

## GLOSSAIRE DES PRINCIPAUX TERMES UTILISÉS EN ETHNOGRAPHIE DE LA COMMUNICATION

Corina CILIANU-LASCU

- **appropriété** paramètre de la grille d'évaluation des aptitudes de D.Hymes qui évalue la compétence sociologique des énoncés.
- **cadre de l'”Eidos”** les aspects cognitifs qui contribuent à la construction de l'ensemble cognitif du groupe – c'est le modèle culturel du groupe.
- **cadre de l'Ethos** l'ensemble des valeurs, des croyances, des attitudes normalisées dans une communauté donnée, c'est-à-dire ce qui dans les conduites est recommandé, permis, autorisé, admissible, reconnu, possible par la communauté dans son ensemble.
- **code élaboré** pour les locuteurs qui dans une société peuvent, sans difficultés, jouer sur les différents registres de leur répertoire; le **code restreint**, pour les locuteurs qui dans la même communauté n'ont pas cette compétence (B.Bernstein)
- **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 [88, p. 71]. Il 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.
- **“comportements culturels”** 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.
- **conventions de contextualisation** 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 déroute, bien sûr, leurs interlocuteurs. 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. Le rôle très important joué par la kinésique, le sens de la proxémique 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. Pour 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.

- **“cryptotype”** le style d'interprétation, le style conversationnel traduits inconsciemment d'une langue à l'autre.
- **disponibilité** paramètre de la grille d'évaluation de D.Hymes qui permet d'élucider la compétence culturelle.
- **données authentiques (fresh data)** leur étude par un *observateur participant* constitue un autre paramètre spécifique de l'ethnographie de la communication.
- **ethnographie de la communication** discipline à cheval entre l'anthropologie, la linguistique et la sociologie qui veut donner une vision “holistique” ou “globale” de tout ce qui est comportemental, dans une culture donnée. 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” [63, p. 11].
- **ethnographie de la parole** la 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” [65, p. 116].
- **grammaticalité** paramètre de la grille d'évaluation de D.Hymes qui évalue la compétence linguistique
- **grille “etic”** grille d'analyse qui décrit, transcrit, rend compte de tous les composants du contexte (temps, lieu des échanges, cadre spatio-temporel)
- **grille “emic”** grille d'analyse qui permet de découvrir les rapports, les relations, les structures que ces constituants entretiennent entre eux, dans la dynamique du système étudié, et de façon intégrale et met en valeur le statut, les rôles adoptés, les positions mutuelles des acteurs sociaux, en tenant compte de certains attributs sociaux ou plus discrets.
- **intégrante (dimension)** 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 **intégrante**. 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.
- **occurrence** paramètre de la grille d'évaluation de D.Hymes qui permet de calculer la fréquence d'emploi des énoncés dans la culture étudiée.
- **“one-down”** participant à la conversation qui a la “position basse”, qui est le plus souvent dans le rôle de répondeur et attend que le “one-up” lui ait adressé la parole pour intervenir à son tour.

- **“one-up”** participant à la conversation qui a la “position haute” et peut se permettre de questionner son interlocuteur. 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. Les rapports sociaux dicte l’organisation interactionnelle des prises de parole et influe catégoriquement sur les termes d’adresse.
- **observateur participant** celui qui analyse les données authentiques et qui participe à la communication faisant preuve d’une objectivité relative, “intersubjective”.
- **“paroles fraîches”** discours non préparé et totalement spontané, lié à une certaine émotivité [42].
- **relations catégorielles** rapports qui tiennent compte du sexe, de l’âge, des fonctions des participants.
- **relations personnelles** rapports observés en contexte.
- **relation sociologique** la cohésion et la solidarité à l’intérieur du groupe (G. Bateson).
- **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.
- **répertoire verbal** 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 (J.Gumperz).
- **neutralisation** 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. [88, p. 55].
- **signaux conventionnels et informels**

  - 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, un effet subconscient dans la coordination des échanges (Gumperz).

■ **speaking**

les composantes de toute communication, chacune des lettres représentant un constituant de l'interaction [64]:

**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.