

Le Centre de Langues et de Traduction de l'Université Libanaise vous invite à prendre part au colloque international : « **L'impact de l'interculturel sur la négociation** » qui se tiendra dans les locaux du Centre les 29-30 novembre 2012.

Notre colloque s'articule autour d'une problématique principale: l'impact de l'interculturel sur la négociation. Il convient, d'abord, de définir brièvement l'interculturel, de préciser la notion de culture, et d'esquisser le champ conceptuel de la négociation, tel que nous envisageons de l'aborder.

Le concept de l'interculturel renvoie à tout processus d'interaction entre partenaires de cultures différentes lors duquel les divergences sont reconnues, assumées et éventuellement dépassées en vue de **construire** ensemble.

La culture telle qu'elle a été définie par Faure et Rubin (1993), est un ensemble de significations, valeurs et croyances de nature collective et dotées d'une certaine durabilité qui caractérisent un groupe d'individus sur une base nationale, ethnique ou autre et orientent leurs conduites.

La négociation, quant à elle, est définie par Guillaume Ladet, comme la recherche d'un accord centré sur **des intérêts matériels ou des enjeux quantifiables** entre deux ou plusieurs interlocuteurs dans un temps limité. Cette recherche d'accord implique **la confrontation d'intérêts** incompatibles sur divers points que chaque interlocuteur va tenter de rendre compatibles par un jeu de **concessions mutuelles**. Trois termes clés sont à retenir: « échange », « concession » et « contre-partie ». Si la négociation se déroule en mode coopératif, elle conduit à un accord acté qui présente des avantages pour les deux parties (gagnant-gagnant) et si elle se déroule en mode compétitif, l'accord risque d'être gagnant-perdant et instable et même perdant- perdant. Il y a lieu de souligner que le terme « négociation » n'est pas

l'apanage du domaine commercial. Il peut embrasser maints secteurs de la vie quotidienne: politique, social, psychologique, juridique, linguistique et didactique. Ainsi, le résultat de la négociation peut être formalisé par un **contrat** (domaine juridique et économique), un **traité** (politique), un **accord**, une **convention** (domaine social), un **compromis**, un **arrangement**, un **accommodement**, un **consensus**, une **transaction**, un **achat ou une vente**, un **mariage ... et même une traduction**.

Il s'agit de vérifier dans quelle mesure l'interculturel a un impact sur la négociation sans toutefois tomber dans le piège de la généralisation qui pourrait mener à la création de schèmes collectifs figés.

Le champ conceptuel de la négociation étant très large, l'interculturel exerce-t-il le même impact dans les différents domaines d'application (politique, commercial, publicité, traduction, etc... ? Existe-il des techniques ou astuces de négociation qui permettent de débloquent des conflits interculturels selon les cas?

En cas d'asymétrie d'information, de compétence technique (degré d'expertise) ou de pouvoir (économique, militaire, politique, symbolique,...), peut-on continuer à parler seulement d'interculturel ou faut-il parler aussi de rapport de forces ? Le cas échéant, comment évaluer la part du rapport de forces et celle de l'interculturel et quels sont les paramètres à prendre en compte pour les mesurer ? Comment se manifeste le rapport de force ? Pouvoir de récompense, de coercition, de référence, de compétence, pouvoir légitime ? Le rapport de force est-il plus ou moins important dans une négociation interculturelle ? Dans quelle mesure la compréhension de ces ressorts de pouvoir peut-elle faciliter la préparation de la négociation à savoir la fixation des seuils de négociation, la construction de l'argument et l'anticipation du comportement de l'autre ?

La concession et l'accommodement qu'implique la négociation ne pourraient-ils pas donner satisfaction à une partie et causer la frustration pour l'autre même si le résultat de la négociation est du type gagnant-gagnant ? Ne peut-on pas parler dans certains cas d'anti-négociation » ?

Les contributions au colloque tenteront d'apporter des éléments de réponse à ces questions en analysant la négociation à travers les différents modes de communication et dans différents domaines.

La communication verbale: articulant le concept de la non-superposition des systèmes culturels en contact à celui de la nécessité de l'adaptation du discours en fonction du profil socio-culturel du public cible, nous tenterons de cerner les stratégies linguistiques à suivre pour que la communication fonctionne.

La communication non-verbale: à travers l'analyse d'éléments de la communication non-verbale, nous nous interrogerons sur l'importance de la prise en considération de ces éléments dans la négociation interculturelle. Nous analyserons notamment les aspects suivants:

Le langage du corps: la gestuelle, la proxémique, l'apparence, le code vestimentaire...

Les expressions faciales: la mimique, le regard, ...

Les phénomènes de prosodie: le timbre de la voix, les inflexions et les intonations, le silence,...

La gestion du temps et de l'espace.

Les rituels de politesse: salutations, remerciements, présentation...

Il convient toutefois de signaler que cette subdivision n'est faite que dans un souci de formalisation et que les modes de communication sont en réalité mixtes.

Nous aborderons la négociation dans les domaines suivants:

Le domaine politique: Seront analysés, à partir d'exemples concrets, le processus de négociation politique, son objet en terme de négociabilité, ses étapes, l'intervention des médiateurs, le jeu des émotions, les peurs des interlocuteurs, leurs croyances, leurs forces, leurs enjeux, leurs points de vue, le contexte dans lequel se déroule la négociation et les facteurs qui agissent sur elle.

Le domaine commercial: Beaucoup considèrent la négociation commerciale comme une technique dont il faut maîtriser les outils. Peut-on dans ce cas-là occulter le rôle des négociateurs et, par conséquent, nier l'impact de la dimension interculturelle? Les contributions apporteront une réponse à ce questionnement à travers l'étude de la structure, de la stratégie, des processus et des résultats de cas réels ou simulés.

Le domaine managérial: en raison de la mondialisation, l'entreprise devient une mini-société formée de plusieurs individus caractérisés par des traits culturels différents (partenaires de plusieurs nationalités). La gestion de l'entreprise nécessite la mise en place d'une négociation implicite et/ou explicite entre les différents acteurs. Cette négociation est-elle conditionnée par l'impact de l'interculturel ou par le rapport de force entre les acteurs à intérêts divergents surtout en cas d'asymétrie d'information?

Le domaine de la publicité: Envisagée comme une forme de négociation entre un vendeur et un acheteur, et considérée comme un art au service de la vente et non de l'art pour l'art, la publicité repose sur un processus tripartite qui joint le cognitif à l'affectif et au conatif ou comportemental. En vertu du principe du global « think global, act local », la commercialisation de produits à l'échelle

internationale recourt très souvent à l'adaptation des slogans ou leur réécriture en fonction des exigences culturelles du consommateur.

Le domaine de la traduction: Négociation, communication et médiation culturelle sont trois concepts clés du processus traductionnel. La traduction est une perpétuelle négociation, recherche des équivalences entre deux systèmes linguistiques et culturels en contact. Elle constitue une pratique déterminante dans la restitution de l'esprit de la culture d'origine et de ses valeurs esthétiques. De cette négociation surgissent les concepts d'intraduisibilité, d'intranscodabilité, de fidélité, de déperdition, de blancs sémantiques, et de trahison.

Le domaine socio-littéraire : Il s'agit d'étudier la négociation dans les domaines sociologique, pédagogique et littéraire. La communication qui s'établit entre l'auteur et le lecteur, l'enseignant et l'apprenant, le mari et la femme ... constitue , d'une certaine façon, un espace de négociation. Analyser les contraintes auxquelles est soumise cette communication et les stratégies de négociation qui en découlent fera l'objet de cet axe.

Comité Scientifique (par ordre alphabétique):

Université Paris 3- Sorbonne Nouvelle

El Qasem Fayza

Elsabeh Chibel

Karsaklian Eliane

Peyronel Valérie

Richet Bertrand

Université Française d’Egypte

Julien Catherine

Mouharam Sahar

Centre de Langues et de Traduction-Université Libanaise

Bazzi Samia

Chahine Gaby

Hammoud Riad

Meneem Nayla

Moucannas Hoda

Riachi Gisèle

Tout chercheur désireux d’intervenir dans le cadre de ce colloque est invité à transmettre son CV et un abstract de sa communication, **avant le 30 mars 2012** à l’adresse électronique suivante : ULCLT.colloque2012@gmail.com

Chaque proposition de communication sera évaluée anonymement par au moins deux membres du comité scientifique. L’intervenant sera informé de l’acceptation de sa proposition, au plus tard, **le 30 avril 2012**.

Il est demandé à l’intervenant de communiquer au Secrétariat du Colloque une version électronique définitive de sa communication **avant fin janvier 2013**.

La communication respectera les normes suivantes :

Police de caractère : Times New Roman 12

15000 à 20000 signes maximum (espace, note de bas de page et bibliographie compris)

Texte justifié à gauche et à droite et intertitres en gras.

Citations en italique et entre guillemets.

Références dans le texte (Nom de l'auteur : année, page).
Références bibliographiques en fin du texte.

Un comité de lecture évaluera après le colloque les communications qui seront retenues pour la publication. Le cas échéant, l'intervenant sera notifié individuellement.