

Guide de survie de la communication interculturelle

Vous êtes-vous déjà aperçu de certaines incompréhensions lorsque vous parliez avec une personne étrangère ? Pas de panique, ce n'est pas forcément une question de grammaire ou de vocabulaire... Mais peut-être une problématique de communication interculturelle !

Qu'est-ce que la communication interculturelle ?

Cette discipline est née dans les années 1960 avec l'anthropologue américain Edward. T. Hall. Rappelons déjà un chiffre : 80% de la communication n'est pas verbale, et ne passe donc pas par les mots. C'est à dire que nos gestes, intonations ou attitudes comptent pour 80% tandis que notre niveau de langue ne compte que pour 20%. Tout le reste n'est qu'interprétation en fonction de la culture des interlocuteurs.

L'étude de ces interprétations, de ces perceptions réciproques, c'est ça, la communication interculturelle.



Chacun appelle barbarisme ce qui n'est pas de son usage

- Michel de Montaigne

CULTURE INDIVIDUELLE

L'accent est mis sur l'individu, son bien-être et sa volonté propre. Le « je » et l'expression de soi sont primordiaux.

CULTURE INFORMELLE

La communication peut se faire très directement, sans esprit de caste ou de classe. L'égalité et la communication ouverte prime.

CULTURE DE L'INCERTITUDE

Les personnes acceptent davantage l'inconnu et le changement. Les règles sont moins strictes.

LANGAGE EXPLICITE

Dans le langage explicite, la communication est très directe, un oui sera un oui, un non sera un non.

ACCENT SUR LA DURÉE

Ce sont des cultures monochroniques. On va davantage se focaliser sur des horaires ou des durées précises.

CULTURE DE GROUPE

Le groupe, le « nous » prime. Cela se traduit par des relations basées sur davantage de loyauté et de sélectivité dans les relations.

CULTURE HIÉRARCHIQUE

La hiérarchie demeure importante, savoir d'où l'on parle et qui parle. Un collaborateur supposera par exemple qu'un manager prenne des décisions unilatéralement.

CULTURE DE LA STABILITÉ

Le changement de manière générale peut représenter une menace. Pour pallier cela, des règles strictes sont mises en place. Les personnes ont tendance à être plus émotives.

LANGAGE IMPLICITE

Ici, le fond des messages sera davantage enrobé. On fera comprendre plus qu'on ne dira. Ainsi, un « oui » pourra n'être en fait qu'une marque de politesse, pas une volonté.

ACCENT SUR LES TÂCHES

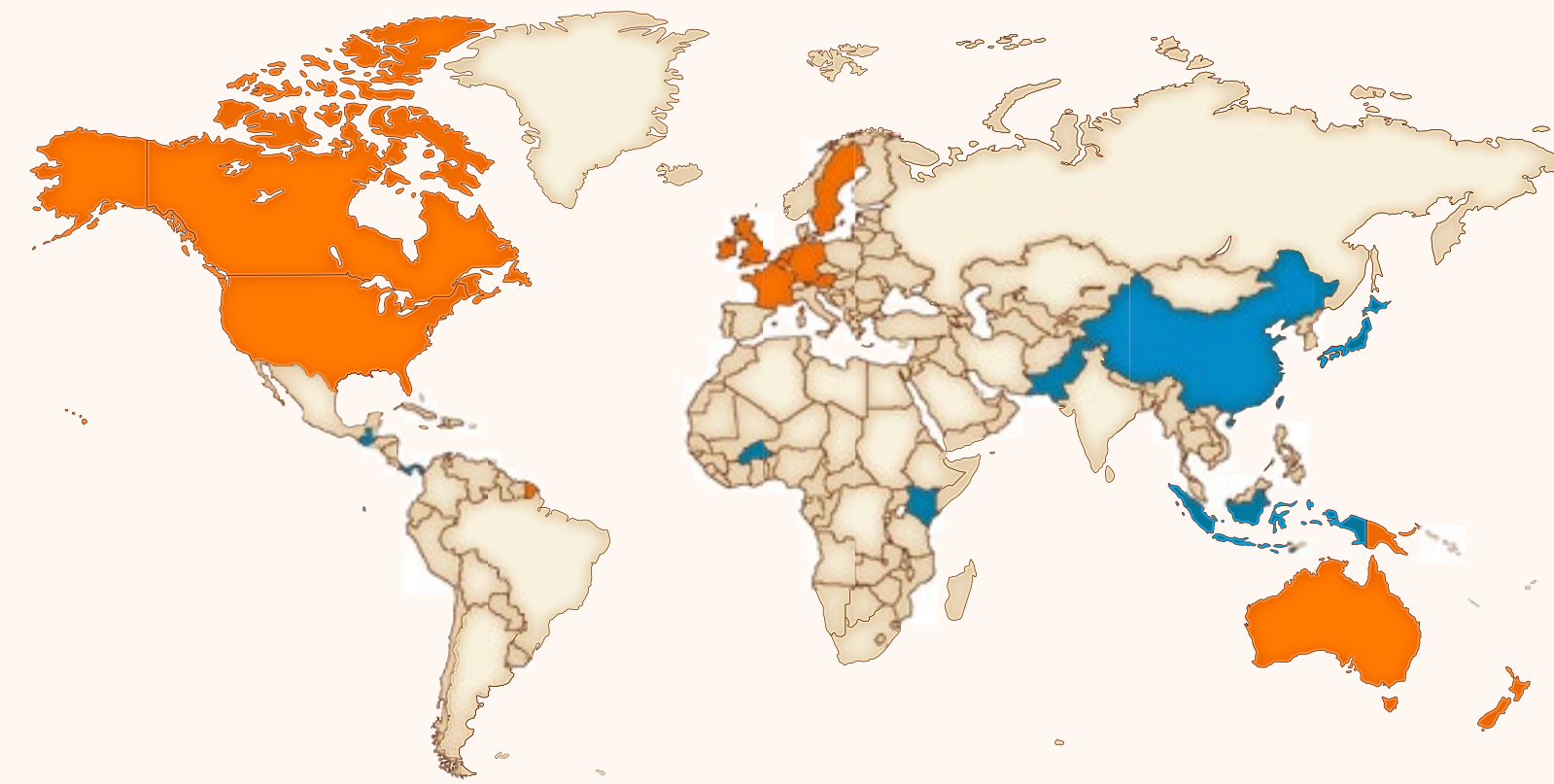
Cela va de pair avec les cultures polychroniques. Ce qui va davantage compter est sur la tâche à accomplir plus qu'une durée précise, quitte à être en retard ou attendre.

Et en cartes, cela donne quoi ?

En 1991, Gert Hofstede a pris le relais d'Edward Hall en analysant les caractéristiques culturelles dans une cinquantaine de pays. Bien sûr, chaque individu est singulier, mais ces études permettent de dégager des grandes tendances, pour mieux comprendre comment on agit ou on réagit en fonction de son pays. Nous reprenons les différents groupes de culture ci-dessus, qui constitue à notre sens les principaux axes.

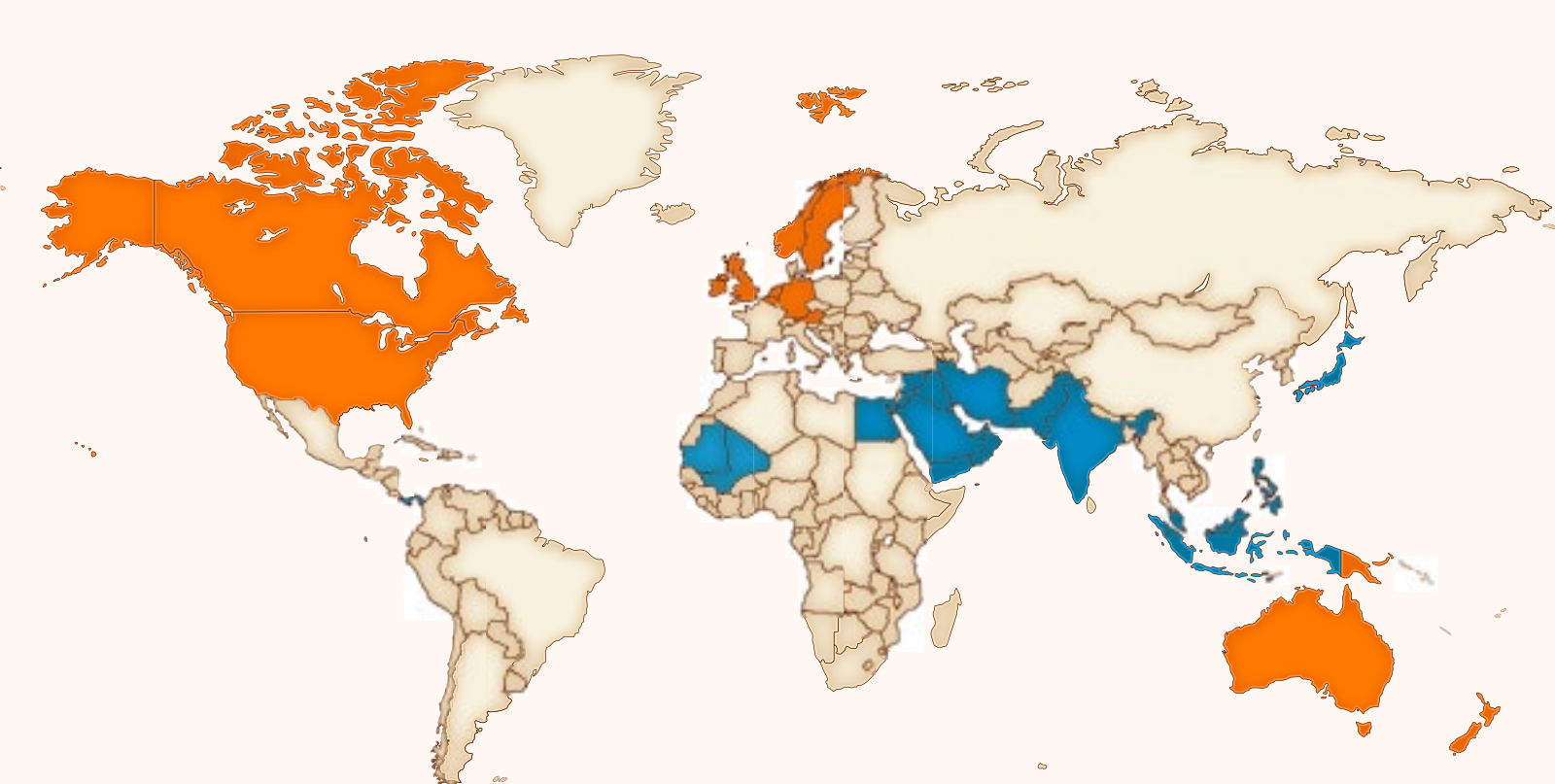
CULTURE INDIVIDUELLE

CULTURE DE GROUPE



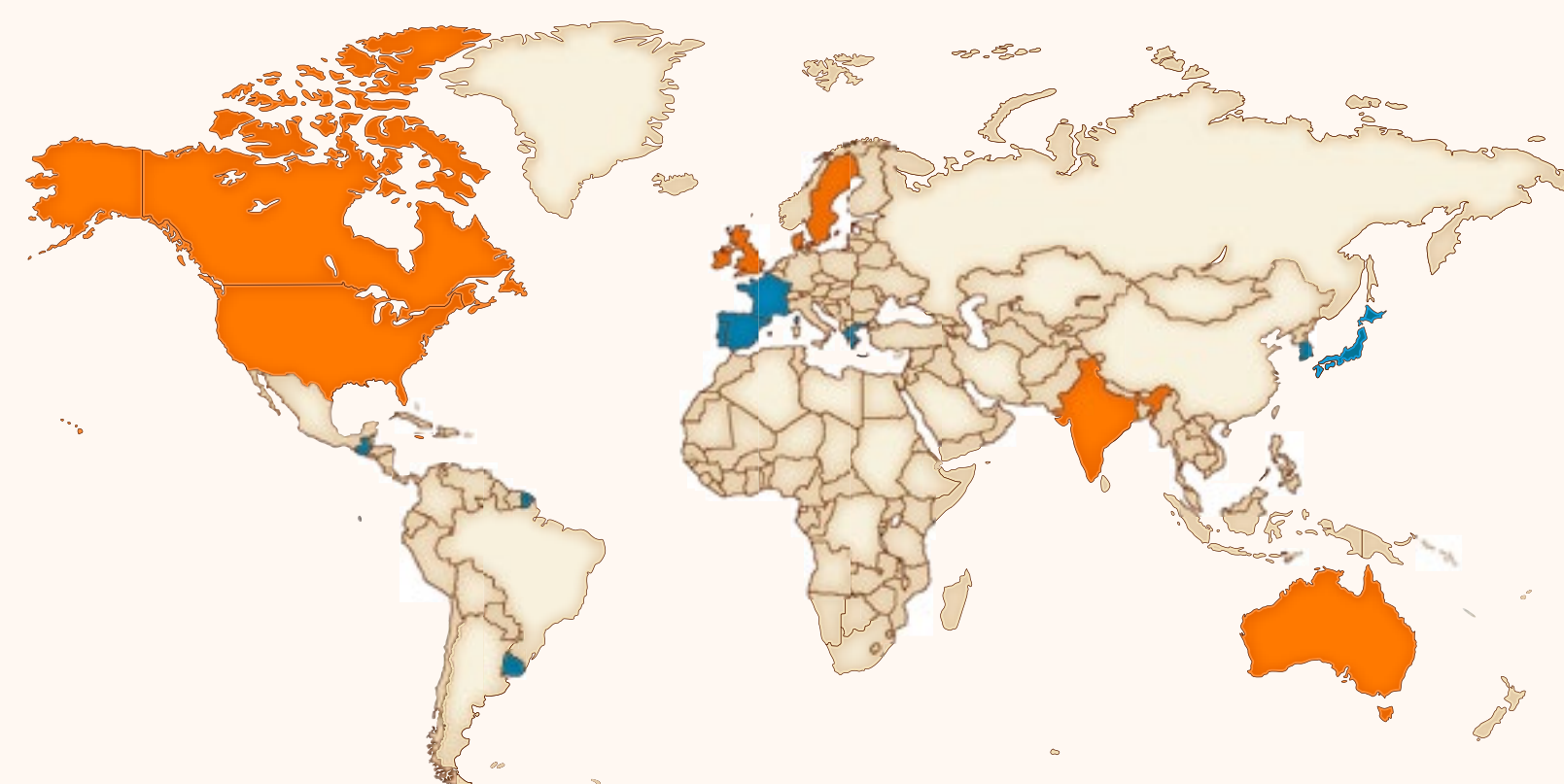
CULTURE INFORMELLE

CULTURE HIÉRARCHIQUE



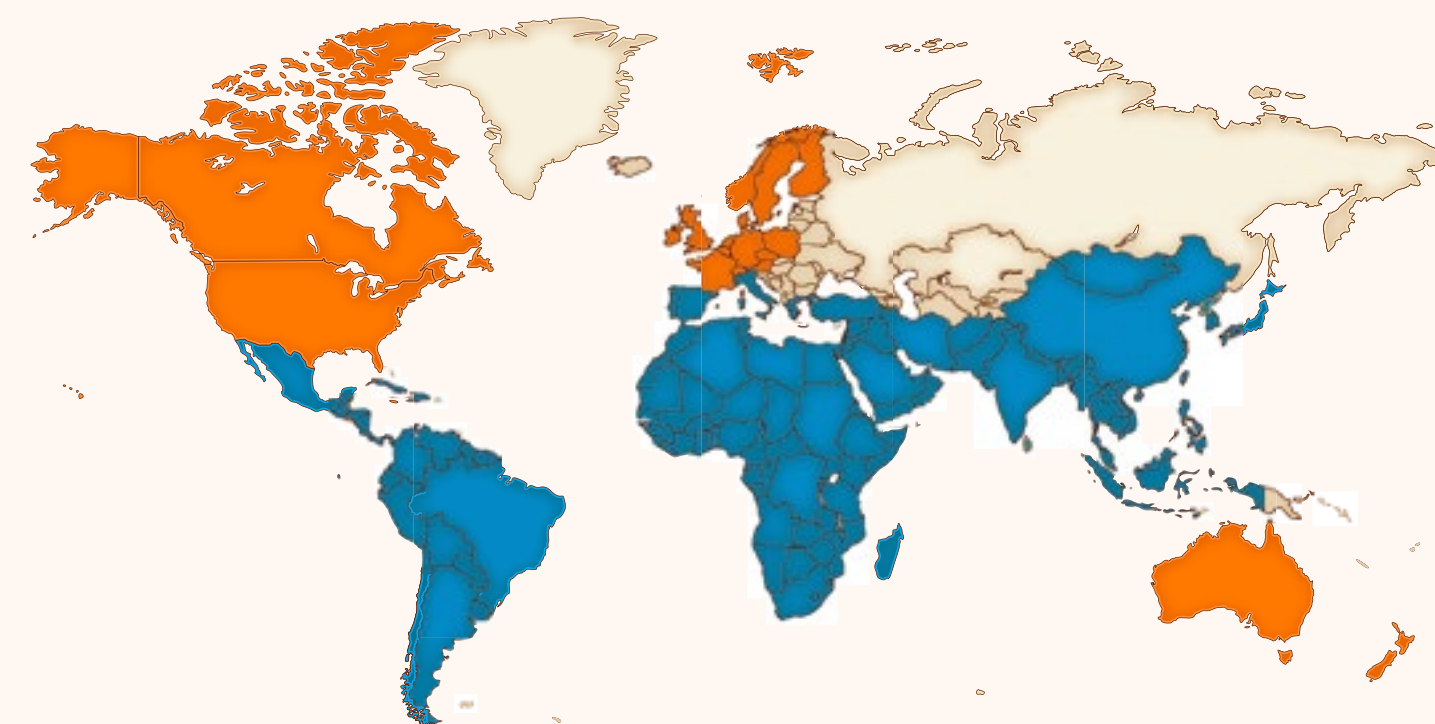
CULTURE DE L'INCERTITUDE

CULTURE DE LA STABILITÉ



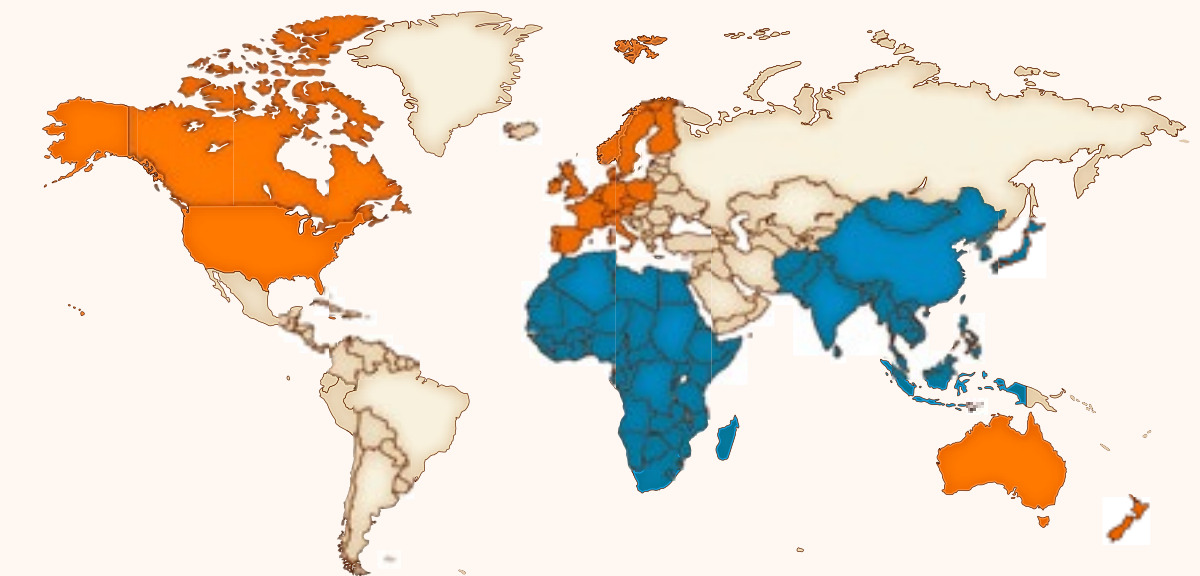
LANGUAGE EXPLICITE

LANGUAGE IMPLICITE



ACCENT SUR LA DURÉE

ACCENT SUR LES TÂCHES



Quelques exemples concrets

1. UNE HISTOIRE QUI NE MANQUE PAS DE SEL

L'histoire est racontée par l'ethnographie John Gumperz et se passe dans un restaurant indien, au Royaume-Uni.

Les clients britanniques du restaurant se plaignaient de l'attitude des serveuses. Ces dernières, quant à elles, pensaient être victimes de discrimination de la part des clients.

En réalité, en Inde, lorsqu'on pose une question, on termine sa phrase avec une intonation descendante, contrairement en Europe.

Lorsque les serveuses disaient "Vous avez fini ?", les clients comprenaient "Vous avez fini." Ce qui, convenons-en, n'est pas la même chose...



2. UN RENDEZ-VOUS FRANCO-ALLEMAND

Les études ont montré que les Allemands étaient centrés sur le contenu même de l'échange, sur le sujet principal. A l'opposé, les Français portent une attention particulière sur l'aspect relationnel. C'est ainsi que les premiers peuvent paraître trop directs de prime abord, et les seconds comme des séducteurs.



3. UNE AFFAIRE TRANSATLANTIQUE

De la même manière, lors d'un repas d'affaire, les Américains parlent d'abord du travail ; là où un Français préférera attendre la fin du repas.

4. HAUT LES MAINS !

En France, on sait tous ce qu'est un pistolet. Pourtant, en Belgique francophone, un pistolet désigne également un sandwich... Ne levez donc pas les bras lorsqu'à Bruxelles on vous proposera un pistolet !