

Anne-Catherine Oudart
Université Lille 1, Centre Universitaire Economie d'Education Permanente

Quand dans une entreprise deux logiques rédactionnelles s'affrontent :
quels enjeux pour la formation ?

Le monde du travail a développé des outils de communication favorisant l'opérationnalité et visant la productivité. Dans le domaine du courrier d'entreprise, les lettres de réponse aux clients, construites à l'aide de codes-phrases, en sont un exemple. Ces écrits « préconçus » introduisent un mode d'écriture automatisé basé sur une logique linéaire, analytique, de type opératoire faisant appel à la mémorisation. En ce sens, ils se différencient des écrits personnalisés, lesquels reposent sur une logique constructive, créative, tenant compte du contexte et de l'effet communicationnel. Chacun de ces écrits renvoie donc à deux modes de construction distincts, voire antagonistes. Avoir recours à ces deux modes d'écriture pour une même tâche présuppose la capacité pour l'écrivain de passer d'une logique à une autre. Ce passage n'est pas sans poser de problèmes aux opératrices-correspondancières qui doivent notamment privilégier dans leurs tâches le mode d'écriture automatisé et qui par ailleurs, parallèlement, effectuent constamment des gestes d'action préparatoires à l'écriture : vérifier les informations, enregistrer le motif de la communication dans une mémoire informatisée. Nous confronterons ces deux modes d'écriture et exposerons comment une Formation-Action accompagnant un Service de Correspondance dans son projet de transformation qualitative des écrits personnalisés a dû tenir compte de ces deux logiques rédactionnelles. Nous dégagerons notamment les aspects cognitifs liés à chaque mode d'écriture et observerons plus particulièrement la prégnance des logiques opératoires dans les écrits personnalisés. Nous illustrerons par des exemples concrets quelques éléments de la démarche formative proposée pour réintroduire, conformément au souhait de l'entreprise, la cliente au centre de la communication personnalisée. Nos propos s'appuieront sur des observations issues d'une Formation-Action effectuée pendant sept ans avec l'ensemble des rédactrices du Service Clientèle d'une Entreprise de Vente par Correspondance de la région Lilloise, et sur les premiers résultats de travaux de recherche menés dans le cadre d'une Thèse en Sciences de l'Education. En conclusion nous montrerons comment les formations ancrées dans les situations de travail, en lien avec les objectifs qualitatifs de l'entreprise, modifient les stratégies éducatives d'une discipline d'enseignement et deviennent de véritables enjeux pour la formation continue.