

La démarche ethnographique : quelle approche ? Quelle méthode?

The ethnographic approach: which approach? Which method?

Souad Benharra *, Université Mostapha Benboulaïd-Batna2,
benharrasouad79@gmail.com

Reçu le:23/12/2021

Accepté le:19/04/2022

Publié le:15/06/2022

Résumé:

L'ethnographie de la communication s'intéresse à étudier le statut des processus communicationnels et les particularismes qui servent à prendre conscience de notre ethnocentrisme pour distinguer ce qui est normatif de ce qui apparaît comme naturel quand on est dans une situation de communication contextualisée. En effet, le travail ethnographique s'appuie sur l'approche empirico-déductive et la méthode qualitative pour décrire efficacement une situation de communication. Alors, dans cet article, Nous avons tenté d'étudier cette méthode qui constitue une approche dialogique et interprétative en exploitant les compétences communicatives exigées entre autres le savoir voir, le savoir être et le savoir écrire. Le but ultime est de savoir décrire une situation de communication, puis savoir analyser le verbal et le non verbal dans une situation socioculturelle. De plus, nous avons essayé de jeter un regard concernant les travaux de Dell Hymes notamment en ce qui concerne le modèle SPEAKING. **Mots clés :** ethnographie de la communication, approche empirico-déductive, méthode qualitative

* Auteur expéditeur

Abstract:

Communication ethnography is interested in 'studying the status of communicational processes and the particularisms that serve to become aware of our ethnocentrism to distinguish what is normative from what appears natural when we are in a situation of contextualized communication. Indeed, ethnographic work is based on the empirical-deductive approach and the qualitative method to effectively describe a communication situation. So, in this article, we have tried to study this method which constitutes a dialogical and interpretative approach by exploiting the communicative skills required, among others, knowing how to see, how to be and how to write. The ultimate goal is to know how to describe a communication situation, then to know how to analyze the verbal and the non-verbal in a socio-cultural situation. In addition, we have tried to take a look at the work of Dell Hymes especially with regard to the SPEAKING model.

Keywords: ethnography of communication, communicative competence, empirical-deductive approach, qualitative method

1. Introduction :

Le terme ethnographie est apparu pour la première fois en 1767, dans un livre de Johann Friedrich Schöpperlin (1732-1772). Il a été mentionné pour désigner des collections d'édition.

Le mot ethnographie est composé du préfixe « ethno » (du grec qui veut dire peuple, nation, ethnie et du suffixe « graphie » (au grec qui veut dire (écrire) ; l'ensemble signifie littéralement description des peuples.

En effet, l'ethnographie est le domaine des sciences anthropologiques et sociales qui étudie sur le terrain le mode et le style de vie des peuples. « L'ethnographie est une méthode d'étude dont se servent les anthropologues dans le but de décrire les coutumes et les traditions d'un groupe humain. Cette étude aide à connaître l'identité d'une communauté humaine qui est développée dans un cadre socioculturel concret. » (Définitions, 2011). Dans ce cadre, nous posons la question suivante : quelle est la méthode suivie et l'approche adaptée par l'ethnographe pour réaliser ses études ?

L'ethnologue a besoin d'une approche empirico-déductive et une méthode qualitative qui pourrait l'aider à décrire efficacement une situation bien contextualisée.

Avant d'entamer les particularités de l'ethnographie de la communication, nous jugeons utile de jeter un regard cursif sur les disciplines proches et les disciplines voisines telles que l'ethnographie, l'ethnologie et l'anthropologie afin de révéler les liens étroitement intriqués entre elles.

Alors, l'ethnographie représente une méthode permettant de rendre compte de faits sociaux alors que l'ethnologie incarne davantage l'analyse de celle-ci. Au centre de ces deux concepts [...] l'ethnographie représente une méthode d'investigation dont la finalité est de proposer un « tableau descriptif » de la dimension culturelle d'un groupe social, dont l'analyse mettra à jour les fondements [...] L'anthropologie s'intéresse donc aux activités de l'homme « dans toutes les sociétés, sous toutes les latitudes, dans tous ses états et à toutes les époques (Cléret, 2017).

2. Aperçu historique

L'ethnographie de la communication naît au cours des années 1960 aux États-Unis au sein de l'anthropologie américaine. En 1962, l'anthropologue et le sociolinguiste américain Dell Hymes (1927-2009) publie un article intitulé (*Ethnography of speaking*) ou « Ethnographie de la parole » dont il propose d'étudier la relation entre langue, culture et société en se basant sur les travaux de Franz Boas et Edward Sapir, mais en mettant l'accent sur l'analyse des manifestations langagières par rapport à leur contexte socio-culturel.

En 1964, c'est-à-dire deux ans plus tard, Dell Hymes mène avec le sociolinguiste américain John Gumperz une recherche dans la revue *American Anthropologist* consacrée à l'ethnographie de la communication, ce nouveau vocable met l'accent sur le fait que la communication ne se limite à sa dimension linguistique. Cet article joue un rôle primordial concernant la fondation d'un nouveau domaine de recherche considéré comme un hybride entre les sciences sociales

et les sciences du langage. Cependant, en France ce n'était pas le cas, « il n'a en revanche pas bénéficié d'une reconnaissance académique aussi grande, en dépit des travaux pionniers de Geneviève Calame-Griaule qui inaugure l'ethnolinguistique « à la française » dans les années 1960 (*Ethnologie et langage*) » (Bonomme, sans date)

3. Qu'est-ce que l'ethnographie de la communication ?

L'ethnographie est conçue comme étant la science qui s'intéresse à l'étude descriptive et analytique, sur le terrain, des modes de vie de différents peuples. Elle se base sur l'enquête, elle est fondée sur la collecte des données et la description des faits humains afin de les enregistrer selon leur contexte socioculturel, à la fois dans une optique diachronique que synchronique.

Cette discipline est basée sur l'étude du langage en tant que comportement socio-culturel. Elle s'intéresse principalement aux interactions et aux comportements sociaux des individus. Cela dit, l'ethnographie de la communication étudie systématiquement le rapport entre langage, culture et pratiques sociales.

Au début, les études ethnographiques étaient réservées aux sociétés primitives ; cependant, avec l'avènement des mouvements des indépendances des pays colonisés, l'ethnographie occidentale s'est dirigée de plus en plus vers ses propres populations.

Elle peut aussi se porter sur des communautés dont les origines sont proches de l'ethnographe. Il peut s'agir d'un groupe d'individus à la poste, un groupe d'étudiants dans la bibliothèque, un groupe de femmes dans une cérémonie, un groupe de jeune dans un restaurant... les possibilités sont infinies. Donc, elle se présente principalement comme un carrefour entre plusieurs domaines scientifiques notamment la linguistique, la sociologie et l'ethnologie. Il s'agit de décrire une situation de communication socio-culturelle spécifiquement distinctive afin de montrer minutieusement les éléments linguistiques et socio-culturels et leur influence les uns sur les autres. Les fondements principaux de l'ethnographie de la communication se cristallisent dans le domaine de la sociologie du langage "Par sociologie du langage nous voulons donc dire qu'il ne

s'agit plus de séparer-rapprocher deux domaines, mais bien de voir comment le langage est constitutif - à la fois enjeu et agent - d'une formation sociale. (...) La tâche que nous assignons à la sociologie du langage est donc de décrire la formation langagière dans une formation sociale donnée » (Lindenfeld, 1978).

et celui de la linguistique par des emprunts à la théorie de la communication de Jakobson notamment en ce qui concerne les fonctions du langage. En revanche, D.Hymes a proposé de prendre en considération tous les éléments négligés notamment par la linguistique.

L'ethnographie de la communication constitue une remise en question de la démarche linguistique. Alors, on travaille plus sur des phrases isolées et parfois artificielles, mais sur le discours perçu dans des situations socio-culturelles naturelles, car la langue est conçue comme un instrument d'interaction sociale

Pour cela, Dell Hymes propose d'étudier la dimension fonctionnelle du langage car la parole est un processus cognitif qui mérite d'être analysée sous un angle ethnographique et linguistique.

Le point de départ de la réflexion de Dell Hymes est la théorie de la communication de Jakobson dont il ajoute aux six paramètres et aux six fonctions présentées par Jakobson, (le point de départ pour Jakobson est la langue et non pas la parole.) un septième paramètre qui est la situation, et une fonction correspondante qui est le contexte.

Dell Hymes estime que la fonction du langage varie selon la situation, c'est-à-dire la structure linguistique de l'énoncé et la fonction du langage ne vont pas toujours de pair : le même matériau linguistique peut être utilisé à des fins diverses dans différentes communautés ou au sein d'une même communauté.

4. Objet d'étude et principe de base

L'objet de l'ethnographie est l'étude descriptive et analytique, sur le terrain, des populations bien précises. En revanche, cette étude était autrefois réservée à des peuples dits alors primitifs. Le but de cette étude est de montrer le fonctionnement de la parole dans la vie socio-culturelle.

Le principe de base de l'ethnographie de la communication est ce que Dell Hymes appelle un speech *community* » ou communauté langagière qui désigne un groupe de locuteurs qui partagent des ressources verbales et des règles de communication communes. Donc, ces ressources constituent ce que Gumperz appelle le « répertoire verbal » c'est-à-dire l'ensemble des formes linguistiques habituellement utilisées tout au long d'interactions socialement et culturellement particulières.

Donc, son principe fondamental concerne la collecte des informations et la description des matériaux sur le terrain. Elle a pour objectif d'enregistrer des faits humains et sociaux de façon diachronique mais aussi synchronique qui serviront à une élaboration théorique.

5. Approche méthodologique

Selon Philippe Blanchet (2012) la recherche de terrain s'appuie principalement sur une approche empirico-inductive. Cette méthode s'applique notamment dans « l'ethno-sociolinguistique interprétative » ou ce qu'on appelle aussi « sociolinguistique interactionnelle ».

5.1. L'approche empirico-déductive ou la méthode qualitative

Avant de parler de la méthode qualitative, il est primordial de définir le concept du terrain, La signification du mot « terrain » ne se limite pas à un espace géographique ou à une aire territoriale. « Un terrain, c'est l'ensemble d'interactions (de relation d'échanges, d'expériences) entre un chercheur et d'autre personnes, relations certes situées dans le temps, dans l'espace, dans des sociétés, dans des cultures, etc., mais interaction avant tout » (Blanchet, 2000,P.31).

L'approche empirico-inductive se base sur des données contextualisées collectées par enquêtes non sélectives. On commence d'abord par une observation participante (qui « consiste à recueillir des données en participant soi-même aux situations qui les produisent, par exemple, en ce qui concerne notre champ de recherche, lors de conversations spontanées auxquelles le chercheur participe ou auxquelles il assiste dans la vie quotidienne, *hors de toute situation*

explicite et formelle d'enquête » (Blanchet, 2000, P.46). Puis on procède par des enquêtes semi-directives (en utilisant les différentes modalités d'entretiens) et directives (investigation documentaires et traitement quantitative et analytique).

On peut schématiser et visualiser les principes fondamentaux de cette approche méthodologique sous la forme [...] d'un 'sablier' : la démarche va du global (prise d'indices multiples en contexte complexe par observation participante) à l'analytique (via enquêtes semi-directives et directives, traitement des données, catégorisations, croisements, validation) pour revenir à une synthèse interprétative. La phase analytique de la démarche correspond à une sorte de réduction (l'étranglement au milieu du sablier) qu'il convient de dépasser pour restituer aux phénomènes étudiés leur ampleur, leur complexité, leur signification (Blanchet, 2000, P.45). En effet, l'ethnographie de la communication se base sur une démarche qualitative qui étudie les interactions entre sujets parlants d'une communauté donnée. Alors, au cours de son travail de terrain, l'ethnographe « tout en prenant part à la vie collective de ceux qu'il observe, s'occupe essentiellement de regarder, d'écouter et de converser avec les gens, de collecter et de réunir des informations. Il se laisse porter par la situation. » (Patrick Boumard, Georges Lapassade, Michel Lobrot, 2006, P.375).

5.2. Les caractéristiques de l'approche qualitative

Dell Hymes a cité une panoplie de caractéristiques qui se résume dans les points suivants :

- l'approche qualitative est inductive.
- les sujets sont considérés comme un tout.
- les sujets sont étudiés par rapport au contexte dans lequel ils évoluent en prenant en considération leur passé.
- l'ethnographe devrait prendre en considération son influence interactive sur les sujets concernés par son étude.
- l'ethnographe devrait prendre en considération la vision du monde des sujets (leur système de référence).
- tous les points de vue des sujets sont acceptables et valables.

-l'approche qualitative s'appuie sur l'éthique humaniste qui se base sur l'ouverture sur l'autre.

-l'ethnologue observe les sujets dans leur vie quotidienne, donc, les données ne sont pas tronquées ou filtrées.

-l'ethnologue crée sa propre méthodologie selon la nature de son terrain d'observation. « C'est à partir de l'observation directe de faits empiriques, dans des situations culturellement significatives, que l'on s'efforcera d'établir un inventaire des pratiques communicationnelles d'un groupe de sujets parlants, et de procéder ensuite à l'examen de leurs fonctions au sein de ce groupe » (Lindenfeld,1984).

De plus, beaucoup de chercheurs développent des méthodologies complémentaires comme la méthode de l'étude de cas, les enquêtes générales (macro-sociolinguistiques), ou les enquêtes ponctuelles (micro-sociolinguistiques). En revanche, la recherche ethnographique requiert plus que l'utilisation des méthodes et des outils un savoir-faire. Grâce à sa présence, l'ethnologue est censé établir des relations de proximité (relation face- à- face) et de confiance avec les enquêtés, en les écoutant soigneusement à travers un travail plein de patience sur une longue période. Cela dit, l'étude ethnographique nécessite donc la présence de l'ethnologue sur le terrain pour entrer en contact avec les enquêtés. Elle exige la mise en confiance de l'enquêté, l'écoute attentive et la création de liens afin de « de comprendre les mécanismes de l'opinion de comprendre pourquoi les gens pensent ceci ou cela.

6. Les trois compétences qui constituent la démarche ethnographique

Yves winkin a évoqué trois compétences qui synthétisent tout le travail ethnographique:

La démarche ethnographique est avant tout un 'art de voir'. Ce n'est pas seulement que l'ethnologue "regarde autour de lui"; il fait de son regard un outil de travail, à la fois en laissant venir à lui ces différences que lui envoie le terrain (différences objectives), en exploitant ses souvenirs et ses connaissances d'un état antérieur du terrain (différences subjectives) (Winkin, Sans date).

Cependant, ce « savoir voir » est accompagné d'un « savoir écrire » : c'est-à-dire les traces visuelles sont converties et transformées en traces écrites. L'enregistrement et la description au sein d'un public sont insuffisants alors, il faut les transcrire/retranscrire. Ceci dit, l'écriture est le moment où l'ethnographe remet ce qu'il a vécu avec objectivité (il est censé partager la vie quotidienne avec les enquêtés notamment à travers l'observation participante) avant de passer à l'interprétation. Pour cela, la pierre angulaire méthodologique optée voudrait que l'ethnographie soit perçue comme une discipline scientifique qui s'appuie sur la trilogie, savoir voir, savoir être avec les autres et avec soi-même et enfin savoir écrire.

7. La délimitation des traces du « social »

L'ethnographie découle généralement de multiples démarches de terrain, de plusieurs entretiens et de séjours plus ou moins persistés avec les enquêtés et les communautés en question. En revanche, avant de procéder, l'ethnographe essaye de délimiter les traces sociales de l'activité humaine telles que :

- Les traces langagières,
- Les traces matérielles,
- Les traces corporelles,
- Les traces spatiales.

Cette panoplie de traces exige que chaque ethnographe doive être capable à assimiler des connaissances hors de sa spécialité en demandant parfois qu'il se spécialise afin de saisir le milieu immanent dans lequel s'effectuent ces activités.

8. Le modèle SPEAKING

D. Hymes élabore son fameux modèle dénommé SPEAKING en 1967. Ce modèle est considéré comme une grille de référence qui évalue les différents paramètres afin d'analyser en détail les conduites langagières en décrivant leur importance dans la communication. Et méthodologiquement l'ethnographe collecte les données par l'observation participante puis il les analyse en fonctions de différents comportements des interlocuteurs.

Pour analyser une situation de communication, par exemple réunion, anniversaires, mariage... Dell Hymes a proposé un modèle devenu célèbre, le modèle SPEAKING (Setting, Participants, Ends, Acts, Key, Instrumentalities, Norms, Genre). Ce modèle met l'accent sur la multiplicité des stratégies discursives, leurs constituants et leurs objectifs, afin de déduire les différentes fonctions des activités langagières :

S: Setting, il signifie le cadre spatio-temporel (temps et lieu) procurent des indices de signification concernant de l'acte communicatif.

P: Participants, sont les participants voire les personnes présentes mais ne prennent pas la parole).

E: Ends, sont les intentions et les objectifs des locuteurs qui constituent l'aspect causatif et téléologique de leurs comportements langagiers et communicatifs.

A: Acts, ce que font les participants pour effectuer leur communication comme les stratégies discursives, kinésiques et gestuelles.

K: Keys, ils incluent la prosodie, la tonalité, l'intonation, le ton de voix, les formes para-verbaux (se sont tous des aspects qui reflètent l'état psychologiques du participant : tendu, agressif, amical, professionnel, intime, etc.

I: Instrumentalities, se sont les divers instruments de la communication (gestes, écriture, vêtement..), les différents canaux (la vue, l'odorat, l'ouïe, le goût), la voix, les codes de la communication (écrit, oral, autres) utilisés pour exécuter la communication.

N: Norms, sont les normes, les conventions et les règles qui concernent l'organisation de toute communication, comme le tour de parole qui dépend des statuts et des modalités de l'interaction. Ces normes sont plutôt d'ordre sociologique que linguistique

G: Genre, il signifie le type de discours tel que débat, discussion, conférence, etc. faisant l'objet de conventions langagières et sociales antérieurs, tel, publicité, conte, recette de cuisine, description, etc.

Nous donnons notre exemple (un déjeuner familial », en suivant l'ordre mnémotechnique des constituants en anglais (SPEAKING).

Exemple : Un déjeuner familial au sein d'une famille batnienne (algérienne)

S : la salle à manger d'une maison modeste à l'heure du déjeuner ; atmosphère familiale assez calme et affectueux.

P : dans le contexte abordé, les participants (la grand-mère, le père, la mère et les enfants) représentent trois générations qui ont des liens de parenté très proches (ici, on doit décrire chaque membre en donnant par exemple son âge, son sexe, sa profession, son état civil et son statut familial).

E : le but principal de ce déjeuner familial, c'est de permettre de se réunir et de se restaurer ensemble. Cependant, cette réunion familiale a un but culturel implicite, elle renforce les liens familiaux. Donc, elle éprouve des sentiments positifs à l'égard de tous les participants.

A : durant cette rencontre familiale, maints thèmes sont abordés : l'éducation des enfants, le cout de la vie, la société, les vacances, l'enseignement... La plupart des énoncés émis sont d'ordre référentiel. La fonction expressive est la fonction la plus dominante.

K : la tonalité ou le ton des participants sur lequel se déroulent les discussions varie tout au long de cette réunion familiale : conseil, plaisanterie, ironie...

I : Dans cette rencontre familiale, on constate qu'il y a plusieurs types de canaux :

- La langue parlée et la gestuelle (canaux dominants).
- Le canal paralinguistique (intonations, pauses...)
- Le canal proxémique (l'organisation des convives autour de la table, la distance entre les participants, la disposition des plats sur la table).
- Le canal gustatif.
- Le canal olfactif.
- Le canal visuel.

Les codes qui correspondent à ces divers canaux sont l'arabe dialectal (code commun pour tous les convives, le chaoui (pour la grand-mère et le père) et à moindre degré le français relevant du domaine professionnel (pour les enfants).

N : tout au long de ce déjeuner familial, les conversations des convives se caractérisent par un grand nombre d'interruptions et de

chevauchements ; bien que le tour de parole soit recommandé. Les messages émis par la grand-mère sont souvent indirects.

G : les discussions qui se déroulent au cours de cette rencontre familiale est du type bavardage à bâtons rompus.

La grille d'évaluation comprend essentiellement

- la grammaticalité concernant le savoir linguistique ;
- la pertinence concernant la compétence sociale ;
- l'adéquation concernant la compétence culturelle.

9. Conclusion :

L'ethnographie de la communication s'intéresse à 'étudier le statut des processus communicationnels et les particularismes qui servent à prendre conscience de notre ethnocentrisme pour distinguer ce qui est normatif de ce qui apparaît comme naturel quand on est dans une situation socioculturelle.

A travers cette étude, nous avons essayé d'explicitier les principales méthodologiques concernant la recherche sur terrain en insistant sur le principe de la méthode empirico-inductive qui met l'accent sur les pratiques socioculturelles par rapport aux constructions intellectuelles vu son aspect dialogique et interprétative.

Notre objectif est de dévoiler la diversité ethnique afin de mieux intervenir et établir une meilleure communication à travers le développement des habiletés en communication interculturelle.

Bibliographie:

Blanchet, P. (2000). *La linguistique de terrain*. Rennes : PUR. Rennes, France: PUR.

Bonhomme, J. (s.d.). Anthropologie de la communication. Consulté le Aout 03, 2021, sur ersalis.fr/encyclopedie/anthropologie-de-la-communication/

Bonhomme, J. (sans date). Anthropologie de la communication. Consulté le Aout 03, 2021, sur ersalis.fr/encyclopedie/anthropologie-de-la-communication/

Cléret, B. (2017, septembre 28). L'ethnographie comme démarche compréhensive: immersion dans la dynamique consommatoire du rap

- en France. Consulté le 06 25, 2021, sur <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01597621>
- définitions, L. d. (2011, Novembre 28). Définition de l'ethnographie. Consulté le 07 12, 2021, sur lesdefinitions.fr/ethnographie
- Jacqueline Barus-Michel, Eugène Enriquez, André Lévy. (2002). *Vocabulaire de psychosociologie*. (Érès, Éd.) Toulouse, France.
- Lindenfeld, J. (1978, Septembre). L'ethnographie de la communication a-t-elle un sens pour les linguistes. pp. 45-52. Consulté le Aout 04, 2021, sur https://www.persee.fr/doc/lsoc_0181-4095_1978_num_5_1_1080
- Lindenfeld, J. (1984). Ethnologie urbaine et ethnographie de la communication : préliminaires à une étude sur les places marchandes. *Langage et société*(30), pp. 3-28. Consulté le juin 21, 2021, sur https://www.persee.fr/doc/lsoc_0181-4095_1984_num_30_1_2008
- Patrick Boumard, Georges Lapassade, Michel Lobrot. (2006). *Le mythe de l'identité : Apologie de la dissociation*. (Economica, Éd.) Paris, France.
- Winkin, Y. (Sans date). Communication. Consulté le juin 13, 2021, sur <https://www.universalis.fr/encyclopedie/communication/4-la-demarche-ethnographique/>