités d'un gestionnaire<sup>8</sup> illustrent cette situation :

*Moi, si j'ai un mémo [note de service] à envoyer à l'usine du Nouveau-Brunswick et à celle de l'Île du Prince-Édouard, je n'en ferai pas un en français et un en anglais. Je vais en faire un en anglais et je vais l'envoyer aux deux. Si je voulais être pur, je le ferais dans les deux langues, sauf que [je considère pas que c'est nécessaire parce que je sais que] tout le monde va comprendre. [...] Je ne considère pas que c'est pas respecter ma langue.*

<sup>7</sup> Voir section 3.3.1.2 A, p. 63 et ss.

<sup>8</sup> Voir section 3.3.1.2 C, p. 69.

Encore une fois, la langue est une affaire privée, dans la mesure où elle ne concerne que les personnes et où le respect à son égard est plutôt affaire d'attitude personnelle, il ne peut être question d'intervenir à son sujet et d'en régler l'usage pour l'accommodement de tous.

Selon ce point de vue, on ne sacrifie rien de son identité francophone, qui est une caractéristique essentiellement individuelle, en ne faisant rien pour l'afficher ou pour en faire valoir les traits d'une manière ou d'une autre. La seule logique valable est celle qui accorde préséance à la langue susceptible d'être connue par le plus de gens possible, à savoir l'anglais, les autres étant confinées aux communications informelles entre les personnes et soumises à leur propre choix d'en faire ou non usage.

### 3.4 Le devenir du travail en français

L'analyse du statut des langues (représentation et aménagement de leur place) ainsi que des rapports entretenus avec la langue de travail (attitudes et préférences; positionnement identitaire) a permis d'approfondir le sens du travail en français au delà des données relatives à la délimitation des territoires linguistiques de l'entreprise (territoires d'affaire et territoires internes), ainsi qu'à une première approximation de l'espace occupé par le français en milieu de travail (la territorialité du travail en français).

En particulier, l'analyse du positionnement identitaire face à la présence et à l'usage généralisés de l'anglais a montré que la majorité des participants tenait à ce que le français occupe une place respectable au travail et ce, quelle que soit la manière de la faire valoir et indépendamment du rapport particulier de chacun à la langue anglaise ou des préférences quant à son utilisation en diverses circonstances.

Or, au delà des attitudes et des stratégies individuelles, se pose un certain nombre de constats concernant le devenir du travail en français ou, si l'on préfère, les conditions de son évolution en contexte québécois.

#### 3.4.1 Une question de légitimité

Il est d'abord un aspect sur lequel la plupart s'entendent : au Québec, le français a un statut particulier que la présence de l'anglais ne saurait amoindrir. Personne ne conteste la légitimité de ce statut qui fonde une différence en Amérique du Nord et la possibilité d'un enrichissement au plan individuel. Comme le dit un travailleur d'une entreprise de petite taille :

*On est différent parce qu'on est un petit groupe dans un grand groupe. Pour tout le monde, je crois que c'est une richesse, ça vaut la peine d'être différent dans ce sens-là. [...] Et je pense que l'on doit continuer à défendre cette spécificité-là parce que c'est une richesse. Et que d'autres embarquent là-dedans. [D'ailleurs,] je trouve ça assez normal que les gens qui viennent ici fassent un effort pour apprendre le français.*

D'autres personnes expriment le même souhait. Le français est la langue officielle du Québec, « les autres devraient donc s'adapter au français », au moins « faire un effort » est-il à nouveau affirmé dans un autre groupe, comme pour bien signifier les limites qu'il y a à demander à ces « autres » une connaissance du français qui, dans certains milieux de travail, n'est pas jugée aussi nécessaire que celle de l'anglais.

Même un francophone au Québec ne peut jamais aller très loin s'il ne connaît que sa langue, est-il maintes fois souligné. En effet, sans la connaissance de l'anglais, avons-nous vu plus haut, les possibilités d'emplois et d'avancement dans de nombreux secteurs d'activité se

trouvent limitées. De plus, bien que le français soit une condition d'emploi obligée, dans certain cas cette exigence ne paraît pas adaptée à la réalité linguistique de l'entreprise :

*Le français au travail, il faut que ça existe. Vous ne pouvez pas le contourner. C'est une exigence. Mais je dois vous avouer que parfois, ça cause un problème. Comme par exemple, chez nous, c'est un peu plus que 50 % de la population qui est anglophone. Dans certains postes administratifs, la personne est anglophone, elle se débrouille en français, mais c'est un peu ardu (50-99 employés).*

Au mieux, considère-t-on dans ces entreprises qu'un francophone unilingue ne peut être discriminé et qu'il a le droit, *a fortiori* au Québec, de travailler exclusivement dans sa propre langue. Cet avis semble d'ailleurs partagé par la plupart des participants, au moins au niveau de l'énoncé de principe, tel ce gestionnaire d'une entreprise de petite taille :

*[Je suis d'accord] pour qu'on aide un francophone qui n'est pas bilingue à travailler dans sa propre langue au Québec. [C'est normal de chercher à] protéger quelqu'un qui est Québécois, qui travaille dans une entreprise québécoise et qui veut travailler en français sans être obligé de parler anglais.*

La « protection de l'employé » est de ce point de vue une chose admise et certains y voient un acquis par rapport à une époque pas si lointaine. Mais entre la règle de droit et la réalité subsiste encore un écart que plusieurs relèvent, dont cet autre employé d'une entreprise de petite taille :

*Ça ne devrait pas être possible qu'un francophone puisse pas travailler au Québec en français; qu'un francophone à Montréal applique pour une job puis qu'on lui dise : « Écoute, on peut pas t'engager, tu ne parles pas anglais ». Je suis sûr que ça arrive régulièrement, [...] probablement beaucoup moins qu'il y a vingt ans [mais quand même].*

En fait, le problème bien souvent n'est pas tant relié à l'exigence de l'anglais mais à son caractère souvent injustifié ou abusif compte tenu des emplois en jeu. Un exemple en est donné par une participante évoquant la situation de son conjoint :

*Mon chum a été refusé dans des jobs qui payaient 20 \$ de l'heure parce qu'il savait pas parler anglais. [...] Il lit très bien en anglais, [il se débrouille], mais le parler, là, [il a du mal]. Le pire c'est qu'il avait même pas besoin de parler aux clients, il est machiniste.*

D'autres exemples sont donnés, dont un illustrant de manière particulièrement vive le caractère abusif de décisions qui peuvent être prises par des patrons à l'encontre d'employés ne maîtrisant pas bien l'anglais :

*Je vais vous donner un exemple. Ce soir, j'ai parlé à une fille qui travaille pour une autre compagnie [qui m'a relaté une conversation avec son patron]. [...] Elle m'a dit « je suis assez tannée [...] mon patron m'a demandé si la directrice du magasin à Anjou parlait anglais. Je lui ai répondu que je pensais qu'elle se débrouillait, mais qu'elle n'était pas parfaite bilingue. I want her out, qu'il m'a dit » Mais ça c'est des choses qui se passent. [...] C'est de l'abus, de l'abus.*

Ce genre d'abus se produit encore trop souvent aux dires de cette personne.

### 3.4.2 Demeurer vigilant

Sur cette question du droit de travailler en français comme sur celle de la situation du français au travail en général, un appel à la vigilance est lancé par plusieurs.

Pour un travailleur d'une entreprise de petite taille, « il ne faut pas arrêter, il faut continuer, [...] il faut [faire en sorte de] renforcer le français en milieu de travail, pour qu'un francophone qui ne communique en aucune autre langue, puisse s'y sentir chez lui ». D'autres, dont

certains sont davantage du côté de la conciliation que de l'affirmation défensive en termes de positionnement identitaire, insistent moins sur la question du droit que sur celle de la place à prendre au plan institutionnel. La prudence et le combat face à la facilité sont ici les maîtres-mots :

*Je ne sens pas que ma langue est en danger parce que je travaille en anglais, au contraire, sauf qu'il faudra toujours rester prudent. La facilité, c'est de tout faire en anglais. Il faut donc faire attention de ne pas céder à cette facilité, pour n'importe quelle raison, se dire par exemple que les manuels, c'est trop cher à traduire (10-49 employés).*

*C'est facile, je pense de tomber dans le panneau, de mettre de côté le français et de se mettre à l'anglais. [...] Ce serait très facile de se dire : regardez, on ne fait plus de combat à partir d'aujourd'hui (50-99 employés).*

Mais c'est encore dans un autre groupe que cet appel à la vigilance se fait le plus explicite. Il est formulé par une personne occupant un poste de cadre dans une entreprise de grande taille, parfaitement bilingue et à l'aise avec la forte présence de l'anglais dans le monde du travail en général :

*Je suis une de celles qui dit : soyez vigilants parce que ça ne prendra pas de temps avant que l'anglais [n'occupe toute la place]. [...] Moi, je connais des entreprises, au Québec, qui fonctionnent en anglais uniquement [...] : pas de mémos [notes de service] à l'interne en français, rien ne se passe en français.*

Certains confirment l'absence de service de traduction dans leurs propres entreprises :

*[Les documents relatifs] à notre régime des rentes, etc., proviennent de l'Ontario; ils sont envoyés à notre directrice qui nous les achemine pas traduits. Puis là, si tu parles pas anglais, tu es assis devant ton bureau et là tu te dis : « Qu'est-ce que ça veut dire ça? »*

Pour ces personnes, la situation est préoccupante car il est entendu que dans des entreprises qui sont implantées dans une province à majorité francophone et de langue officielle française, l'anglais n'a pas à prendre toute la place.

Un exemple qui pourrait venir accentuer ce besoin d'être vigilant est donné dans un autre groupe par une travailleuse au service d'une multinationale québécoise de renom. Non sans une certaine gêne, elle dresse le portrait suivant de son entreprise :

*Je dirais que les cadres et la haute direction sont francophones, mais s'adressent aux employés en anglais. Ils sont très assimilés parce que toutes nos filiales sont aux États-Unis. Il y en a quelques-unes à travers le Canada, à travers la province. Ils sont tellement habitués de parler en anglais qu'ils s'adressent à des employés naturellement en anglais. [...] Ils parlent entre eux en anglais. Dans le bureau où je travaille, on est en majorité des francophones et notre directeur va rentrer et va lancer des messages en anglais. [Il y a eu] la semaine dernière une grosse réunion générale, il y a 70 employés et ça s'est tout fait en anglais et on est une majorité francophone. [...] On retourne 50 ans [en arrière], je n'en reviens pas.*

Ainsi, même dans une entreprise québécoise à propriété francophone, la tentation de céder à l'anglais, car c'est d'usage plus aisé dans un contexte d'internationalisation des échanges, se fait plus forte.

Cet exemple met particulièrement en lumière la précarité – plus que la fragilité – du travail en français au Québec. En effet, dans l'esprit des participants, il ne semble pas y avoir permanence ou institutionnalisation véritable de la présence du français dans les entreprises implantées au Québec, mais simplement association ponctuelle de cette présence à des

environnements de travail francophones dont la création est souvent laissée à la seule discrétion des propriétaires d'entreprise. Aussi, ces mêmes personnes ne peuvent qu'être déstabilisées et se sentir dépourvues devant l'indifférence marquée de directions francophones – censées être gagnées d'avance – à l'égard de cette présence attendue du français.

La vigilance devient d'autant plus importante dans ce contexte qu'elle implique, par delà les seules stratégies individuelles de positionnement identitaire, une représentation différente de la place devant être normalement occupée par le français au travail. Comme le dit encore cette même participante citée plus haut sur cette idée de vigilance :

*Être vigilant, [ça veut dire qu']il faut que ça soit bien [fait]. Je pense qu'il ne faut pas y aller dans les détails : le petit « Arrêt » ou le petit « Fonctionnez » qui n'est pas marqué [sur la machine] je trouve que ça devient... enfantin. [...] Je trouve qu'on devrait s'attaquer à des problèmes [autrement plus sérieux].*

### 3.4.3 Des changements souhaités

Quelques-uns le disent ou le laissent entendre : un temps précieux est perdu à vouloir intervenir sur des aspects qui ont finalement peu d'incidence sur la réalité du travail en français. On l'a vu, souvent les versions anglaises des outils informatiques, tels que les logiciels ou les claviers d'ordinateur, ne modifient en rien le sentiment de travailler en français. Exiger des versions françaises est vu comme du « tataouinage », dira encore la dernière participante citée.

Ce type de jugement concerne aussi toute volonté de francisation des équipements de bureau en général, tels les photocopieurs et autres machines ou documents :

*Il y a un inspecteur qui est venu et il a examiné les documents, le télécopieur et toutes les machines au bureau et il a dit : si vous voulez votre certificat, il va falloir mettre des petits collants français : démarrer, avancer, reculer. [...] C'est complètement ridicule.*

*On a eu la visite en début d'année [d'un conseiller]. On a examiné certaines documentations, des manuels d'instructions d'une photocopieuse, par exemple, ou les indications sur la photocopieuse. On nous a dit : Ce n'est pas en français. Ça nous a surpris. Ça nous a agacé un peu. C'est pas grave, on va mettre un collant en français, mais je trouve...*

Une personne trouve par ailleurs consternante la demande de traduction en français de la raison sociale de son entreprise : « on s'est débattu et on se débat encore avec l'Office de la langue française sur ce point », ajoute-t-elle.

Trop de temps donc semble devoir être consacré à ce genre de francisation, dans l'esprit de ces personnes, et pas assez à des problèmes autrement plus importants touchant à la traduction. L'un de ces problèmes, on l'a vu plus haut<sup>9</sup>, est l'absence dans certaines entreprises de services adaptés en ce sens et des effets que cela peut avoir sur certains membres du personnel :

*Par exemple, si un client appelle et que le patron a de la misère à comprendre, il va me passer le téléphone, puis il va vouloir que je fasse la traduction. C'est une des raisons pourquoi je suis venu ce soir, parce qu'il y a... je me fais souvent charouetter entre trois langues à mon travail. Je suis francophone, parfaitement bilingue français-anglais et je me débrouille assez bien en espagnol.*

---

<sup>9</sup> Voir section 3.2.2.2 B, p. 54.

*Je trouve que c'est une grande lacune dans les compagnies où l'on demande à des francophones de faire la traduction. Automatiquement, si tu es francophone, tu deviens traducteur et personne n'a son bac en traduction. [...] Moi, je l'ai vu un peu partout où j'ai travaillé, on demandait aux secrétaires, on demandait aux francophones de traduire des mémos [notes de service], etc. [...]. Pourtant, il y a des gens qui gagnent leur vie avec la traduction et moi, je me dis... [...] Il faut faire traduire tout ce qui est en-tête, tout ce qui est mémos [notes de service], cela leur coûte plus cher aux entreprises, c'est sûr. Sauf que ça, je trouve ça bien que ce soit fait.*

En somme, on ne peut pas se permettre dans les entreprises de laisser la traduction au hasard, le caractère permanent de la francisation ne pouvant être assuré que par l'institutionnalisation de pareil service.

Un autre aspect d'une politique d'aménagement visant à ce que le français soit présent partout dans l'entreprise, au moins au même titre que l'anglais, consisterait en la mise sur pied de programmes d'enseignement du français. Soulignons avant toute chose que cet aspect est évoqué dans un seul groupe, non sans quelques réserves d'ailleurs : « On est pas dans le domaine de l'enseignement, on est dans le domaine de la couture », commente à ce propos l'un des participants. La pertinence de ce genre de programme n'en est pas moins approuvée, pourvu que l'anglais puisse également être offert :

*Si l'on met des entreprises face à certaines obligations par rapport à l'éducation de leurs employés en français, je dis qu'on devrait donner la même chance à ces entreprises-là de le faire pour l'anglais. [...] Par exemple, on aurait peut-être avantage aujourd'hui à offrir des cours de français aux immigrants et des cours d'anglais à nos propres Québécois.*

Par ailleurs, certains commentaires nous amènent à croire que l'implantation dans certaines entreprises de programmes d'enseignement du français et de services de traduction adaptés n'est possible que si l'on intervient plus globalement au niveau de la culture organisationnelle et donc, auprès des administrations :

*C'est la culture organisationnelle qui va faire que les gens vont travailler en français, qu'ils vont se parler en français. Et tant qu'il n'y aura pas de volonté au niveau de l'administration, cela ne peut pas se faire. [...] Si on a une direction qui est totalement indifférente au fait français, la loi ne sera pas vraiment appliquée.*

*Chez nous, ça prendrait quelqu'un à la haute direction pour dire, bon, ça se passe en français, on parle en français; mais c'est quelque chose qui n'arrive pas. On ne crée pas d'attentes chez les employés, on ne met pas d'emphase là-dessus.*

Une « pression » à faire usage du français doit pouvoir s'exercer, une insistance doit être apportée qui ne relève pas de mesures ou de directives particulières, mais d'une culture ou d'une prédisposition générale de la part des directions à faire les choses en français, à « communiquer d'abord et avant tout en français, à tous leurs employés ». Intervenir auprès de ces directions pour que se développe un tel esprit et non pour que « des claviers soient en français », tel semble être l'enjeu principal des changements souhaités. Encore faut-il pouvoir compter sur le développement d'une autre attitude à l'égard du français.

#### **3.4.4 Une autre attitude à développer**

*Il faudrait que ça devienne une chose [normale au Québec] que les gens soient fiers de parler leur langue, que les gens le fassent d'emblée (cadre d'une entreprise de grande taille).*

Si l'on en croit certains propos, intervenir auprès des directions d'entreprises pour qu'elles créent un environnement favorable à la présence de la langue française ne suffit pas. Il

faut, parallèlement, veiller à ce qu'eux-mêmes et leurs employés – francophones et non-francophones – développent, sinon la fierté du français, du moins le réflexe d'utiliser cette langue couramment, quel que soit l'interlocuteur ou la circonstance, comme on le fait dans toute société d'une langue commune à l'ensemble de ses membres.

La culture de l'entreprise peut bien sûr contribuer à cela, comme le laisse entendre une participante en comparant la compagnie où elle travaillait auparavant avec son milieu de travail actuel :

*[Avant, je travaillais] dans un milieu très francophone, à la fine pointe de la technologie en français, on était fier de parler, d'utiliser des termes français. On les savait tous en anglais aussi, mais on appliquait ça en français. Mais la fierté de parler français où je travaille actuellement, c'est ça qui manque. [...] Les gens ne sont pas fiers de connaître le français, ils sont fiers de parler l'anglais.*

Or justement, la « fierté de parler l'anglais » ou, comme cela a été vu précédemment<sup>10</sup>, la tendance à opter pour cette langue dans des circonstances ne justifiant pas nécessairement cette préférence, est une caractéristique observée chez de nombreux Québécois francophones.

Si pareille attirance pour l'anglais n'est pas spécifique au Québec, la situation québécoise constitue depuis longtemps un terrain propice à la dépréciation relative du français et à son confinement au groupe canadien-français ainsi qu'à l'espace privé des rapports de sociabilité. La loi 101 n'aura pas encore réussi à faire disparaître complètement les vieux réflexes identitaires associés à la langue.

Quelques personnes font état de cette difficulté encore palpable chez les Québécois francophones à projeter leur langue au delà de la sphère privée pour la partager avec d'autres. L'une d'elles, déjà citée entre autres sur la question de la vigilance, évoquant une rencontre fortuite avec le regretté comédien Doris Lussier, relate ce que ce dernier lui avait dit à ce propos :

*Il m'avait dit : « La journée où les Québécois francophones vont trouver ça normal de parler français partout où ils sont, il n'y en aura plus de problèmes. » C'est qu'il y a encore des endroits où les gens se sentent gênés de parler français, même s'ils ont de la difficulté à parler anglais.*

Un autre participant du même groupe insiste pour sa part sur les effets que pourraient avoir sur des non-francophones une nouvelle attitude des francophones envers leur langue :

*Si quelqu'un est suffisamment confiant dans sa langue et qu'il n'a pas peur de s'affirmer comme francophone, les anglophones vont automatiquement avoir le même réflexe, ils vont être un peu moins, comment je dirais ça, on les met mal à l'aise parfois les anglophones [à trop vouloir ne pas parler notre langue]<sup>11</sup>.*

Pour un travailleur d'un autre groupe, il apparaît clairement qu'une intervention qui viserait à créer ou à consolider un environnement francophone dans son entreprise ne pourrait faire l'économie de ce travail sur les attitudes.

<sup>10</sup> Voir section 3.3.1.2 B, p. 65 et ss.

<sup>11</sup> Un gestionnaire d'une entreprise de petite taille prétend, par ailleurs, que pour espérer changer « la mentalité » des anglophones sur la question de la connaissance des langues, les outils de travail en français peuvent être utiles : « Qu'est-ce qui va forcer l'anglophone à au moins à apprendre le français? C'est le fait que cette langue soit nécessaire à l'accomplissement de son travail. Parce que si ce n'est pas nécessaire, sa mentalité ne changera jamais. Alors, si on dit aux compagnies, c'est pas grave, tu peux donner des logiciels tout en anglais, [ce sera une raison de plus] pour que l'anglophone n'apprenne pas le français. »

*[Pour améliorer la francisation], définitivement, je trouve que c'est plus au niveau des communications à l'interne [qu'il faut intervenir], parce que souvent les employés francophones pour une raison inconnue, quand ils parlent à certains anglophones parfois, ils continuent en anglais puis ils se laissent aller en anglais.*

Un appel au changement d'attitude au niveau des communications internes est également lancé par d'autres personnes au service d'entreprises de petite taille :

*Souvent ce que je me demande, c'est si on persiste à leur parler en anglais [aux immigrants qui sont à l'emploi de l'entreprise], à quel moment vont-ils parvenir à parler français?*

*Je commence à m'apercevoir qu'à force de plier, là justement de faire nos petits communiqués des fois dans deux, trois langues, quand c'est Noël puis tout ça pour faire plaisir à tout le monde, on n'aide pas les gens à faire l'effort d'apprendre la langue française.*

Pareil appel au changement se fait même entendre au niveau de l'interface interne/externe :

*Je trouve que l'on ne leur rend pas service et cela me choque un petit peu quand tu dis qu'on ne peut pas s'attendre à ce que des Américains de Pittsburgh s'adressent à nous en français. Ils s'attendent bien de nous, francophones, qu'on s'adresse à eux en anglais.*

Et il se trouve justement un cas d'entreprise – une revue de publicité – ayant pour politique au Québec de ne publier ses annonces qu'en français seulement, incluant celles que leur font parvenir en anglais une clientèle anglophone, de la même façon que sa filiale en Ontario ne publie qu'en anglais :

*Avant les clients mettaient leur annonce en anglais, puis il y a eu un règlement à l'effet que puisque la revue était publiée ici au Québec, alors ça devait être en français. Et puis maintenant quand les clients nous donnent quelque chose en anglais, on pose la question : « Est-ce que vous pouvez nous le donner en français? » S'ils nous disent : « Non, je vais aller ailleurs », on leur dit : « C'est parfait. »*

En résumé, plusieurs croient important que les francophones puissent modifier le rapport souvent ambigu qu'ils entretiennent à l'égard de leur propre langue. Sans ce changement d'attitude, et sans intervention en ce sens menée parallèlement à tout réaménagement de la place du français au travail, le devenir du travail en français ne se dessinera jamais autrement qu'à partir des tracés toujours plus marqués de la présence de l'anglais.

## Conclusion

À partir des propos tenus par plus d'une centaine de travailleurs et de gestionnaires d'entreprises de petite et de grande taille (10-49 vs 50-99 employés), trois grandes catégories ont été dégagées qui ont permis d'explorer sous divers aspects le sens du travail en français au Québec. Ces catégories – auxquelles se référèrent très largement les notions de territoire, de statut et d'identité linguistiques – correspondent à autant de niveaux d'analyse. De manière très large, nous dirons que le premier de ces niveaux (Une question de territoire) *couvre* la réalité perçue de l'espace du travail en français, que le deuxième (Le statut des langues) *recouvre* la représentation de la place du français au travail et de son aménagement, et que le troisième (Les rapports à la langue de travail) *découvre* les attitudes et autres positions sous-jacentes à l'égard du français langue de travail.

Sans doute les réponses les plus déterminantes à la question centrale de cette recherche se trouvent-elles regroupées sous la première des catégories. Du moins, correspondent-elles à des données de base et de premier niveau d'analyse. Les notions de territoire linguistique et de territorialité de la langue ont aidé à classer ces données suivant un ensemble de balises établies par les participants eux-mêmes. Il s'agissait dans le premier cas de repères permettant la description de

rapports linguistiques selon la distinction proposée entre *territoire d'affaire* et *territoire interne* de l'entreprise, et dans le second, de critères de définition du travail en français selon un autre type de distinction, cette fois entre *langue du territoire* et *territoire de la langue*.

La notion de territoire linguistique s'est imposée d'elle-même à la lecture du corpus. Plusieurs personnes ont en effet délimité des frontières entre l'intérieur et l'extérieur de l'entreprise, entre l'entreprise et ses filiales, entre départements ou secteurs, etc., pour mieux décrire la réalité du travail en français telle que vécue quotidiennement. La notion de territorialité a, quant à elle, été déduite de certains propos de personnes cherchant à déterminer pour elles-mêmes une mesure du travail en français en fonction de critères propres à la délimitation d'un espace référentiel ou encore opératoire de la langue. Ainsi, aux yeux des participants, cet espace du français a-t-il été associé au territoire québécois comme à celui de l'entreprise (la langue du territoire), mais aussi à la place réellement occupée par cette langue dans l'accomplissement de leur travail (le territoire de la langue). Dans ce dernier cas, deux dimensions ont été examinées : l'espace linguistique de la communication et de la production et les espaces privé et public de la langue de travail.

Le deuxième niveau d'analyse a permis de situer la description des rapports linguistiques et la définition du travail en français (les critères) dans la perspective de conditions plus générales relevant de la représentation du statut des langues ainsi que de l'aménagement de ce statut et du corpus de la langue française en milieu de travail. En particulier, vue sous l'angle du statut, et au-delà de l'exploration des facteurs susceptibles d'influer sur le sentiment de travailler en français (langue du territoire et territoire de la langue), la question consistait dès lors à déterminer ce que signifie travailler dans cette langue compte tenu de la place occupée par l'anglais. Sur ce point, deux aspects ont été traités : l'anglais en tant que *lingua franca* du monde des affaires et ses effets sur le statut du français; et les avantages du bilinguisme notamment du point de vue de la mobilité socioprofessionnelle.

Le problème du statut des langues nous a par ailleurs amenés à nous interroger sur la manière dont il est géré dans les entreprises et, en particulier, sur la place qu'elles accordent au français compte tenu de la réalité des échanges avec l'extérieur et des rapports linguistiques à l'interne. La question qu'ont semblé soulever à cet égard certains des propos tenus par les participants nous est apparue devoir être formulée de la manière suivante : dans leurs milieux respectifs, le français tient-il sa place au point d'être considéré comme une langue commune? Si oui, dans quelle mesure et aussi, selon quel principe ou cadre d'aménagement (principale langue de communication ou bilinguisme institutionnel)? La question de l'aménagement proprement dit a, quant à elle, été analysée sous deux angles : l'esprit qui le détermine (la « satisfaction » des besoins linguistiques) et les objets sur lesquels il porte (les outils de travail et le matériel). L'aménagement du corpus du français au travail a également été traité, quoique sommairement, étant surtout l'occasion de mettre en lumière certaines réactions à des changements terminologiques.

Finalement, un troisième niveau a abordé la question du travail en français sous un angle qui est davantage celui de l'analyse psychosociologique. Ce regard a permis, jusqu'à un certain point, de nuancer celui porté par le deuxième niveau, notamment du point de vue de la représentation du statut des langues. En principe, une telle représentation suppose des rapports de nature affective et identitaire à la langue de travail et, en particulier, une manière de se situer individuellement par rapport à l'anglais.

Ces liens ont d'abord été examinés du point de vue de l'évaluation de la qualité du français par les participants, de leurs préférences et attitudes quant à l'usage du français ou de l'anglais suivant les contextes, et aussi des attitudes à l'égard du français attribuées aux non-francophones. En second lieu, un lien privilégié à la langue française – d'identification ou d'attachement – est apparu chez de

nombreux participants comme une manière de se positionner par rapport aux utilisateurs et/ou au statut de l'anglais. Deux formes de positionnement identitaire ont été analysées : l'un, laissant transparaître une volonté d'affirmer la présence et la qualité du français au travail (manifeste la langue, la faire respecter); l'autre, discrète et de nature privée, n'accordant au français qu'une place pour soi-même (garder la langue pour soi).

Nous présenterons d'abord un résumé des résultats pour chacun des trois niveaux d'analyse, puis nous dégagerons un portrait global des significations rattachées au travail en français en lien avec notre problématique.

### **A- Les territoires linguistiques et la territorialité du français**

Les territoires de l'entreprise constituent le cadre « naturel » – spontanément délimité par les participants – pour dépeindre la réalité du travail en français. Deux types de territoire sont identifiés : le *territoire d'affaires* qui désigne l'espace dans lequel se structurent des rapports linguistiques entre l'entreprise et l'ensemble des agents extérieurs, pour la plupart clients et fournisseurs, avec qui elle établit des contacts d'affaires; et le *territoire interne* dont l'espace est constitué, d'une part, de la zone des échanges linguistiques entre filiales ou secteurs de l'entreprise ou entre une filiale et la maison-mère et, d'autre part, du lieu physique de l'entreprise à l'intérieur duquel les rapports linguistiques se structurent à leur tour en fonction de départements ou de zones spécifiques (bureau, ateliers, usine, etc.).

Au niveau du *territoire d'affaires*, également défini en tant que zone d'interface interne-externe, les résultats indiquent que dans les deux groupes d'entreprises, l'anglais est la langue jugée normale des échanges avec les clients et fournisseurs de l'extérieur du Québec, incluant l'Amérique latine ou même la France. À quelques exceptions près, la logique de service dans la langue des clients et fournisseurs est la même à l'intérieur qu'à l'extérieur du Québec. À l'intérieur de la province donc, l'anglais autant que le français peuvent être utilisés dans ce genre de contacts. Par ailleurs, si dans les entreprises de petite taille les échanges avec l'extérieur ont peu d'effets sur la langue de travail, il en va autrement dans les plus grandes. Le volume plus important de liens d'affaires avec l'extérieur du Québec y entraîne en effet un plus grand usage de l'anglais, surtout au niveau des communications; de plus, l'interdépendance organisationnelle et celle des réseaux y imposent parfois l'anglais tant au niveau de la réalisation du produit et de ses accessoires (manuels et autres documents) que dans les communications et la production de rapports divers.

En ce qui concerne cette fois le *territoire interne*, l'anglais domine souvent dans les échanges avec des filiales situées ailleurs dans le monde et tend aussi à s'imposer au niveau des communications et des échanges formels (notes de service, réunions, etc.) dans les cas d'entreprises (15 %) dont la maison-mère est située à l'extérieur du Québec.

À l'échelle du lieu de travail proprement dit, l'analyse des rapports linguistiques entre patrons et employés (axe vertical) montre que dans le cas des petites entreprises, le français est la langue généralement utilisée pour toute communication formelle orale ou écrite. Dans les entreprises de plus grande taille, le bilinguisme est fréquent dans les communications écrites tandis que les superviseurs opteront pour le français ou l'anglais selon la langue maternelle de l'employé, apparemment plus souvent pour l'anglais lorsqu'il s'agit d'allophones. En règle générale, quelle que soit la taille de l'entreprise, lorsque la langue maternelle du patron n'est pas le français, la probabilité est plus élevée que les échanges avec lui se fassent en anglais ou à la fois en anglais et en français suivant les circonstances. Inversement, lorsqu'il est francophone, le travail au sein de l'entreprise s'effectue principalement en français.

Du point de vue de l'analyse des rapports entre employés (axe horizontal), deux facteurs déterminent la proportion ainsi que les conditions d'usage du français dans les entreprises : la composition ethnolinguistique et la division par secteur. Lorsque les entreprises sont à majorité francophone, les échanges à l'interne se font principalement, sinon exclusivement en français (selon la taille de l'entreprise). Cette situation tend à s'inverser lorsque l'anglais est la langue de la majorité. L'usage de l'anglais est également assez répandu dans le cas d'entreprises composées pour une large part de travailleurs allophones, surtout dans les cas où ils sont issus de différents pays. L'origine ethnique influence aussi la langue d'usage : il y aura usage systématique de la langue maternelle entre personnes de même origine et usage préférentiel en toutes autres circonstances de l'anglais ou du français selon que l'on appartient à tel ou tel groupe ethnique.

La langue principalement utilisée dans les échanges entre employés peut aussi varier selon les secteurs ou départements de l'entreprise. Cet aspect, qui concerne surtout les entreprises de grande taille, apparaît sous deux formes. La première touche à la division entre l'administration et le secteur de la production en général, la seconde fait ressortir de multiples sous-territoires au sein de l'entreprise. Au niveau de l'administration on parlera français ou anglais ou les deux, dans le secteur de la production, on parle soit exclusivement français ou encore l'anglais et/ou la langue maternelle des allophones. Par ailleurs, dans certaines entreprises des départements peuvent fonctionner surtout en français et d'autres en anglais selon le type d'activité ou encore la langue maternelle des responsables ou chefs de service.

Ces données montrent que la langue de travail a souvent ses territoires propres, lesquels ont d'ailleurs amené plusieurs travailleurs et gestionnaires d'entreprises de petite taille à définir le travail en français précisément en fonction de ce type de critères. Ainsi, dans leur esprit, travaille-t-on en français si le territoire où a lieu cette activité est réputé être francophone. Le Québec constitue un référent majeur à cet égard. Certains secteurs francophones de la région montréalaise en représentent d'autres. Dans ces conditions, on travaille en français, peu importe le volume d'usage de l'anglais ou même d'une autre langue dans la réalisation des tâches. Ce sentiment d'être chez soi dans un milieu francophone semble largement pallier, à leurs yeux, la pénétration relative de la langue anglaise.

L'entreprise elle-même en tant que territoire est un autre référent du travail en français. On travaille en français si on se trouve dans un environnement linguistique caractérisé par la présence de collègues francophones ou encore si on a le sentiment d'être « entouré de français » dans ce qui est communiqué ou dans ce qui s'entend comme langue autour de soi. La propriété de l'entreprise s'avère cependant plus déterminante sur l'impression de travailler en français : on travaille en français si la « langue maternelle » de l'entreprise (la propriété en fait) est le français. Dans les milieux de travail où l'anglais occupe une très large place, le sentiment de liberté d'expression en français ou celui d'être minimalement compris en français, par un patron anglophone par exemple, suffisent pour avoir l'impression de travailler en français.

Le second type de critères qui, selon les participants, entrent dans la définition du travail en français concerne l'espace occupé par cette langue dans toute activité liée au travail, mais aussi l'espace qui lui est assigné au travail du point de vue de ses dimensions privée et publique. Le premier cas regroupe plusieurs de ces critères. Par exemple, chez des employés d'entreprises de grande taille, la communication apparaît comme le premier des critères du travail en français; mais encore faut-il que le temps consacré à la communication dans cette langue surpasse celui alloué à une autre. D'autres critères ont trait à l'accomplissement des tâches. Travailler en français suppose qu'une variété d'activités (notes de service, rapports, communications avec les collègues, etc.) puissent être réalisées en français et estimées en termes de *temps consacré* à son usage, que les tâches soient

effectuées sur une base *habituelle (régularité)*, ou encore que la *priorité* soit donnée au français dans toute activité dont la réalisation ne nécessite pas l'usage d'une autre langue telle que l'anglais. Pour certains, un autre critère du travail en français devient par ailleurs la possibilité de ne pas se voir imposer l'anglais dans l'un ou l'autre des deux espaces du travail (l'environnement interne et l'interface interne-externe).

Quant aux critères associées aux dimensions privée et publique de la langue de travail (l'espace assigné au français), ils seraient de deux ordres. En premier lieu, le travail en français apparaîtrait comme un sentiment personnel, une attitude voulant qu'à l'intérieur de soi, « *dans sa tête* » par exemple, les choses se passent en français quelle que soit la langue de ses outils de travail ou de l'environnement en général, de la même façon que l'on peut par les autres autour de soi, à l'intérieur d'une entreprise dont le personnel est francophone, avoir l'impression de travailler en français. En second lieu, le français occuperait l'espace des rapports conviviaux entre les membres du personnel (la dimension affective du travail), alors que l'anglais serait davantage associé à l'ensemble des communications formelles et des activités de production (la dimension effective du travail). L'opposition entre « le français pour le social » et « l'anglais pour la job » caractérise principalement les entreprises de grande taille.

### **B- Le statut des langues et l'aménagement du français**

« L'anglais pour la job » est une expression que traduit par ailleurs l'affirmation d'un participant au service d'une entreprise de grande taille, selon laquelle l'anglais serait « la langue officielle du travail à travers le monde ». En fait, quelle que soit la taille de l'entreprise, la plupart des participants constatent que le statut de langue internationale de l'anglais déborde de la sphère du travail et que le français, à côté, n'a plus son prestige d'antan.

En ce qui concerne la place de l'anglais au travail, les deux catégories d'entreprise se distinguent quelque peu sur la manière de la percevoir. Par exemple, pour des personnes au service d'entreprises de petite taille, bien que l'anglais soit une langue incontournable dans le monde des affaires, elle n'en représente pas moins une réalité qui paraît nettement se situer « hors des frontières » de l'entreprise, comme si l'environnement généralement francophone à l'interne présentait une réalité distincte et relativement homogène à mettre en rapport, justement, avec l'autre et avec ce qu'elle impose de contraintes. Dans le cas des participants de la catégorie des entreprises de grande taille, plus souvent et plus directement mis en présence de l'anglais, l'obligation de tenir compte de cette langue déborde de l'énoncé du principe de sa nécessaire reconnaissance, ou plutôt soumet celui-ci aux conditions objectives du travail. Ainsi, dans ces conditions, devient-il « impossible de travailler tout le temps en français » et « quasiment obligatoire de savoir l'anglais ».

Deux aspects ressortent concernant l'exigence de l'anglais au travail. En premier lieu, quelle que soit la taille de l'entreprise, l'anglais n'est explicitement exigé, en principe, que pour des gens occupant des postes clés au niveau de l'interface interne-externe; néanmoins, dans nombre d'entreprises de grande taille et/ou à propriété anglophone, il constitue souvent – et parfois à tort – une condition d'emploi pour remplir plusieurs types de fonctions. Deuxièmement, en comparaison de l'anglais, le français ne jouirait pas au travail du même prestige et serait désavantagé d'au moins trois manières : l'anglais offrirait des chances de promotion plus grandes; à présence égale avec le français dans l'entreprise, il aurait tendance à être préféré à cette langue lors d'échanges entre collègues; il aurait en matière de technologie quelques longueurs d'avance sur le français et, par conséquent, serait considéré plus avantageux au niveau de l'utilisation de certains outils informatiques.

Le caractère incontournable de l'anglais dans le monde du travail, ses effets directs ou indirects sur la réalité quotidienne de celui-ci, suscitent des réactions chez les personnes rencontrées quant à la nécessité de se l'approprier et des avantages personnels que représente la connaissance des deux langues. L'avantage de la connaissance de l'anglais s'exprime chez plusieurs à travers le constat des limites que pose la seule connaissance du français et par l'idée de sa rentabilité en général ou des portes qu'elle permet d'ouvrir sur des emplois plus « payants ». L'exigence du bilinguisme pour accéder à de meilleurs emplois est surtout évoquée par des participants de la catégorie des entreprises de petite taille. La connaissance de l'anglais est également source d'enrichissement socioculturel selon plusieurs, mais à cet égard le statut du français lui serait au moins comparable. En somme, la connaissance de plusieurs langues est un précieux outil qui permet d'étendre le champ d'action et d'intervention; posséder en plus l'anglais accroît en ce sens la polyvalence et la flexibilité des compétences langagières dans un maximum de situations liées aussi bien aux conditions actuelles du travail qu'à celles de la vie privée.

Le statut de la langue anglaise et l'intérêt qu'elle représente en tant qu'instrument de mobilité et de diversification des activités socioprofessionnelles constituent un volet important de l'analyse des conditions générales du travail en français. L'anglais, en somme, possède une sorte d'aura que nul ne conteste ou ne souhaite remettre en question. Et c'est sans doute un peu à cette aune prestigieuse que peut être mesuré le statut du français et que peuvent être évaluées les conditions de son aménagement en milieu de travail.

Dans les entreprises de grande taille, les contraintes de territoire, tel que le fait que le propriétaire et la majorité du personnel de l'entreprise soient anglophones, font souvent en sorte que le français n'est présent (au niveau des communications internes) que dans la mesure où il est exigé par les travailleurs eux-mêmes ou comme conséquence de l'intervention de l'Office de la langue française. Par ailleurs, des contraintes d'argent (le coût plus élevé des logiciels en français par exemple) et de temps sont des arguments souvent invoqués pour expliquer la résistance de certaines entreprises à promouvoir le français à l'interne au delà des obligations prévues par la loi.

Dans les entreprises de petite taille, le français est généralement très présent et sa place n'a donc pas à être aménagée ou confirmée dans son statut de langue commune. Elle l'est de fait. La situation est quelque peu différente dans les entreprises de plus grande taille : des opinions font valoir l'importance d'assurer au français la première place comme langue des communications internes; d'autres, par contre, suggèrent d'en régler l'usage à égalité de statut avec l'anglais (bilinguisme institutionnel). En général, les tenants du bilinguisme institutionnel, essentiellement au service d'entreprises de grande taille, ont un discours où prédomine une attitude de laisser-faire. L'important, disent-ils, est de veiller à ce que le français soit présent, notamment au niveau des communications officielles, mais s'opposent à l'établissement de règles trop strictes.

Pour ces personnes, l'aménagement de la place du français implique le *respect* des besoins ou des droits de ceux dont ce n'est pas la langue de prédilection tout en soutenant activement des mesures visant à la rendre accessible. Ces mesures répondent à une volonté de « créer un environnement » favorable à l'utilisation du français en mettant à la disposition des gens des outils ou tout autre document en français nécessaires à l'accomplissement des activités de production. La traduction, assumée par l'entreprise elle-même, de documents de toute nature (ou de toute communication orale) semble globalement répondre, dans l'esprit de ces mêmes participants, à une stratégie d'aménagement conséquente avec une attitude de respect. Certains font par ailleurs état d'entreprises ayant recours abusivement à des ressources internes non spécialisées en la matière et aussi, de l'absence totale dans d'autres entreprises de tout service de traduction.

La réaction et/ou l'adaptation des personnes à un environnement qui leur est offert en français est une autre manière d'aborder la question de l'aménagement du statut de cette langue. Les résultats à ce niveau sont très partiels et n'en rendent compte que par le biais de la francisation des outils informatiques. Par exemple, des gestionnaires des deux catégories d'entreprise mentionnent avoir offert la possibilité à leurs employés de choisir la langue de leurs logiciels ou de leur clavier informatique et s'être heurtés à certaines réticences de leur part. Et en effet, à l'exception de quelques participants qui disent avoir fait le choix du français et/ou utiliser tous les outils à leur disposition dans cette langue, plusieurs confirment leur préférence pour les versions anglaises des logiciels qu'ils utilisent. L'habitude est la raison invoquée dans pratiquement tous les cas.

Cette dimension de l'analyse aura été l'occasion, en quelque sorte, d'examiner de manière tout aussi sommaire les réactions à l'aménagement du corpus ou à la question des changements terminologiques. Les résultats montrent en effet que comme pour les outils en anglais, l'usage de mots anglais est une habitude tenace, sans doute encore plus profondément ancrée, comme si les termes anglais utilisés pour le travail avaient un caractère quasi immuable, en fait les seuls possibles pour désigner dans *sa langue* la réalité de son milieu. Les résistances à l'utilisation de termes techniques en français sont parfois fortes aux dires de certains, mais personne ne s'y oppose complètement.

### **C- Préférences linguistiques et positionnements de l'identité francophone**

La question de la qualité de la langue en général – indépendamment de l'aménagement de son corpus – semble davantage retenir l'attention des participants de la catégorie des entreprises de petite taille. En effet, plusieurs d'entre eux insistent sur ce problème. L'abondance des anglicismes constitue le principal objet de préoccupation, certains estimant difficile de se départir de l'influence historique de la langue anglaise au Québec, notamment dans la sphère du travail. Il est également difficile, selon eux, de déjouer l'influence contemporaine de l'anglais – notamment dans les technologies – à laquelle même le français de France ne parvient pas à se soustraire. La méconnaissance générale de la langue dans les milieux de travail a aussi été décrite par bon nombre de personnes dont certaines admettent les lacunes de leur propre français sur le plan grammatical.

Une distinction est néanmoins faite par ces mêmes personnes entre l'évaluation de la qualité du français en général et le rapport entretenu à l'égard du français québécois. Si pour certains, ce français est objet de gêne ou de mésestime, pour d'autres il est avant tout l'expression d'une identité et d'une culture distinctes, une langue marquée par des influences diverses qui ne fait pas de ceux qui la parlent des moins francophones que les autres.

Les personnes rencontrées étant en grande majorité des francophones de langue maternelle, le français, vu comme instrument d'expression et d'échange, représente pour nombre d'entre elles un choix « naturel » dans le cadre de leur travail. Pour celles qui sont au service des entreprises de petite taille, ce choix n'en n'est pas vraiment un dans la mesure où, en règle générale, le français y prédomine largement. Dans le cas des entreprises de grande taille, des préférences d'usages peuvent néanmoins se manifester en raison d'une coexistence plus répandue du français et de l'anglais.

De telles préférences linguistiques ont d'ailleurs été soulignées par un nombre important de personnes de cette catégorie. Pour seulement quelques-unes d'entre elles, qui disent mieux connaître le français, la préférence pour cette langue s'explique indéniablement par les avantages qu'elles lui attribuent en conséquence, dont la qualité et l'aisance d'expression, et qui en font la langue de prédilection quand les situations et/ou les interlocuteurs en présence le permettent. D'autres commentaires ont été émis par des personnes se disant parfaitement bilingues. Celles dont le bilinguisme origine d'un environnement familial mixte (français et anglais) se montrent plutôt neutres quant au choix d'une langue en particulier, étant aussi à l'aise dans l'une que dans l'autre.

Par contre, les personnes dont la connaissance de l'anglais a été acquise par expérience admettent toutes préférer l'usage du français ou travailler dans un milieu francophone pour des raisons d'identité ou d'affinité culturelles.

Mais il se trouve d'autres motifs pour lesquels des individus bilingues choisiront d'interagir non pas en français, mais en anglais. Ce choix, qui est le fait d'une majorité de participants de la catégorie des entreprises de grande taille, est généralement motivé par le statut particulier explicitement ou implicitement conféré à l'anglais. La reconnaissance explicite de ce statut particulier s'exprime ainsi : l'anglais est la langue des « vraies affaires » et aussi la langue la plus efficace pour communiquer. Par contre, le statut de l'anglais est plus implicitement admis à travers d'autres motifs d'usage : il est vu comme la langue « *in* » des relations de travail en milieu bilingue; comme une langue qu'il est avantageux de pratiquer parce qu'il est rentable; et aussi comme une langue qu'on dit parler par habitude (parler l'anglais même s'il n'y a qu'un seul anglophone dans le groupe) ou par bienveillance. Bien peu de personnes, en fait, estiment réellement justifiée l'adoption – par eux-mêmes ou par d'autres francophones – d'une telle tendance à opter pour l'anglais. Sans minimiser l'importance de cette langue, certains ressentent nettement de l'inconfort devant la disponibilité inégale des francophones et des anglophones par rapport à l'apprentissage et à la pratique de l'autre langue. D'autres témoignent d'un malaise évident chez les francophones face à une identité linguistique qu'ils semblent difficilement assumer.

Par ailleurs, pour plusieurs participants des deux catégories d'entreprise (en majorité des gestionnaires bilingues), la langue des échanges, la plupart du temps, ne correspond pas tant à des préférences ou à des attitudes qu'à un besoin de « se faire comprendre ». Parler la langue de l'interlocuteur – le plus souvent l'anglais – est parfois nécessaire en raison de l'impossibilité ou de la difficulté réelle ou appréhendée de communiquer en français. En fait, le choix de la langue des échanges, s'il en est un, s'effectue sur la base de normes de communication – efficacité, productivité, rapidité – qui ne sont certes pas étrangères aux intérêts des entreprises. À ces intérêts se greffent aussi des choix linguistiques qui relèvent d'attitudes personnelles – flexibilité, bonhomie, réciprocité – reflétant le respect et l'ouverture à « la langue de l'autre ».

En ce qui concerne les rapports des non-francophones à la langue française, les personnes qui se sont prononcées sur ce point ont en commun de s'attendre à ce qu'allophones et anglophones parlent aussi français avec eux le plus souvent possible. Avec les anglophones, en particulier, il semble que cette attente cède souvent la place à de la frustration. En effet, les efforts très appréciés de quelques clients et collègues anglophones à faire usage du français – sans compter les jeunes jugés mieux disposés que leurs aînés à cet égard – contrastent avec les impressions beaucoup plus répandues que les anglophones se comportent de façon irrespectueuse et intolérante face au français et aux francophones.

Les choix exprimés en faveur de l'usage de l'anglais ainsi que les attitudes à l'égard du français attribuées aux anglophones indiquent comment les statuts de l'une et l'autre langues viennent à la fois structurer et colorer le rapport au français. Le statut du français perçu à travers le regard « irrespectueux » de l'anglophone semble d'autant moins élevé que celui de l'anglais suscite l'attitude inverse. Pourtant, en certains cas, une frustration est exprimée et, dans plusieurs autres, une relative distance est manifestée à l'égard de comportements linguistiques adoptés par soi-même – en somme, des choix que l'on cherche à mettre en question plutôt qu'à justifier. Car, en définitive, pour ces personnes comme pour de nombreuses autres, la langue française et l'identité francophone comptent et méritent d'être soutenues d'une manière ou d'une autre. Pour ceux qui sont au service d'entreprises de petite taille, ce soutien à apporter ne constitue pas véritablement un enjeu, compte tenu encore une fois de la prédominance du français à l'interne, ce qui n'empêche

pas à l'occasion d'en énoncer le principe. Pour les autres, cependant, les environnements bilingues dans lesquels ils se retrouvent généralement les amènent à prendre davantage position.

En fait, la grande majorité des personnes rencontrées ont en commun de croire en la nécessité pour la langue française de prendre sa place en milieu de travail, d'être respectée. Elles représentent la première des deux formes de positionnement identitaire que nous avons repérées. Deux tendances se distinguent cependant, chacune regroupant en nombre plus important des participants de la catégorie des entreprises de grande taille. La première se caractérise par la volonté de défendre le fait français contre une présence jugée trop forte de l'anglais en milieu de travail; la seconde, par la volonté d'y concilier la place du français avec celle de l'anglais. La valorisation de l'identité francophone, l'importance d'utiliser la langue française en diverses circonstances et l'intérêt qu'il y a à en faire partager la richesse sont les dimensions qu'a fait ressortir l'analyse dans le traitement de ces deux tendances. Chacune de ces dimensions a été interprétée différemment selon qu'elle se réfère à la première tendance (préserver l'identité; s'afficher en français; veiller au bon usage de la langue) ou à la seconde (assumer l'identité; s'exprimer en français; transmettre la langue).

Quant à l'autre forme de positionnement identitaire, ne regroupant que quelques personnes principalement au service d'entreprises de grande taille, nous avons vu qu'elle caractérisait la position de personnes pour qui le français n'avait pas à être spécialement défendu ou promu en milieu de travail.

#### **D- Le sens du travail en français**

L'analyse du positionnement identitaire face à la présence et à l'usage généralisés de l'anglais a montré que la majorité des personnes rencontrées tenait à ce que le français occupe une place respectable au travail et ce, quelle que soit la manière de le faire valoir. Nous avons vu par ailleurs que plusieurs appelaient à la vigilance concernant la situation générale du français au travail et, en particulier, le droit de travailler dans cette langue. Certains ont mis en doute l'utilité de mesures de francisation trop spécifiques, insistant plutôt sur l'importance d'intervenir auprès des directions d'entreprise pour susciter l'émergence d'une culture favorable au français. Parallèlement à cela, il a également été proposé de mettre l'accent sur le développement chez les personnes d'une autre attitude à l'égard du français, faite de fierté et peut-être surtout de confiance, que son statut de langue officielle du Québec ne suffit pas à induire et encore moins à instituer au niveau de la culture.

Car il existerait bel et bien un écart – et nos données semblent le confirmer – entre le statut théorique du français, tel que défini par la Charte de la langue française, et son statut réel, tel qu'il paraît être représenté à tout le moins dans certains milieux de travail. Comment expliquer sinon cette tendance déjà observée ailleurs (Comité interministériel..., 1996; McAll, 1990) et également relevée dans cette étude, à choisir systématiquement l'anglais en présence d'anglophones ou d'allophones? On a vu que pour McAll cette attitude faisait partie des facteurs liés au statut de l'anglais contribuant à maintenir le français en position désavantageuse. L'exigence souvent abusive de l'anglais comme condition d'emploi à l'interne sans équivalence pour les anglophones en ce qui concerne le français, en est un autre qui a été soulevée par des participants de notre enquête.

Rappelons que de tels facteurs, définis comme endogènes par McAll, seraient à son avis tributaires de la spécificité des rapports historiques de pouvoir entre les communautés anglophone et francophone (ou entre le français et l'anglais) au Québec, et suffiraient à expliquer la prédominance de l'anglais dans certains milieux de travail sans qu'il soit nécessaire de recourir à la thèse de l'internationalisation de l'économie québécoise. Nos résultats semblent aller dans le même sens. Outre les facteurs mentionnés, les analyses ayant porté sur les rapports linguistiques à l'interne

(verticaux et horizontaux), sur la représentation du statut de l'anglais en termes de ses avantages pour les personnes (mobilité professionnelle, polyvalence, etc.), ou encore sur les réactions à l'aménagement du corpus (« pourquoi tu me mets ça en français? »), nous renvoient en effet à un ensemble de caractéristiques qui ne sont pas sans évoquer une histoire particulière des rapports entre francophones et anglophones au Québec.

Cela ne signifie pas que l'internationalisation de l'économie ou que la mondialisation telle que la définit Gauthier (1995)<sup>12</sup> n'ont aucune incidence sur la place occupée par l'anglais dans les entreprises au Québec. D'après les données recueillies, il apparaît au contraire que l'interdépendance organisationnelle caractérisant certaines entreprises de grande taille ainsi que leur développement en réseaux transnationaux auraient effectivement un impact sur le processus de production et sur les communications internes. Pourtant, au delà du « prétexte » de l'internationalisation des marchés très souvent mentionné par nos participants pour justifier l'incertitude de l'anglais, le bilinguisme comme condition absolue d'embauche et même la diffusion « en anglais seulement » de communiqués d'information, ce sont bel et bien des facteurs propres à la gestion interne de l'entreprise ou aux pratiques linguistiques des personnes qui semblent surtout avoir joué.

En d'autres termes, la mondialisation, tant au niveau de ses effets réels que du point de vue de sa représentation (le discours social tenu à son sujet), ne ferait qu'amplifier la question déjà problématique de la place du français au travail et rendre moins aisé l'aménagement de son statut. Il est en effet plus facile lorsque l'on évoque, par exemple, la présence mondialisée de l'anglais dans le domaine des technologies de l'information et des communications (logiciels, informatisation, etc.), comme certains n'ont pas manqué de le faire, d'opposer quelque résistance aux tentatives proposées de francisation des outils informatiques. Cette question des outils informatiques nous apparaît d'ailleurs tout à fait intéressante dans la mesure où certaines des personnes réfractaires à une telle francisation étaient loin d'être hostiles à l'idée d'une francisation plus globale et systématique des entreprises québécoises, jugée nécessaire en raison précisément de l'importance accordée au renforcement du statut de la langue française au Québec.

Le sens du travail en français au Québec dans un contexte de mondialisation des marchés apparaît en définitive très relatif. À la lumière des résultats obtenus, présumer, comme nous l'avons fait dans l'énoncé de la problématique, que « le travail en français [pourrait] devenir le résiduel de l'espace " construit et maintenu institutionnellement " [McAll] du travail en anglais », est peu probable tant il existe, nous semble-t-il, une volonté de mettre en question le rapport à cet espace tout en faisant valoir celui du français. Et de toute manière, travailler en français n'est jamais une abstraction pour les personnes que nous avons rencontrées, cela représente à la fois beaucoup plus et autre chose que seulement « travailler dans un environnement francisé » (selon les paramètres de la francisation circonscrits par la Charte).

En fait, rares sont les personnes qui ont affirmé ne pas travailler en français, en incluant celles dont l'essentiel des tâches était pourtant réalisé en anglais. On ne peut plus désormais se baser sur des critères objectifs, tels que la proportion de temps plus élevée consacrée au français, ou les échanges en français entre patrons et employés ou entre collègues, et encore moins sur l'appréciation de la place réellement occupée par le français au sein de l'entreprise si celle-ci s'avère peu importante. D'autres critères émergent, plus subjectifs, tels ceux que notre analyse a permis de dégager. Certains permettent d'entretenir l'illusion du travail en français, comme pour conjurer la dépréciation du statut de cette langue et de l'identité francophone (par exemple le Québec comme référent

---

<sup>12</sup> Voir la problématique, p. 14-19.

territorial du travail en français alors que l'environnement de l'entreprise est principalement en anglais; ou le fait de travailler « dans sa tête » en français malgré des outils en anglais et des collègues anglophones).

La plupart cependant ont pour effet d'établir de nouveaux repères et même de nouveaux espaces du travail en français. La régularité, par exemple, nous paraît être un repère, tout comme, à un autre niveau, la langue du propriétaire; tandis que la communication se conçoit plutôt comme un espace dans lequel, éventuellement, les sphères privée et publique, affective et effective, du travail en français pourront trouver à mieux s'articuler les unes aux autres, notamment dans les entreprises de grande taille où l'on confine peut-être encore trop souvent le français à l'espace somme toute un peu ténu des rapports conviviaux.

### Bibliographie

- ASSOCIATED PRESS (2001). « Internet : l'anglais perd du terrain », dans : *La Presse*, 27 mars, p. A5.
- BÉLAND, P. (1993). « Le français, langue normale et habituelle du travail : au travail comme à la maison », dans : *Les Actes du colloque sur la problématique de l'aménagement linguistique (enjeux théoriques et pratiques)*, tome 1, Conseil de la langue française, Gouvernement du Québec, Chicoutimi, mai, p. 115-123, « Langues et sociétés ».
- BÉLAND, P. (2001). *L'effet des communications internationales sur la langue du travail dans les entreprises québécoises en 1997*, texte présenté au Séminaire de Lyon, décembre, Conseil de la langue française, 25 p.
- BOUCHARD, P. (1991). *Les enjeux de la francisation des entreprises au Québec (1977-1984)*, Office de la langue française, Gouvernement du Québec, 250 p.
- BOUCHARD, P. (1992). « Une réelle francisation des entreprises : de la possibilité à la réalité », dans : *Les Actes du colloque sur la situation linguistique au Québec*, Congrès de l'ACFAS, 13 mai 1992, p. 115-136, « Langues et Sociétés ».
- BOUCHARD, P. (1993). « Le travail en français : une question à approfondir », dans : *Les Actes du colloque sur la problématique de l'aménagement linguistique (enjeux théoriques et pratiques)*, tome 1, Chicoutimi, mai, p. 123-137, « Langues et Sociétés ».
- BOUCHARD, P. (1997). « Les entreprises en application de programme depuis 10 ans et plus », dans : *Un problème à géométrie et à solution variables*, Office de la langue française, Gouvernement du Québec, juillet, 71 p.
- CHOLETTE, G. (1993). *L'Office de la langue française de 1961 à 1974, regard et témoignage*, Institut québécois de recherche sur la Culture, Office de la langue française, 469 p.
- COMITÉ INTERMINISTÉRIEL SUR LA SITUATION DE LA LANGUE FRANÇAISE (1996). *Le français langue commune. Enjeu de la société québécoise, Bilan de la situation de la langue française au Québec en 1995*, Gouvernement du Québec, 319 p.
- CONSEIL DE LA LANGUE FRANÇAISE (1986). *Les enjeux de la francisation des entreprises, Rapport du CLF sur la francisation des entreprises*, Gouvernement du Québec, 106 p.
- CONSEIL DE LA LANGUE FRANÇAISE (1995). *Indicateurs de la langue du travail au Québec*, Les Publications du Québec, Gouvernement du Québec, 156 p.
- DUMAS, G. (1995). « Séance de synthèse du Séminaire », dans : *Langue nationale et mondialisation : enjeux et défis pour le français*, Actes du Séminaire, Conseil de la langue française, Gouvernement du Québec, p. 343-348.
- FÉDÉRATION DES TRAVAILLEURS ET DES TRAVAILLEUSES DU QUÉBEC (1998). *Travailler en français, on ne demande pas la lune*, Rapport de la mission d'observation de la FTQ sur l'état du français dans les milieux de travail du secteur de l'aéronautique et de l'aérospatiale, décembre, 50 p.
- GAGNON, M. J. (2000). *Langue du travail et mondialisation des échanges : situation dans les PME et dans les grandes entreprises québécoises en 1997*, Séminaire de Lyon, Conseil de la langue française, Gouvernement du Québec, décembre, 25 p.
- GAUTHIER, J. (1995). « Mondialisation et questions linguistiques, essai de problématique générale », dans : *Langue nationale et mondialisation : enjeux et défis pour le français*, actes du Séminaire, Conseil de la langue française, Gouvernement du Québec, p. 9-31.
- INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (ISQ) (2000). *Rang et valeur des importations internationales selon les principaux pays d'origine, Québec et Canada, 1998 et 1999*, août.

- LABRIE, N. (1995). « Les enjeux linguistiques nord-américains de l'Accord de libre-échange entre le Canada, le Mexique et les États-Unis : quelles stratégies mettre au point face à l'anglais *lingua franca* de fait? », dans : *Langue nationale et mondialisation : enjeux et défis pour le français*, Actes du Séminaire, Conseil de la langue française, Gouvernement du Québec, p. 9-31.
- LARIVÉE, Y. (1996). *Les avantages de travailler en français : le point de vue des travailleurs*, Rapport portant sur 15 groupes de discussion tenus par la CSN et la FTQ, Office de la langue française, Gouvernement du Québec.
- LOUBIER, C. et A. MARTIN (1993). *L'implantation du français, Actualisation d'un changement linguistique planifié*, Office de la langue française, Gouvernement du Québec, 137 p., « Langues et Sociétés ».
- LOUBIER, C. (1994). « L'aménagement linguistique au Québec, enjeux et devenir », Office de la langue française, Gouvernement du Québec, 145 p., « Langues et Sociétés ».
- MCALL, C. (1992). « Langues et silence : les travailleurs immigrés au Québec et la sociologie du langage », dans : *Sociologie et sociétés*, 24(2), p. 117-130.
- MCALL, C., J. ARCHAMBAULT, C. MONTGOMERY, F. MUYARD, et L. TREMBLAY (1993). *Langues et langage dans quatre milieux de travail à Montréal*, Département de sociologie, Université de Montréal, 209 p.
- MCALL, C., L. GILBERT et L. TREMBLAY (1990). *La situation linguistique des travailleurs et travailleuses allophones en milieu de travail*, Institut de recherche appliquée sur le travail, 47 p.
- MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE (MIC), Direction de l'analyse économique (2000). *Tendances Québec*, 43 p.
- RONDEAU, J. C. (1995). « L'État québécois et l'aménagement linguistique face à la mondialisation : barricades ou coopération », dans : *Langue nationale et mondialisation : enjeux et défis pour le français*, actes du Séminaire, Conseil de la langue française, Gouvernement du Québec, p. 313-341.
- SALES, A. (2001). *Économie mondialisée et puissance linguistique*, texte présenté aux États généraux sur la situation et l'avenir de la langue française au Québec, Journées thématiques sur la langue de travail, 15-16 février 2001, Université de Montréal, 8 p.
- SALVAIL, B. (2001). *La francisation des entreprises : un processus continu souvent interrompu*, texte présenté aux États généraux sur la situation et l'avenir de la langue française au Québec, Journées thématiques sur la langue de travail, 15-16 février 2001, Office de la langue française, 33 p.
- SAINT-PIERRE, B. (2001). *Quelques données sur le contexte, le processus de certification et le travail en français*, texte présenté aux États généraux sur la situation et l'avenir de la langue française au Québec, Journées thématiques sur la langue de travail, 15-16 février 2001, Office de la langue française, 20 p.
- VAILLANCOURT, F. (1990). *L'étude des avantages et coûts économiques de travailler en français au Québec*, Avis de faisabilité, 16 p.



**Annexe 1**  
**Données statistiques sur les participants<sup>13</sup> et les entreprises**

---

<sup>13</sup> Parmi les 120 participants aux entrevues, quelques-uns n'ont pas répondu à certaines questions de la Fiche du participant (Annexe 3); ceci explique le nombre différent de participants d'un tableau à l'autre.



**Tableau 1**  
**Répartition (%) des participants**  
**selon le statut d'emploi et la taille des entreprises**

Statut d'emploi	Taille des entreprises		Total
	10-49 employés	50-99 employés	
Travailleurs :	36 (48,0)	39 (52,0)	75 (62,5)
– administration	34 (94,4)	18 (46,2)	52 (69,3)
– production	2 (5,6)	21 (53,8)	23 (30,7)
Gestionnaires	22 (48,9)	23 (51,1)	45 (37,5)
Total	58 (48,3)	62 (51,2)	120 (100,0)

**Tableau 2**  
**Répartition (%) des participants,**  
**selon la localisation des sièges sociaux et la taille des entreprises**

Localisation des sièges sociaux	Taille des entreprises		Total
	10-49 employés	50-99 employés	
Au Québec	56 (98,2)	45 (72,6)	101 (84,9)
Hors du Québec :	1 (1,8)	17 (27,4)	18 (15,1)
Au Canada (hors Québec)	0	8 (47,0)	8 (44,4)
En dehors du Canada	1 (100,0)	9 (53,0)	10 (55,6)
Total	57 (47,9)	62 (52,1)	119 (100,0)

**Tableau 3**  
**Répartition (%) des participants,**  
**selon la langue maternelle des propriétaires et la taille des entreprises**

Langue maternelle des propriétaires d'entreprises	Taille des entreprises		Total
	10-49 employés	50-99 employés	
Français	38 (60,3)	25 (39,7)	63 (53,5)
Anglais	5 (20,8)	19 (79,2)	24 (20,3)
Français/anglais	3 (60,0)	2 (40,0)	5 (4,2)
Autre(s)*	11 (42,3)	15 (57,7)	26 (22,0)
Total	57 (48,3)	61 (51,7)	118 (100,0)

\* Autre(s) : libanais, italien, arabe, allemand, suédois.

**Tableau 4****Répartition (%) des participants selon le sexe et le statut d'emploi**

Sexe	Statut d'emploi		Total
	Gestionnaires	Travailleurs	
Hommes	20 (45,5)	42 (56,0)	62 (52,1)
Femmes	24 (54,5)	33 (44,0)	57 (47,9)
Total	44 (100,0)	75 (100,0)	119 (100,0)

**Tableau 5****Répartition (%) des participants selon la langue maternelle et le statut d'emploi**

Langue maternelle	Statut d'emploi		Total
	Gestionnaires	Travailleurs	
Français	35 (79,6)	59 (78,7)	94 (78,9)
Anglais	2 (4,5)	3 (4,0)	5 (4,2)
Autre*	7 (15,9)	13 (17,3)	20 (16,8)
Total	44 (100,0)	75 (100,0)	119 (100,0)

\* Autre(s) : au moins huit langues différentes : vietnamien, grec, italien, espagnol, portugais, arabe, roumain, créole.

**Tableau 6****Répartition (%) des participants selon la scolarité et le statut d'emploi**

Scolarité	Statut d'emploi		Total
	Gestionnaires	Travailleurs	
Moins de 13 ans	12 (28,6)	25 (34,7)	37 (32,5)
13-15 ans	11 (26,2)	28 (38,9)	39 (34,2)
16 ans et +	19 (45,2)	19 (26,4)	38 (33,3)
Total	42 (100,0)	72 (100,0)	114 (100,0)

**Tableau 7****Répartition (%) des participants selon le groupe d'âge et le statut d'emploi**

Groupe d'âge	Statut d'emploi		Total
	Gestionnaires	Travailleurs	
Moins de 20 ans	1 (2,3)	—	1 (0,1)
20-39	15 (34,1)	36 (48,6)	51 (43,6)
40-49	15 (34,1)	26 (35,2)	41 (35,0)
50 et +	13 (29,5)	12 (16,2)	25 (21,3)
Total	44 (100,0)	74 (100,0)	117 (100,0)

**Annexe 2**  
**Canevas d'entrevue de groupe**



Étapes	Durée
<p><b>Mot de bienvenue; remerciement pour prendre le temps de participer à cet échange</b></p> <p><b>Présentation de l'animatrice</b></p> <p><b>Préciser l'objectif de la rencontre (mandat de l'OLF) :</b></p> <p>On s'interroge actuellement sur les perceptions que les dirigeants d'entreprise et les travailleurs ont du « travail en français ». Vous avez été choisis parce que vous représentez différents milieux de travail, parce que la somme et la diversité de vos perceptions sur la question vont enrichir considérablement nos réflexions sur le « travail en français ».</p> <p>Comme il s'agit de vos perceptions, sur la base de votre propre expérience de travail, vous comprendrez qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Tout ce que pouvez dire au sujet de votre expérience a de l'importance pour nous.</p> <p><b>Déroulement de l'échange :</b></p> <p>Durée maximale de 1 h 20 minutes.</p> <p>Pour profiter au maximum de l'ensemble de vos réflexions, il a été prévu d'enregistrer l'échange et de bénéficier aussi de la présence de deux observateurs. Ils sont derrière la fenêtre. Vous pourrez les rencontrer après la rencontre si vous le désirez. La confidentialité des opinions ou commentaires émis est assurée.</p> <p>Notre rencontre va porter sur un seul thème. Vous pouvez vous attendre à ce que je rappelle de temps à autre le temps qui reste.</p> <p>Je vous invite à échanger entre vous. Il est important que tout le monde ait la chance de s'exprimer.</p> <p>Il se peut que vous ayez des points de vue différents sur certains sujets. Toutes les opinions sont bienvenues. C'est justement le but de cette rencontre de connaître vos opinions, quelles qu'elles soient.</p> <p>Faites-moi un signe pour que je vous donne la parole. Il n'y aura pas de tour de table formel, c'est-à-dire qu'il n'y a pas d'ordre précis. Pour les besoins de l'analyse, je vais vous nommer à chaque fois que vous prendrez la parole.</p>	5 minutes
<p><b>Présentation des participants</b></p> <p>Afin de nous connaître, on peut commencer par un rapide tour de table afin que chacun ait la chance de se présenter. Pouvez-vous mentionner :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– votre nom</li> <li>– l'entreprise pour laquelle vous travaillez</li> <li>– le secteur d'emploi de votre entreprise (ex : imprimerie, textile, etc.)</li> <li>– votre titre et vos fonctions de travail.</li> </ul>	5 minutes
<p><b>Question thème :</b></p> <p><b>2. <i>Qu'est-ce que ça veut dire pour vous de travailler en français?</i></b></p>	80 minutes



**Annexe 3**  
**Fiche du participant**



**Entrevue :** Date : \_\_\_\_\_ Heure : \_\_\_\_\_

➤ **Informations générales :**

1. Votre nom : \_\_\_\_\_

2. À quel groupe d'âge appartenez-vous (cochez)?

- moins de 20 ans \_\_\_\_\_
- 20-39 \_\_\_\_\_
- 40-49 \_\_\_\_\_
- 50 et plus \_\_\_\_\_

3. Quelle est votre langue maternelle (cochez)?

- français \_\_\_\_\_
- anglais \_\_\_\_\_
- autre (laquelle) \_\_\_\_\_

4. Quelle est votre scolarité? (encerclez le nombre d'années)

6      7      8      9      10      11      12      13      14      15      16      17      18

➤ **L'entreprise où vous travaillez :**

5. Nom de l'entreprise :

\_\_\_\_\_

6. Activités de l'entreprise ( ex : manufacture de vêtement, etc. ) :

\_\_\_\_\_

7. Taille de l'entreprise (cochez) :

- 10-49 employés \_\_\_\_\_
- 50-99 employés \_\_\_\_\_

8. Siège social de l'entreprise (cochez) :

- au Québec \_\_\_\_\_
- au Canada (hors Québec) \_\_\_\_\_
- en dehors du Canada \_\_\_\_\_

9. Langue maternelle des propriétaires (cochez) :

- français \_\_\_\_\_
- anglais \_\_\_\_\_
- autre(s) (lesquelles) \_\_\_\_\_

➤ **Votre occupation dans l'entreprise :**

10. Titre : \_\_\_\_\_

11. Fonctions : \_\_\_\_\_