

## L'ETHNOGRAPHIE DE LA COMMUNICATION DE DELL HYMES À JOHN GUMPERZ

Corina CILIANU-LASCU

Outil méthodologique pour la découverte et la prise de conscience des multi-composantes comportementales d'une culture, l'ethnographie de la communication représente un point de référence sur certaines théories anthropologiques et ethno-socio-culturelles. Les ouvrages d'anthropologues comme Sapir, Whorf, Bateson, Hymes, Gumperz, Schefflen, Watzlawick, Argyle et Hall offrent les bases théoriques nécessaires à l'élaboration d'activités de réflexion et d'exercices de sensibilisation aux différents comportements.

L'étude des *particularismes* offerte par l'ethnographie de la communication représente une prise de conscience des différences entre nos propres comportements quotidiens et les comportements des autres, un regard nouveau sur soi-même pour mieux entendre l'autre dans ses particularités.

L'ethnographie de la communication nous aide: à découvrir l'ethnocentrisme qui nous sépare de la culture de l'autre, à distinguer ce que nous considérons consciemment comme formel et normatif, et ce que nous pratiquons d'une manière informelle ou subconsciente. Il faut prendre en considération aussi l'impact de la *relation* sur le contenu de nos échanges culturels et interculturels, et les programmes culturels différents selon le temps et le lieu de l'interaction verbale.

Issue de l'anthropologie sociale et culturelle, l'ethnographie de la communication s'occupe tout d'abord de *l'action pratique*, donc de toutes les manifestations sociales qui participent de la *forme sociale*. L'objet de cette discipline est l'étude des comportements interpersonnels entre membres d'une même communauté ou entre membres de communautés différentes: *l'interaction* ou la *rencontre* comme la plus petite unité interpersonnelle d'une communauté humaine. Gurvitch [1] parlait même d'une "microsociologie".

L'ethnographie de la communication propose des méthodes d'observation du quotidien pour en découvrir une organisation sous-jacente et un

ordonnement des conduites sociales, même mineures. G.D. de Salins [6, p. 13] cite T.Todorov (*Communication 43*, 1986):

"Le meilleur résultat d'un croisement des cultures est souvent le regard critique qu'on tourne vers soi".

L'ethnologue de la communication observe les différences et les particularités, les imite pour voir la réaction de son partenaire étranger qu'il questionne sur le *comment* ça se passe habituellement dans son pays. Il observe aussi la récurrence de ces comportements auprès d'un groupe représentatif de la même communauté culturelle pour pouvoir en tirer des conclusions.

Dans la plupart des cas, acteur social du groupe qu'il observe, le chercheur a besoin d'*outils de recherche* lui permettant de vérifier et d'évaluer ses observations sans rester aux seules hypothèses et inférences personnelles. L'enregistrement, la transcription graphique ainsi que les interviews et les entretiens pourront confirmer ou infirmer les *hypothèses de départ*.

Les théories sociologiques, anthropologiques et linguistiques donnent la possibilité d'analyser les *relations structurelles* (les rapports de force, dominant / dominé au cours d'une interaction, donc les relations symétriques entre participants de même statut et les relations asymétriques entre participants de statuts différents), les *relations catégorielles* (tenant compte du sexe, de l'âge, des fonctions des participants) et des *relations personnelles* observées en contexte. A partir de l'idée que sans se préoccuper de la culture des autres on ne peut être que très peu conscient de sa propre culture, l'ethnologue de la communication est un anthropologue des cultures: sa perception et sa connaissance des autres cultures éclairent peu à peu son regard sur sa propre communauté, en tant qu'objet d'investigation [6, p. 14].

L'étude des actions pratiques quotidiennes peut représenter un moyen de vérification de la pertinence des activités linguistiques et culturelles auxquelles participent les apprenants des langues

étrangères. L'ethnographie de la communication a une "valeur pratique considérable" pour l'enseignement / apprentissage des langues étrangères et pour l'étude de toute communication interculturelle. Le savoir-faire communicatif comprend une série d'informations que l'apprenant doit avoir pour communiquer efficacement dans des contextes variés d'emploi de la langue qu'il est en train d'apprendre. Les activités de classe ont une série de lacunes dues aux contraintes rigides des schémas socio-culturels: le vouvoiement et le tutoiement, la dénomination des interlocuteurs, les activités grammaticales hors contexte, les activités d'écrit sans aucun rapport avec la vie des apprenants, les jeux de rôles sans contexte approprié, le choix "orienté" de textes destinés à donner une certaine image du pays cible ou de la société respective, la priorité de l'écrit sur l'oral, etc. L'ethnographie de la communication étudie les comportements *formels* et *informels*, accepte un certain *relativisme* et la nécessité de la *modalisation* linguistique à donner à toute affirmation. L'ethnologue fait des distinctions là où la langue les efface; les opérations d'inférence différentes d'une communauté à l'autre, d'une personne à l'autre, peuvent créer aussi des problèmes (niveaux différents dans les échanges entre interlocuteurs: l'un demande une explication linguistique, on lui donne du culturel, il veut du communicatif, et il reçoit du linguistique, ou il veut du communicatif, et on lui offre du culturel). C'est le problème de l'enseignement par l'approche communicative où l'on doit établir s'il faut évaluer la correction linguistique ou réagir en tant qu'interlocuteur dans la situation de communication respective. Faut-il utiliser des marques discursives explicites, se placer à un niveau communicationnel "naturel", de toute façon il faudra se soumettre à la *double contrainte* dont parlait Bateson (*La Nouvelle Communication*: pp.42-43, in [6, p. 23]): évaluation de la forme linguistique ou réponse au niveau communicationnel. Dans d'autres cas, lorsque l'on communique à plusieurs niveaux à la fois, les *inférences pratiques* et les *explications téléologiques* ne se rencontrent pas toujours: l'inférence pratique est l'intention d'un acteur social, alors que l'explication téléologique est la reconstruction par l'interlocuteur de ce que l'on lui demande. Si les interlocuteurs n'arrivent pas à faire coïncider inférences pratiques et explications téléologiques, ils font appel à une séquence métacommunicative pour ce problème d'intercompréhension, donc ils font appel à l'aide du code linguistique.

Dans le processus d'enseignement / apprentissage d'une langue, l'appartenance de l'enseignant à la culture du groupe des apprenants peut représenter un problème (par exemple, les interactions en français sont trop imprégnées par leur culture au quotidien), alors qu'un enseignant étranger comprendra moins vite les buts et les intentions des apprenants.

Il y a des différences d'une culture à l'autre entre les modes d'apprentissage, les modes d'explication et les modes de pensée. Pour apprendre une langue étrangère, il faut saisir la spécificité des *manières d'être, de penser et d'agir* de la communauté parlant la langue étrangère respective.

L'ethnographie de la communication est une discipline particulièrement importante pour la formation des enseignants de langues étrangères, pour les normes interactionnelles et conversationnelles, le fonctionnement et les usages du "temps", de la "proxémie", du "territoire", etc.

Par l'ethnographie de la communication, les apprenants d'une langue étrangère reçoivent une *vision holistique* de l'ensemble des comportements langagiers, sociaux et culturels. La *grammaire comportementale* devient aussi importante que la grammaire de la langue si l'on veut devenir un acteur social reconnu de la nouvelle culture. Les deux grammaires s'imbriquent constamment au cours des interactions.

Comme réaction aux premiers ouvrages de Noam Chomsky, *Syntactic Structures* (1957) et *Aspects of the Theory of Syntax* (1965) qu'ils trouvaient réductionnistes, une association de scientifiques de disciplines différentes (linguistique, sociologie, anthropologie) sous la direction de l'anthropologue américain Dell Hymes a publié en 1964 *The Ethnography of Communication* et en 1972, *Directions in Sociolinguistics* ayant comme sous-titre *The Ethnography of Communication*. Parmi les auteurs, il faut mentionner: John Gumperz, Basil Bernstein, Susan Ervin-Tripp, J.Fisher, Charles Frake, Erving Goffman, E.T.Hall, William Labov. Ils opposaient la *compétence de communication* à la compétence linguistique de Chomsky qui ne prenait pas en considération la performance et le contexte. La langue n'est pas seulement le système linguistique, mais aussi le contexte des normes sociales, des statuts des partenaires, etc. Les règles linguistiques sont accompagnées de règles et de normes comportementales. Les différents paramètres donnent des informations sur le social, le culturel, le

contexte... Les points de vue de Ferdinand de Saussure, Bloomfield, Noam Chomsky sont abandonnés par les anthropologues et les sociologues qui ont publié leurs ouvrages d'ethnographie de la communication *American Anthropology* et *Directions in Sociolinguistics*.

Les années 60-70 étaient des années d'**interdisciplinarité** où le linguiste est devenu aussi statisticien et informaticien, l'anthropologue, linguiste et sociologue, etc.

La "contextualisation" recommandée par F.Boas et E.Sapir soutiendra la recherche interdisciplinaire anthropologique et linguistique initiée par Dell Hymes en 1964 sous la forme d'une discipline interdisciplinaire: l'ethnographie de la communication définie comme suit: "L'ethnographie de la parole (...) serait une linguistique qui aurait découvert des fondements ethnographiques, et une ethnographie qui aurait découvert les contenus de la linguistique, en relation avec la compétence des personnes, dont la communauté serait étudiée" [2, p. 116]. Hymes a dédié son ouvrage de 1974 "à la mémoire d'Edward Sapir" auquel il a emprunté la plupart des concepts d'ethnographie de la communication qu'il a fondée. Les principes de **contextualisation**, de **communication** et de **compétence communicative** employés par les anthropologues américains au début du XX-ème siècle ont été adoptés par les linguistes, permettant le passage de l'analyse de la "phrase" à l'analyse du discours et des interactions verbales. C.Kerbrat-Orecchioni [4, p. 48] situe cette nouvelle discipline "à cheval" sur deux domaines, l'analyse de discours d'une part, et d'autre part, l'ethno-psycho-sociologie des communications.

La parenté entre les phénomènes culturels et linguistiques, cette conception de la langue en tant que produit de la vie en société, et l'analogie entre la grammaire de la langue et la grammaire de la culture, sont autant d'idées essentielles pour l'ethnographie de la communication.

Dans les études publiées par Dell Hymes entre 1962 et 1984 on peut trouver une évolution dans la méthodologie et un changement d'intérêts de l'ethnographie de la parole à l'ethnographie de la communication:

- "The Ethnography of speaking" in *Anthropology and Human Behavior*, 1962.
- *The Ethnography of Communication, American Anthropologist Special Publication*, vol. 66, 6 part 2 (1964). Hymes y a publié l'introduction à ce recueil "Toward Ethnography of Communication".

- *Directions in Sociolinguistics. The Ethnography of Communication*, 1972. dont le premier chapitre, "Models of Interaction of Language and social Life", appartient à Hymes.
- *Foundation in Sociolinguistics, an Ethnographic Approach*, 1974.
- *Vers la compétence de communication*, 1984, comprenant les travaux de Hymes depuis 1962, en français.

Contrairement aux linguistes qui fabriquaient des phrases pour leur analyse, l'ethnographie de la parole se sert uniquement de *données authentiques* en *contexte* et en *situation*. Pour Hymes, le langage n'est qu'une composante de la communication, auquel il faut ajouter les composantes paraverbale et non verbale.

De cette façon, il faut appréhender des normes, des règles et les habitudes socio-culturelles et non pas uniquement les faits linguistiques. G.-D. de Salins [6, p 53] donne un exemple où les éléments kinésiques, gestuels et proxémiques se joignent au langage pour faire aboutir la communication:

- A: - Vous avez du feu, s'il vous plaît?  
 B: (tend son briquet qui se trouvait sur la table de la terrasse de café)  
 A: (fait un premier essai négatif; au deuxième essai, il arrive à allumer sa cigarette)  
 - Ça y est! C'est bon! (en rendant le briquet à B et en s'éloignant)

G.-D. de Salins ajoute que le verbal ne pouvait pas suffire pour la compréhension de cette interaction à laquelle il faut ajouter des informations sur les règles du rituel de la communication face à face: l'interlocuteur n'a pas été obligé de répondre verbalement, alors que le demandeur utilise "Ça y est" comme acte rituel (*je n'ai pas été trop long. J'ai fini d'empiéter sur votre territoire*) et, comme marque de satisfaction, en tant que valeur rituelle de remerciement, "*C'est bon*".

Le statut des participants joue aussi un rôle important en tant que paramètre de la situation de communication, par exemple dans le choix des formules de tutoiement ou de vouvoiement. Le langage doit s'intégrer dans le modèle des événements communicatifs car, dans une conversation, le statut et le rôle des participants, les normes de comportement et les règles sociales établissent les formules de préséance des tours de parole: le "**one-down**" (celui qui a la "position basse") attend que le "**one-up**" (celui qui a la "position haute") lui adresse la parole pour intervenir à son tour. Les rapports sociaux dicte

l'organisation interactionnelle des prises de parole et influe catégoriquement sur les termes d'adresse.

L'étude des données authentiques (*fresh data*) par un *observateur participant* constitue un autre paramètre spécifique de l'ethnographie de la communication. L'objectivité relative de l'observateur ne constitue pas un problème: en tenant compte des valeurs et des croyances du groupe étudié, ce que l'observateur participant pourrait *a priori* diversifier, sera neutralisé: il y a diversification dans les salutations d'un groupe: "bonjour" pour le matin, "bonsoir" pour le soir. Mais on remarque qu'il y a neutralisation de "bonjour" et de "bonsoir" même si l'heure est plutôt au "bonsoir". La règle rituelle est donc: **neutralisation** de "bonjour" en fonction du temps, mais aussi **diversification** catégorique de "bonsoir". Le *tu*, qui a valeur de *on / n'importe qui*, est diversificateur par rapport à l'emploi de l'indéfini. Ces deux concepts, diversification / neutralisation, sont opératoires seulement si l'observateur participant tient compte du point de vue des participants du groupe qui constitue son territoire de recherche. [6, p. 55].

Une des méthodes de l'analyse de l'ethnographie de la communication est la grille d'analyse "etic" et "emic": tout comme phonétique et phonémique, qui décrivent d'une part un système complet de signes sonores, d'autre part les fonctions et les relations entre ces signes dans la dynamique du système étudié. La grille "etic" rend compte de toutes les composantes du contexte, alors que "emic" fait découvrir les rapports, les relations et les structures de ces constituants. Le **lieu** et le **temps** d'un événement communicatif imposent certains comportements qui constituent l'interaction. La grille "emic" présente le statut, les rôles, les positions des acteurs sociaux, les attributs dont ils tiennent compte par l'emploi d'un certain langage. On y ajoute les relations *one-up / one-down*. Les quatre questions auxquelles il faudrait répondre après avoir déterminé le cadre de référence communicatif sont:

- quels sont les événements communicatifs et leurs composantes dans la communauté?
- quelles sont les relations entre ses composantes?
- quels sont leurs fonctions et leurs statuts sociaux en général et dans les cas particuliers?
- quelle est l'activité synergique du système?

D.Hymes parle du rôle complémentaire des différentes disciplines dans la définition de l'ethnographie: "Le lien étroit entre l'ethnographie et les linguistiques descriptives d'une part, et entre l'ethnographie et les différentes perspectives de

l'ethnologie et de l'anthropologie sociale d'autre part. La pratique de l'observation participante. Les valeurs attribuées aux spécificités de la vie culturelle et au point de vue des autres participants dans la communication, c'est cela l'ethnographie" [p. 11]. Dans son article de 1972, Hymes présente sous la forme SPEAKING les composantes de toute communication, chacune des lettres représentant un constituant de l'interaction:

- S: le *setting*, cadre spatio-temporel de l'événement communicatif;
- P: les participants;
- E: *ends*, les finalités, les motivations, les intentions des locuteurs, donc l'aspect causal et téléologique de leurs comportements;
- A: *acts*, ce que font les participants pour réaliser leurs objectifs, les stratégies discursives et communicatives, les actes de parole et leurs réalisations, les comportements kinésiques et gestuels;
- K: *keys*, la "tonalité" des échanges: intonation, registre, ton de voix, le registre de la langue, les aspects paraverbaux, dont la prosodie est très importante;
- I: *instrumentalities*, les différents canaux, la vue, l'odorat, l'ouïe, le goût, la voix, les codes et les sous-codes de la communication (écrit, oral, autres);
- N: *norms*, normes, conventions, règles de l'organisation de toute communication, les tours de parole selon les statuts et les rôles, les conditions et circonstances de l'interaction. Pour Hymes, les normes subsument tout acte communicatif et sont plutôt d'ordre sociologique que linguistique.
- G: *genre*, du sermon à la conférence, de la conversation sérieuse ou ordinaire au débat, etc.

Après avoir énuméré les composantes de l'événement communicatif, il faut, bien sûr, évaluer l'impact de chacune dans le cadre de référence. Dans son ouvrage de 1984, Hymes passe de la dimension *corrélacioniste* à la dimension *intégrant*. L'observation des faits de la parole à partir d'un corpus de moyens verbaux, les aptitudes des participants en situation de communication se réfèrent à leur compétence linguistique mais aussi à la performance en situation. La grille d'évaluation de ses aptitudes comprend:

1. **la grammaticalité** pour la compétence linguistique,
2. **l'appropriété** pour la compétence sociologique des énoncés,
3. **la disponibilité** pour la compétence culturelle,
4. **l'occurrence** pour la fréquence d'emploi de ces énoncés dans la culture étudiée.

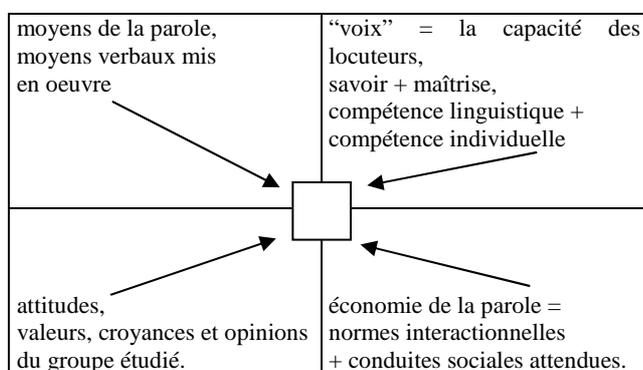
De cette manière, l'analyse ethnographique des interactions intègre les traits linguistico-socio-culturels nécessaires à l'évaluation de la performance des acteurs sociaux dans une situation donnée.

Les différents critères participent ensemble à la réussite de l'interaction. Par exemple: si le critère de grammaticalité autorise seulement les pronoms *tu / vous* pour l'acte d'adresse, la disponibilité culturelle et l'appropriété sociologique permettent l'emploi de *il / elle / on* et même de *je* comme termes d'adresse.

Selon les cultures, une question du type: "Qui est à l'appareil?" qui est partout grammaticale, peut ou ne peut pas être utilisée à cause de la disponibilité culturelle; lorsque l'on téléphone chez quelqu'un: si les cultures brésilienne, grecque ou turque l'admettent, la culture française n'autorise pas cet usage.

Sous l'influence américaine, dans les lettres commerciales françaises on commence à admettre des termes d'adresse du type: "Cher Monsieur Dupont" là où l'appropriété (le degré de connaissance et d'intimité) et la disponibilité culturelle ne l'admettaient pas.

Dell Hymes [3] propose quatre types d'éléments qui agissent en synergie pour saisir la communication d'une manière intégrante:



Ce schéma représente une présentation "structuro-globale" de la compétence communicative des acteurs sociaux qui réunit les composantes: linguistique, sociologique et culturelle.

Le cadre situationnel de référence détermine une grande diversification des faits de langue:

- les moyens de parole sont plus riches que les moyens recensés par la grammaire;
- les normes interactionnelles sont très variées;
- les attitudes, valeurs, croyances et opinions imposent des sous-ensembles de moyens verbaux selon les spécificités "stratégiques" ou

"affectives" tout comme selon le jeu "coopératif" ou "agonal" [6, p. 64-65];

- toute allocution est soumise à la neutralisation ou à la diversification;
- la compétence communicative, c'est-à-dire la "voix" est déterminante pour toute analyse systématique d'un corpus.

D. Hymes souligne aussi le fait qu'il est possible d'oublier totalement sa langue, sans pour autant oublier les préceptes normatifs de sa culture, et il donne l'exemple de certains groupes du sud de l'Afrique.

John Gumperz a exercé à côté de Dell Hymes une influence profonde sur l'ethnographie de la communication. Dans leur ouvrage *Directions in Sociolinguistics, the Ethnography of Communication*, ils analysent les lacunes de la linguistique et soulignent l'importance de l'ethno-anthropologie pour les sciences du langage.

J.Gumperz parle du *statut* et des *rôles* qui ne sont pas des attributs permanents des locuteurs, mais des symboles communicatifs, comparables aux phonèmes et aux morphèmes des études linguistiques. Les statuts / rôles dépendent du *contexte*.

Le chercheur doit travailler sur un corpus qui tient compte des comportements verbaux réellement actualisés en contexte et non pas nécessairement des règles linguistiques. Gumperz parle du *répertoire verbal* comme ensemble des ressources linguistiques disponibles dans une communauté qui comprend les faits "normés" mais aussi les "variantes" comme preuves des règles d'emploi, et même des règles d'usage. Il faut faire appel à l'enregistrement d'interviews et de discussions entre participants ayant des caractéristiques sociales différentes. L'ethnographe doit trouver les instances typiques d'événements verbaux capables qui font ressortir les différences.

Dans un autre ouvrage, *Discourse Strategies* (1982), Gumperz présente les résultats des recherches sur *l'interethnicité*, et surtout le *code switching* – changement périodique de codes linguistiques dans les interactions entre partenaires de communautés linguistiques différentes. Il s'agit d'un ensemble implicite de différenciation – mise à l'écart de certains participants – par des échanges verbaux ponctuels comme manifestation de solidarité restreinte: *le code switching* représente l'emploi de mots, de groupes de mots, de segments phrastiques en langue maternelle d'une ethnie minoritaire en contact avec l'ethnie majoritaire parlant la langue dominante [6, p. 71]. Qu'il s'agisse

des Hongrois du Canada qui intercalent dans leurs conversations en anglais des énoncés en hongrois en présence d'interlocuteurs anglophones, ou des personnes qui utilisent le "jargon" de leur profession, cette pratique a un effet de désintégration de la conversation dominante.

Le *code switching* révèle la dynamique interactionnelle du point de vue sociologique et symbolise l'expérience partagée, l'appartenance à un groupe qui force les autres participants à prendre un rôle passif imposé, ce qui peut être dans beaucoup de cas impoli.

Dans un autre ouvrage, *Language and social Identity* (1982), Gumperz propose la méthodologie complète de la recherche, les bases empiriques, ethnographiques et sociolinguistiques:

Les bases empiriques concernent le choix des discours à enregistrer où se manifestent le plus fréquemment les différences ethniques déterminées par les différences entre participants qui ne partagent pas les mêmes règles d'interaction: des interviews officielles, où l'interviewé est dominé socialement par l'interviewer, des négociations entre patron et employés, où les employés n'ont pas toutes les données de l'enjeu, des interrogatoires en cour de justice, où les témoins et les "inculpés" ne partagent pas le capital linguistique des juges et des avocats, des discussions et des débats publics, où la parole appartient aux experts.

Les rôles interactionnels sont socialement contraignants: si l'un des partenaires ne connaît pas les règles du jeu, il est toujours désavantagé. L'analyse empirique démontre les lacunes sociolinguistiques des rôles *one-down*.

L'expérimentation sur le terrain des "défavorisés" représentent les bases ethnographiques et fait découvrir les stratégies discursives du groupe ethnique minoritaire.

Quant aux bases sociolinguistiques, elles permettent l'analyse des intentions et des interprétations du degré de compétence communicative et de sa flexibilité selon les contextes.

Les trois plans méthodologiques font découvrir les éléments comportementaux qui mènent à la réussite de l'interaction interculturelle: l'incompréhension survient au moment où les trois types de *signaux conventionnels* et *informels* ne sont pas partagés par les participants:

- macro-signaux kinésiques: mouvements des yeux, contractions des muscles faciaux;
- macro-signaux proxémiques: posture, mouvements de mains et orientation du corps;

- signaux formels et codés explicitement: clin d'oeil, poignée de main, mouvements de tête, etc.

La réussite interactionnelle dépend de la *coordination discrète de ces signaux* qui ont, le plus souvent selon Gumperz, un effet subconscient dans la coordination des échanges.

Dans certaines situations difficiles, les acteurs sociaux possédant une langue différente de la langue dominante emploient des *conventions de contextualisation* typiques de leur propre langue ce qui dérouté, bien sûr, leurs interlocuteurs.

Le rôle très important joué par la kinésique, le sens de la proxémie et les stratégies conversationnelles propres à la langue maternelle des membres d'une communauté minoritaire, transposées inconsciemment dans les interactions en langue "seconde" détermine de nombreuses difficultés interethniques. Un exemple en est donné par les Indiens qui adaptent à l'anglais des indices conversationnels et des indices de contextualisation propres à leur langue maternelle, ce qui mène à des conflits avec les Britanniques.

Le style d'interprétation, le style conversationnel sont des "cryptotypes" traduits inconsciemment d'une langue à l'autre. Les facteurs qui participent des conventions de contextualisation sont: la gestuelle, la kinésique, l'intonation, la voix, le débit, le rythme. Il y a des conventions, des indices, des signes, des marques propres à chaque culture qui peuvent être implantés subconsciemment dans une seconde langue.

Si l'on envisage l'enseignement du français langue étrangère, il faut tenir compte, par exemple, des conventions de contextualisation les plus fréquents dans les échanges rituels: les formules de politesse, d'adresse et de salutation.

Dans une classe où il y a des apprenants de cultures différentes, on peut leur demander ce qui les choque ou les gêne dans le comportement des autres. De cette façon, au lieu d'analyser le comportement linguistique, on travaille sur les "comportements culturels". Il est nécessaire donc de devenir conscient de nos propres comportements particularisants pour comprendre la réaction des interlocuteurs d'une autre culture devant notre prestation en communication et mieux connaître les autres.

Par exemple, la convention de contextualisation des rencontres qui ne pose pas de problèmes aux Français, embarrasse un étranger qui ne sait pas s'il doit faire une "bise" ou serrer la main de son interlocuteur français. Aux nouveaux arrivants au Canada on offre un petit ouvrage qui

décrit les conventions de contextualisation dans différentes interactions sociales. Cela pourrait constituer une solution pour d'autres pays où le problème de l'intégration est difficile à résoudre.

D'autres chercheurs comme G.Bateson, P.Watzlawick, J.Helmick Beavin, Don D.Jackson ont repris, renouvelé, élargi, en fait enrichi les études d'ethnographie de la communication.

Pour conclure, il faut souligner qu'en ethnographie de la communication, la forme, la fonction et la valeur sociale de la parole doivent être étudiées dans leurs relations mutuelles.

Pour la didactique des langues, non seulement la grammaire de la langue respective doit être enseignée, mais aussi les *normes actionnelles*, *sociologiques* et *culturelles* de cette langue dans l'idée que la langue en tant que telle n'est qu'un des éléments des comportements spécifiques de la culture à enseigner / apprendre. Au Maroc comme aux Etats-Unis, pour des raisons différentes, il est vrai, on n'enseigne que le système linguistique de la langue étrangère, dans notre cas le français, ce qui entraîne des effets négatifs sur les comportements des apprenants, une fois arrivés en France. En

conclusion, l'apprentissage des langues étrangères en milieu parlant une autre langue et ayant, par voie de conséquence, une autre culture, est voué à l'échec car les enseignants n'ont pas encore complètement pris conscience du rôle de la parole, des attitudes et des valeurs des locuteurs natifs.

Décrire et exposer le plus pragmatiquement possible les conventions comportementales du peuple dont on enseigne la langue constitue un enjeu majeur de la réussite de cette activité pédagogique.

Mais il faut absolument souligner aussi que l'enseignement / apprentissage des faits de "culture" ne doit pas remplacer l'enseignement / apprentissage du système de la langue, et les deux aspects doivent être intégrés au même processus.

Pour l'instant, la reprise des idées des spécialistes en ethnographie de la communication nous a aidée et, j'espère, aidera les lecteurs à comprendre l'importance de cette discipline pour toute recherche interdisciplinaire en sciences humaines et y compris pour l'activité tellement complexe de l'enseignement / apprentissage des langues. C'est justement dans cette direction que pourront s'orienter nos contributions ultérieures, originales dans ce cas-là, à ce domaine.

### RÉFÉRENCES

- 1 GURVITCH, G. – *La Vocation actuelle de la sociologie*, PUF, Paris, 1963.
- 2 HYMES, D. – *Foundation in Sociolinguistics, an Ethnographic Approach*, Philadelphia University of Pennsylvania Press, 1974.
- 3 HYMES, D. - *Vers la compétence de communication* (trad.), Hatier, Paris, 1984.
- 4 KERBRAT-ORECCHIONI, C. – *Les Interactions verbales*, Armand Colin, Paris, 1990.
- 5 MOIRAND, S. – *Enseigner à communiquer en langue étrangère*, Hachette, Paris, 1982.
- 6 SALINS, G.-D. de – *Une introduction à l'ethnographie de la communication*, Didier, Paris, 1992.
- 7 WIDDOWSON, H.G. – *Une approche communicative de l'enseignement des langues*, Hatier, Paris, 1981.