

Zeitschrift: Schweizerische Zeitschrift für Soziologie = Revue suisse de sociologie
= Swiss journal of sociology

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Soziologie

Band: 23 (1997)

Heft: 2

Artikel: Un bon usage des malentendus culturels : pour une pragmatique de la
culturalité

Autor: Abdallah-Pretcielle, Martine

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-814622>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

DU BON USAGE DES MALENTENDUS CULTURELS : POUR UNE PRAGMATIQUE DE LA CULTURALITÉ

Martine Abdallah-Pretceille

Cité Internationale Universitaire de Paris

La composition plurielle du tissu social impose de repenser la question de la communication par rapport à l'hétérogénéité culturelle qui est désormais structurelle et non pas seulement conjoncturelle; hétérogénéité comprise essentiellement à travers la variable «culture» (dans son acception anthropologique). La question est de savoir si la culture constitue un obstacle à la communication et si oui sous quelles formes ? Dans quelles mesures, les dysfonctionnements de la communication sont-ils liés aux appartenances culturelles des locuteurs ?

1. Le culturalisme, «maladie infantile» de la diversité culturelle

Une brève présentation d'exemples de malentendus culturels, pris dans des secteurs d'activité très différents les uns des autres, nous permettra de démontrer que ce sont moins les caractéristiques culturelles qui entravent la communication, que les dysfonctionnements au niveau relationnel.

Le premier exemple sera tiré du secteur touristique. Suite à un voyage en Inde, une touriste retrace l'incident suivant à propos d'un transport en «pousse-pousse» : «sur une route pleine de trous, le conducteur de pousse-pousse peine, fait des efforts. Le couple de touristes observe la contraction des muscles et la souffrance du conducteur. Ils décident donc d'arrêter leur course tout en payant la totalité. L'intéressé manifeste son mécontentement car il pense que les voyageurs ne sont pas contents de son travail.»

S'agit-il d'un problème de culture, de relation ou de méta-communication (capacité de communiquer sur la communication) ?

La multiplication des guides culturels à disposition des voyageurs correspond à une tentative de donner une réponse à ce qui est supposé bloquer la communication. Paul Watzlawick, lui-même, n'a pu résister aux sirènes de la commercialisation de l'altérité culturelle. Dans son *Guide non conformiste pour l'usage de l'Amérique* (1987), il décrit l'Amérique et les pièges qu'elle recèle pour un Européen. Il tente de cerner l'*homo americanus* en donnant des informations pratiques concernant les secteurs privés ou publics (postes, banques,

douanes, etc. ...), des renseignements sur les déplacements (routes, codes de circulation ...), sur des détails de la vie pratique ainsi que sur toute une série de thèmes considérés comme spécifiques. En un mot, il s'agit d'un manuel pratique destiné à éviter les malentendus. Le postulat de l'auteur est que *«la coexistence des nations peut souvent être empoisonnée de la façon la plus irrationnelle, par des perspectives erronées lourdes de conséquences qui, au fond, ne changent pas de nature et qu'on impute toujours aux autres»* (Watzlawick, 1987, 11). Watzlawick postule que les connaissances sur l'Autre faciliteront une meilleure compréhension et éviteront les conflits.

Dans le secteur commercial, on trouve aussi de nombreuses illustrations de cette problématique. Ainsi, par exemple, une caissière d'un super-marché déclare qu'il y a des incidents essentiellement lorsqu'il y a mécontentement. Ce n'est que dans ce type de situation que les étrangers justifient éventuellement la non-résolution du problème (refus de changer l'article ou de rembourser, par exemple) par le racisme des vendeurs ou de la caissière.

Là encore s'agit-il d'un problème de culture ou de communication au sens relationnel du terme ?

Le milieu médical est largement propice à la narration d'anecdotes relatives aux malentendus culturels. Sollicitée sur cette question, une infirmière qui travaille dans une maternité évoque des situations diverses mais conclut en disant que les différences culturelles ne posent pas réellement de problèmes. Elle explique, par exemple, que les femmes maghrébines montent sur leur lit «à quatre pattes» et ce, malgré les recommandations des infirmières, que l'expression de la souffrance est très théâtrale chez les femmes algériennes, particulièrement en présence des maris, que la famille «campe» dans la chambre pendant des heures, etc. ... Pour l'infirmière interviewée, tout ceci ne pose pas de réelles difficultés et le corps médical s'est, pour reprendre ses propos, adapté.

Elle évoque, par ailleurs, le problème posé par la présence des maris qui sont sollicités par les médecins français alors que ce n'est pas l'habitude chez eux car la tradition veut que les accouchements se passent dans une communauté féminine (mères, soeurs ...). Les femmes ont le monopole de la naissance mais, après, ce sont les maris qui décident de tout, y compris du prénom. L'infirmière rappelle que, parfois, les femmes refusent de donner un prénom si le mari n'est pas là. Par contre, selon elle, les hommes prennent facilement en charge les enfants quand la mère est hospitalisée, ils assument très bien leur paternité dans ces situations. L'infirmière précise que, finalement, une fois la surprise passée, les différences culturelles ne dérangent pas et que l'institution hospitalière s'est adaptée.

Certains diront avec véhémence que les remarques faites par l'infimière sont culturellement fausses et que la réalité culturelle est différente. Peu importe en fait, car la question demeure de savoir, une fois de plus, où se situe le problème : dans les différences culturelles ou dans la relation entretenue entre les protagonistes ?

Le monde de l'entreprise, est lui aussi, traversé par l'expérience de la diversité culturelle. C'est ainsi, par exemple, que dans un article¹, Ludwig Siegele évoque les malentendus entre les hommes d'entreprise des deux côtés du Rhin. Ils n'ont pas la même conception du temps, de la hiérarchie, de l'information, de la carrière et des méthodes de travail : «concept» disait l'ordre du jour des Français, «konzept», pouvait-on lire dans la version allemande. Le malentendu était, selon Siegele, programmé, car les mots ne veulent pas dire la même chose. Les Français s'étaient préparés à un «brainstorming», les Allemands, eux, avaient en poche, tout un projet. L'auteur de l'article prône une meilleure compréhension et collaboration afin de surmonter les malentendus. Le plus surprenant reste la conclusion car, après cette déclaration d'intention sur une nécessaire connaissance d'autrui, Siegele note que cette approche ne fait pas recette compte-tenu de la situation de crise. A l'appui de ses dires, il cite les propos d'un cadre d'Euromissile : *«Quand on a des problèmes budgétaires, on redevient frileux. C'est époustouflant, comment le caractère allemand de mon homologue ressort en temps de crise. Pourtant, il est marié avec une Française depuis 25 ans !»*

Question de cultures ou de relations ? Là encore, il nous faut choisir, en tout cas, il nous faut analyser. L'explication des malentendus de la communication à partir des caractéristiques culturelles ne serait-elle pas l'arbre qui cache la forêt ?

Un dernier exemple, complètera la typologie en construction. En France, si l'on demande «vous aimez le couscous ?», vous répondez par oui ou par non en explicitant vos raisons. Vous aimez ainsi à vous identifier selon vos goûts culinaires. Vous appréciez que l'on s'intéresse à vous. Mais si un Japonais vous pose la même question et que vous répondez «oui», il vous invitera dans la minute qui suit au restaurant pour manger un couscous. Et, si par mégarde, vous répondez «non», il ne vous proposera rien et vous ne saurez jamais qu'il désirait vous inviter à déjeuner. De plus, vous ne connaîtrez pas la requête qu'il allait vous faire, le service qu'il voulait que vous lui rendiez ! Vous n'entrerez jamais dans la sphère du «giri» c'est-à-dire l'échange de cadeaux ou de services. Au Japon, répondre à une question, ce n'est pas parler de soi, c'est parler de l'Autre.

1 In: *Le Monde*, 26 Janvier 1993.

Pas plus pour cet exemple que pour les autres, il n'est nécessaire de s'arrêter sur le degré d'exactitude et de pertinence par rapport à ce que certains appellent la réalité culturelle. Par contre, il apparaît clairement que la réduction de la communication à un échange d'informations oblitère quelque peu la dimension relationnelle et survalorise le paramètre culturel.

Dans le même ordre d'idées, faut-il mettre sur le compte des dysfonctionnements les situations suivantes : monter dans un bus par l'arrière et sortir par l'avant en Tunisie alors qu'en France, c'est l'inverse ? Est-ce vraiment perturbant si un mot dans une langue signifie autre chose dans une autre ? si un geste aussi est sans équivalent voire contraire d'un groupe à l'autre, d'une culture à l'autre ? si les pratiques culturelles divergent et ne sont pas synonymes ? si des actes de paroles prêtent à des divergences d'interprétation ? etc. ...

Il s'avère que l'analyse des malentendus s'inscrit essentiellement dans un paradigme culturaliste qui s'énonce à partir de deux postulats :

- la connaissance des caractéristiques culturelles garantit une bonne compréhension et une bonne communication.
- la maîtrise de la communication passe par une instrumentalisation et une technicisation construite notamment sur une bonne connaissance des caractéristiques culturelles.

Ainsi, le savoir sur les cultures serait un bon outil dans une recherche d'opérationnalité et d'efficacité, au détriment du contexte et des locuteurs eux-mêmes au profit de leur appartenance groupale et communautaire. En ce sens, la communication se réduit à une activité instrumentale ayant pour objectif essentiel l'échange d'informations, négligeant par là même l'intercompréhension, selon la formule d'Habermas.

Le paradigme culturaliste cautionne ainsi toutes les tentatives d'illustrer les singularités culturelles : les différentes manières de gérer le temps et l'espace, la proxémie, la gestuelle, etc. ... Dès lors, on est amené à considérer que la maîtrise de la communication passe par une maîtrise d'autrui et de ses caractéristiques, maîtrise qui assure du même coup soit un pouvoir symbolique, soit un marché (lui aussi réel ou symbolique).

Ainsi, par exemple, les transactions commerciales actuelles s'effectuent à partir de produits que l'on peut considérer comme équivalents et ressemblants. En conséquence, ce qui fait la vente, ce n'est plus tant le produit que la manière de le vendre et de le négocier. La compréhension d'autrui, souvent assimilée à la connaissance d'autrui, devient, pour les commerciaux, un facteur déterminant. C'est sans doute ce qui explique l'engouement pour l'interculturel des Ecoles de commerce.

On pourrait rapprocher ces remarques de celles effectuées par deux journalistes à propos d'une enquête sur les Directeurs de la communication.² Pour eux, la communication est un mot-valise dont la fluidité permet de mettre en place «*un nouveau mode d'organisation de la société ... un mode de régulation des tensions sociales, un mode de management, des techniques d'influence et de séduction de l'opinion.*» Ils considèrent que la communication ne favorise pas l'information mais qu'elle assure la prééminence du message et de la crédibilité sur la vérité.

Apprendre la culture de l'Autre serait, dans cette perspective, se donner les moyens de mieux exercer son pouvoir, sa domination, que celle-ci soit réelle ou symbolique. L'«autrui-culturel» est souvent réduit au moyen de réalisation d'un projet personnel et la communication n'est alors qu'un «*engrenage de calculs égocentriques*» selon la formule d'Habermas (Habermas, 1987, 419).

Si la communication est sous-tendue par une logique de stratégies et d'enjeux, il convient de prendre en considération le fait que la culture, elle aussi, est l'objet de manipulations qui complexifient d'autant les processus communicatifs. Manipulations qui vont jusqu'à rendre inefficaces les connaissances culturelles, qui deviennent elles-mêmes les symptômes d'enjeux relationnels et de pouvoir.

2. La communication entre cultures et culturalité, entre signes et symptômes

Si les malentendus culturels sont analysés à partir de discordances culturelles et d'écarts, il est à craindre que les dysfonctionnements au niveau relationnel soient minorés au profit d'une approche culturaliste c'est-à-dire uni-causale qui survalorise la variable culturelle. Une série d'exemples va nous permettre de mieux comprendre les processus mis en jeu.

Au cours de l'entretien, l'infirmière, dont nous avons déjà relevé quelques propos, évoque ses relations avec les femmes «*romanos*» et les présente comme étant plus difficiles qu'avec les femmes maghrébines et ce, pour plusieurs raisons : la présence familiale est encore plus forte, les questions d'hygiène sont plus délicates et il y a une très grande exigence au niveau des soins et de la disponibilité du personnel médical, l'agressivité est forte dès qu'elles ne sont pas satisfaites, l'indiscrétion et la manière de parler crûment des choses est ressentie, par l'infirmière, comme un manque d'inhibition. Ce qui est le plus frappant ici, c'est la manière qu'a l'infirmière de poser la question de la légitimité

2 Tixier et Guichard (1993), *Les Dircoms*, Paris : Seuil.

sociale et culturelle des femmes «romanos». Elle fait allusion à leur regard perçant et direct car elles regardent «de l'intérieur». Cette constestation de la force du regard est une manière de remettre en question une relation forte voire dominatrice imposée par ces femmes «romanos» qui s'affirment et revendiquent la définition de la norme. Ces propos traduisent clairement que derrière les catégorisations culturelles se cachent d'autres enjeux. Déstabilisé par ce «regard intérieur», le personnel hospitalier déplace sur le terrain des adjectivations culturelles péjoratives une relation déstabilisée par la manière dont les interlocutrices se positionnent.

Ainsi, il faut admettre que les modalités sur lesquelles s'engage la communication (conflit ou sérénité) déterminent davantage les catégorisations culturelles que le principe d'appartenance lui-même. Par ricochet, on peut dire que la relation prime sur l'appartenance et que les malentendus et dysfonctionnements culturels de la communication s'expliquent plus largement par l'état des relations que par les caractéristiques (réelles, supposées ou attribuées) des interlocuteurs. La légitimité sociale a incontestablement des incidences sur la définition culturelle.

De même, l'appel à la culture, ou à un de ses items, renvoie à un usage discursif qui ne prend sens que par rapport à un contexte donné et à une situation de communication précise. Ainsi, sans vouloir reprendre la polémique sur la question du foulard dans les écoles, on peut analyser les interrogations d'Assina sur son expérience au lycée. Elle précise au cours de son interview qu'il y a des filles qui ne mettaient pas de foulard puis, d'un seul coup, qui en mettent un. Elle exprime son étonnement car selon elle, lorsqu'on met un foulard, on ne doit pas, dans la tradition islamique, discuter avec les garçons, on se doit d'avoir une certaine réserve, etc. ... C'est-à-dire que le port du foulard s'inscrit dans un ensemble de comportements et n'a pas de sens pris isolément. Assina précise qu'elle pense que les jeunes filles ne porteront pas tout le temps le foulard, que c'est uniquement passager, et elle conclut en disant «alors, je ne comprends pas pourquoi elles le mettent.»

Il est clair qu'une analyse à partir des signes d'appartenance culturelle ne suffit pas pour répondre aux interrogations d'Assina. En réalité, le trait culturel s'insère dans une situation de communication, dans un discours, et ne peut pas être compris en dehors de cet échange, il nécessite une analyse pragmatique. Le culturel n'a pas de valeur intrinsèque, mais uniquement inscrit dans un contexte. Il ne prend sens qu'en fonction de celui-ci : mettre un foulard (dans un lieu où il habituellement proscriit) peut renvoyer à une prise de position groupale (opposition d'une communauté à la communauté d'accueil), à l'expression d'un refus, d'un rejet, d'un conflit, etc. ... qui, ne pouvant s'exprimer directement, utilise le détour par la culture pour enrayer la communication et

imposer un rapport de force dans un dialogue difficile voire impossible du fait des relations de domination. Rien ne permet d'affirmer, a priori, que le sens à donner au port du foulard soit d'ordre religieux. Bien d'autres explications et interprétations sont possibles. Il est dommage que la pluralité des interprétations ait été tarie à la source. En tant que signe, le «foulard» peut renvoyer à une appartenance religieuse; en tant que symptôme, il peut renvoyer à un conflit entre les groupes.

Un autre exemple nous permettra de comprendre en quoi les faits culturels font l'objet de jeux de cache-cache. Chargé de conseil en développement auprès de PME (Petite et Moyenne Entreprise) qui souhaitent développer leurs activités au Japon, un responsable fait état de son expérience de négociateur. Il rappelle qu'il était surpris lorsque ses interlocuteurs japonais se présentaient à lui pour la première fois, en tendant une carte de visite tout en énonçant leur nom. Il répondait en remettant une carte portant son nom, son adresse, son numéro de téléphone et en déclinant tout simplement son nom. Ses interlocuteurs ne manquaient pas alors de lui poser de nombreuses questions sur l'identité de l'entreprise, sur son importance, etc. ... Au cours de l'entretien, ce négociateur donne des explications culturelles susceptibles de justifier le comportement des partenaires japonais. Il explique que la carte de visite fait office de boussole et permet de situer chacun dans un cadre hiérarchique précis. C'est ainsi que la carte de visite montre que l'individu n'acquiert d'identité que par rapport au groupe, ici groupe professionnel, et que dans toute négociation, c'est l'entreprise qui est engagée et non l'un de ses membres. En conséquence, le fait de présenter une carte de visite personnelle ne pouvait que déstabiliser les partenaires japonais. Après avoir compris les modalités de présentation, le négociateur français révèle que par choix stratégique, il a cherché à brouiller les pistes en continuant à donner une carte personnelle ou en adaptant ses cartes de visite en fonction des responsables qu'il devait rencontrer.

Comme dans les exemples précédents, peu importe la validité des propos par rapport à la réalité culturelle supposée, ce qui compte ici c'est la notion de jeu, de stratégie, de cache-cache. La connaissance culturelle devient, dans cette optique, un atout supplémentaire qui permet de coder la communication au second voire au troisième degré. C'est aussi pourquoi, l'élaboration de «grammaires culturelles», de guides culturels ne fera que faciliter les brouillages et non pas, contrairement à ce que l'on aimerait croire, la compréhension. Celle-ci suppose une analyse qui dépasse largement la simple attribution, la simple adjectivation.

Un dernier exemple illustrera la nécessité de l'appel à une forme de pragmatique culturelle.

Dans une école d'infirmières en Belgique, à fort pourcentage d'étudiantes, (5% seulement des stagiaires sont des garçons), un élève tunisien doit supporter les attentions soutenues et assidues d'une élève d'origine arménienne. Lassé de cette sollicitude, le jeune homme repousse les avances et ponctue sa réprobation d'une formule méprisante liée à l'origine culturelle de l'étudiante. Quelle analyse faire d'une telle invective : propos xénophobe ? Certes, c'est possible, mais rien ne permet de l'affirmer. L'étudiant aurait pu aussi faire allusion au statut de femme de son «admiratrice». Une telle réplique s'avère en fait être difficile dans un milieu essentiellement féminin sans risque de s'opposer à la majorité et donc de se voir définitivement rejeté. Par ailleurs, toute allusion au statut de femme présentait le risque de se retourner contre son auteur, compte-tenu de son origine (tunisienne) et donc des représentations stéréotypées et négatives sur les relations entre les sexes dans ce qui est pensé comme représentant la culture arabe. Cette analyse brève et sommaire n'a pour objectif que de sensibiliser à la complexité de l'analyse et d'éviter de s'engouffrer dans une interprétation culturaliste, c'est-à-dire qui surdétermine le paramètre culturel de l'interaction.

On pourrait multiplier les exemples de stratégies communicatives qui utilisent la culture, ou plus exactement des bribes culturelles. En réalité, la communication interculturelle ne peut pas être comprise à partir du paradigme de la culture mais de celui de la culturalité. A l'instar de l'intertextualité pour les textes, c'est l'interculturalité qui livre le sens. Cela revient à développer une pragmatique de la culturalité qui permettrait de tenir compte des processus, des dynamiques, des contextes, des intentionalités et des intersubjectivités. L'approche culturelle voire culturaliste de la communication qui s'appuie sur la connaissance cherche à prévoir, à anticiper le comportement d'autrui. Or, l'on sait parfaitement que plus le comportement d'un individu est prévisible par un observateur extérieur et moins son influence est grande. La connaissance culturelle relève davantage d'une volonté de maîtrise que d'une intercompréhension.

Il s'agit donc d'apprendre à penser le complexe, selon la démarche d'une science narrative, *«où il s'agit de raconter, de comprendre, d'évaluer ce qui a joué un rôle et lequel, comment les choses se sont produites, de créer une intelligibilité qui n'est pas une déduction mais une reconstitution de quelque chose qui s'est produit qui apporte de l'intelligibilité, mais qui ne remplace pas l'objet par une vérité plus générale»* (Stengers, 1986, 85 f.).

L'analyse de la communication en situation de pluralité culturelle s'appuie moins sur des signes d'appartenance culturelle que sur des symptômes élaborés à partir de faits culturels. Ces symptômes traduisent l'état d'une relation plus que la catégorie culturelle des protagonistes. En conséquence, il convient de revenir sur la question : que faut-il savoir de l'Autre, de la culture de l'Autre

pour pouvoir communiquer avec lui. Si les mots seuls ne suffisent pas pour communiquer, les éléments culturels ne permettent pas non plus de comprendre autrui.

Il s'agit de savoir comment l'individu utilise les faits culturels (issus de sa culture et de celle des autres) pour communiquer. Les caractéristiques culturelles sont manipulées, à travers des discours et des pratiques, à des fins de communication. Il s'agit d'une culture en acte, c'est-à-dire d'une culturalité plutôt que de systèmes culturels. La culturalité renvoie au fait que la culture est mouvante, fuyante, «tigrée, alvéolaire». Dans les sociétés actuelles, on a moins affaire à des entités culturelles globales et stables qu'à des fragments, des métissages, des manipulations d'images et de représentations réciproques des cultures.

Il nous faut donc admettre que la méconnaissance des caractéristiques culturelles est, en réalité, peu perturbante pour la communication. En effet, les écarts, les erreurs ne prennent sens et sont considérés comme étant la cause de dysfonctionnements que lorsque les relations sont déjà difficiles voire détériorées. Les éléments culturels ne sont alors plus les signes d'une appartenance culturelle, source des difficultés, mais les symptômes d'une relation dégradée. Il est significatif de noter que la culture n'est jamais source de conflit dans une situation de communication harmonieuse et équilibrée et qu'au contraire, elle est hautement significative et invoquée en cas de dysharmonie. Dans une relation équilibrée, les éléments culturels sont perçus comme étant virtuellement porteurs de sens différent. Ils font alors l'objet d'explicitation et d'objectivation mais ne sont pas source de conflit. C'est essentiellement dans des situations de dysfonctionnement relationnel que la culture (et plus souvent des traits culturels isolés) est utilisée comme facteur explicatif. Les différences culturelles ne perturbent pas la communication au point d'entraîner une rupture. Dès lors, on peut formuler l'hypothèse que ce n'est pas le malentendu culturel qui perturbe la communication mais que c'est le dysfonctionnement relationnel qui utilise les différences culturelles comme des justifications.

Les caractéristiques culturelles se sont pas à l'origine du conflit mais elles peuvent, au contraire, servir de vecteur à l'expression de mécontentements. En conséquence, l'analyse de la communication interculturelle à partir d'une grille codage/décodage est peu performante et il convient d'envisager une pragmatique de la culturalité susceptible de proposer un cadre d'interprétation à la fois plus souple et plus complexe, en considérant la culture davantage comme symptômes que comme signes.

L'accent se déplace de la culture comme facteur déterminant la communication à celui de la communication en situation de pluralité.

3. Pour une pragmatique de la culturalité

Les situations de communication en contexte pluriculturel sont nécessairement plus compliquées que dans un contexte culturel simple et homogène dans lequel les sources d'incertitude et de manipulation culturelles sont plus rares. Puisque les informations sur la culture de l'Autre n'ont pas de caractère opératoire pour l'étude de la communication, l'accent doit être porté sur les usages sociaux de la culture au sein de la communication. Les exemples déjà évoqués sont significatifs.

On peut considérer que la légitimité sociale est directement liée aux processus de catégorisation culturelle. Il y a donc un usage discursif des faits culturels et ces derniers « parlent » différemment selon les contextes et les situations. La polémique entretenue autour de la « question du foulard » provient essentiellement de la réduction des interprétations potentielles à une seule signification : la religion.

Si la communication ne se définit pas seulement comme la transmission d'informations mais aussi comme le partage d'une expérience et d'une relation, il va de soi que toute approche à partir de signes, y compris de signes culturels, ne permettra pas d'épuiser le sens. La question est donc de déterminer comment le locuteur utilise la culture en situation de communication et non pas de savoir comment la culture détermine et définit le comportement langagier de tel ou tel locuteur (approche culturaliste). Entre le « zéro culturel » (ignorance ou négation de la culture dans les interactions langagières) et le « tout culturel » (surdétermination de la variable culturelle), entre une dévalorisation et une survalorisation, il convient de mettre en oeuvre une grille d'analyse susceptible de donner accès au sens de la communication et non pas seulement de la culture.

Une pragmatique de la culturalité s'organiserait à partir des principes suivants :

- Un fait culturel n'est pas détachable d'une pratique énonciative. Ceci rend les cultures opaques à elles-mêmes et rend caduque tout apprentissage des cultures sur le simple registre descriptif et dénotatif.
- Les individus échangent du sens et non pas seulement des signes. Les messages n'ont pas comme seule fonction d'informer, d'autres enjeux se jouent. Il s'agit, en fait, d'une économie des échanges culturels, pour parodier le titre du célèbre ouvrage de Bourdieu (Bourdieu, 1982) sur l'économie des échanges linguistiques. Les indices culturels deviennent alors des symptômes d'une relation et sont porteurs d'un sens qui ne relève pas du seul ordre culturel.

- La culture fait l'objet d'une construction, d'une production dans la communication, et les quelques exemples présentés en témoignent largement. C'est pourquoi, il est difficile de déterminer a priori, en dehors de toute analyse pragmatique, si la culture est la cause ou la conséquence du dysfonctionnement et des malentendus. On attribue trop facilement et trop rapidement l'origine des différends à des appartenances et à des déterminismes culturels sans s'interroger sur l'état et la nature de la relation proprement dite. Or, on ne peut écarter l'idée que l'appel aux différences culturelles permet de cacher la détérioration d'une relation, c'est que l'on peut appeler la «culture-alibi».
- Ce qui compte, ce sont moins les catégories culturelles que les fonctions assurées par la culture en acte. Les signes culturels sont porteurs d'une information sociale et communicationnelle qui dépasse largement les significations culturelles originelles. L'individu peut se révéler ou se dissimuler, il peut contrarier les attentes culturelles normatives et utiliser la culture comme un déguisement social et personnel. Les reproches si souvent formulés à l'encontre des enfants issus de l'immigration qui «surfent» sur les cultures traduisent parfaitement cette fonction de théâtralisation de la culture et sa mise en scène.
- La volonté de maîtriser la communication interculturelle trouve ses limites dans la recherche systématique de transparence, recherche qui conduit inéluctablement à une forme d'aliénation. Il conviendrait donc de prôner la prudence, qui confine à ce niveau à une certaine forme d'éthique.

Par cette pragmatique de la culturalité, il s'agit de proposer une méthode d'analyse de l'«agir culturel» pour reprendre une formule d'Habermas sur «l'agir communicationnel». La signification de la culture est moins la somme de ces caractéristiques que ses usages. Ceux-ci s'appréhendent au niveau des pratiques, des actions qui sont autant de formes discursives.

Plutôt que s'engager dans l'élaboration de cartographies ou de grammaires de comportements culturels, il serait nécessaire d'approfondir les modalités qui permettent de produire et de recevoir les signaux (et non pas les signes) culturels. Dès lors, l'étude des cultures relève moins d'une étude des structures et des faits que des stratégies puisqu'on assiste à une mise en intrigue de l'événement culturel et non à sa simple exposition. Apprendre à repérer, voir et comprendre l'élaboration du sens à partir et à travers des éléments culturels, telle pourrait être ainsi définie une compétence interculturelle au service de la communication.

Les malentendus culturels qui foisonnent dans les relations en disent souvent long sur l'état des relations entre les individus et les groupes. Ils relèvent d'un véritable traitement pragmatique et nécessitent un décodage pour comprendre

le message calculé ou non, dont les conséquences sont parfois assumées sans avoir été préméditées.

On peut donc faire l'hypothèse que la capacité à repérer le culturel dans les échanges langagiers dépendra, non pas des connaissances factuelles sur telle ou telle culture, mais d'une maîtrise de la situation de communication dans sa globalité, dans sa complexité et dans ses multiples dimensions (psychologique, sociologique et culturelle). La culture n'est qu'une variable supplémentaire qui n'élimine pas les autres et qui, au contraire, opacifie les enjeux communicationnels.

Les mutations sociales et culturelles liées à une hétérogénéisation croissante du tissu social impose de repenser le savoir culturel autrement que sous la forme d'un savoir sur les cultures (compétence culturelle). En conséquence, l'étude des dysfonctionnements et des malentendus de la communication ne peut se suffire d'une explication à partir des différences culturelles (gestes, distances, structurations différentes du temps et de l'espace ...). Une telle analyse que l'on peut qualifier de culturaliste ne tient pas compte des processus, notamment, de sur-codage culturel liés à la multiplication des groupes d'appartenance et/ou de référence, ainsi qu'aux volontés de transgression et aux stratégies discursives.

Ainsi se trouve confirmée, à partir des cultures, l'idée que l'enjeu de la communication se situe souvent au delà du verbal qui sert fréquemment de rempart à d'autres significations. De fait, les situations où le verbal est porteur de la totalité du sens sont rarement source de difficultés, dans la mesure où ces échanges souvent d'une grande banalité sont peu indexés sur le plan des enjeux sociaux. Ils servent essentiellement à régler la matérialité de la vie courante : acheter/vendre, s'orienter, boire/manger, etc. ... Certes, des variations culturelles existent, mais il serait faux de croire que c'est sur elles que reposent les plus grands dysfonctionnements.

Une simple initiation au codage et au décodage des cultures ainsi qu'au repérage des marques culturelles des comportements langagiers, ne déboucherait pas nécessairement sur un meilleur accès au sens. Ce qui importe, c'est moins un savoir (connaissances ethnologiques) qu'un savoir-faire (capacité d'analyse pragmatique et anthropologique). Entre la connaissance des différences culturelles (dimension ethnographique) et la compréhension du sens dans une situation de pluralité culturelle, il y a une différence de nature et le passage d'une analyse en termes de structures et d'états à celle de processus, de situations complexes, imprévisibles et aléatoires. C'est en quelque sorte, la culture en acte par opposition à la culture-objet.

Si on revient à la question initiale : que faut-il savoir de l'Autre ou de la culture de l'Autre pour pouvoir communiquer efficacement ? il s'avère que celle-ci est caduque. En effet, de même que ce ne sont pas seulement les mots qui permettent de parler, ce ne sont pas les faits culturels qui permettent de comprendre autrui. L'important n'est pas de connaître des faits et des caractéristiques culturelles mais de comprendre comment ceux-ci sont manipulés à des fins de communication, à travers des discours et des pratiques.

En situation de pluralité linguistique et culturelle, on a moins affaire aux cultures, à des entités culturelles globales et stables, qu'à des fragments culturels et à leur manipulation. Un interlocuteur sélectionne, en fonction d'un objectif précis, les informations culturelles nécessaires. On a rarement, sinon jamais, affaire au «tout» de la culture de l'Autre, mais seulement à des éléments épars mis en avant selon les circonstances et la conjoncture. C'est ainsi, par exemple, pour reprendre la polémique du «foulard», qu'on peut légitimement se demander pourquoi parmi les nombreux indicateurs de l'appartenance à la religion musulmane, c'est le foulard qui a été retenu comme étant porteur de sens et élevé au rang de symbole. D'autres traits culturels auraient peu être choisis pour remplir cette fonction d'identification à une religion. En réalité, la langue, l'habillement, le nom, les signes de reconnaissance sont affichés ou au contraire dissimulés selon les enjeux et l'intentionnalité.

L'accès au sens ne repose pas sur une connaissance d'une supposée réalité culturelle mais au contraire, sur l'usage pragmatique qui est fait des traits culturels. La communication est un processus de réajustement permanent et n'exige pas la connaissance des systèmes en tant qu'entités autonomes et abstraites, mais requiert une compétence édifiée à partir de la fonction instrumentale de la culture, c'est-à-dire à partir des stratégies et des bricolages dont elle est l'objet.

L'élucidation du malentendu culturel ne relève pas d'une simple technique explicative et expositive mais de la prise en compte de l'«interculturalité» qui renvoie à des pratiques et des usages complexes des items culturels. Les interlocuteurs jouent et se jouent de la culture, comme ils jouent et se jouent des mots. Communiquer, c'est se mettre en scène, théâtraliser une relation en actualisant des traits culturels et sociaux à travers un comportement langagier (verbal et non verbal) en s'appuyant sur des stratégies de conformité ou de transgression par rapport aux normes groupales supposées être partagées par les membres d'une communauté. Jeux de miroir mais aussi jeux de cache-cache, les échanges langagiers sont l'occasion de dire et aussi d'utiliser le «dire» pour masquer d'autres enjeux.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Abdallah-Pretceille, M. et L. Porcher (1996), *Education et communication interculturelle*, Paris : PUF.
- Bourdieu, P. (1982), *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*, Paris : Fayard.
- Habermas, J. ([1982] 1987), *Logique des sciences sociales et autres essais*, Paris : PUF.
- Stengers, I. (1986), La complexité, une mode et/ou un besoin ?, in: J.J. Salomon; H. Reeves, I. Stengers et R. Passet, Ed., *Du cosmos à l'homme, comprendre la complexité*, Paris : l'Harmattan, 77-117.
- Watzlawick, P. ([1978] 1987), *Guide non conformiste pour l'usage de l'Amérique*, Paris : Seuil.

Adresse de l'auteur:

Martine Abdallah-Pretceille,
Fondation Victor,
Cité Internationale Universitaire de Paris,
29, boulevard Jourdan, F-75014 Paris