

La communication interculturelle au Maroc : place de l'identité

Chakib EL BAIDI

Ecole Supérieure Roi Fahd de Traduction-Tanger

Amal ARRAMÉ

Docteur en Linguistique, Communication et Traduction

« L'identité ne se compartimente pas, elle ne se répartit ni par moitiés, ni par tiers, ni par plages cloisonnées. Je n'ai pas plusieurs identités, j'en ai une seule, faite de tous les éléments qui l'ont façonnée, selon un "dosage" particulier qui n'est jamais le même d'une personne à l'autre. »

Amin Maalouf

Lorsqu'on parle de communication interculturelle deux termes, deux grandes notions, sont évoqués, en l'occurrence la communication et la culture. Déjà des disciplines peuvent participer au concours des définitions et de la délimitation des champs notionnels, mais aucune ne peut réclamer la souveraineté sur l'une des deux notions ou l'autre.

La notion de l'interculturalité a aussi le vent en poupe, on entend souvent parler des différences des visions du monde, des spécificités concernant beaucoup d'aspects qui interagissent et interviennent lors de la pratique de la communication, comme le recours aux métaphores et aux phraséologies, le langage corporel, le ton de la voix même, quand on parle de communication orale, mais s'agit-il uniquement de communication sous forme orale ? Bien évidemment non, puisque l'échange interculturel se passe sur divers niveaux, même lorsque les interlocuteurs se livrent au silence.

Les conflits entre les cultures, le développement des langues, la suprématie démesurée de certaines langues sur d'autres, l'identité même, ce sont des questions qui émergent à la surface d'une problématique "iceberg" qui interprète notre souci majeur : comment penser l'Autre.

Dans cette communication nous allons traiter la communication en situation interculturelle au sein de la société marocaine, en se basant sur une enquête menée au sein d'établissements employant ou recevant à la fois des marocains et des étrangers. Dans un second lieu, nous traitons la place qu'occupe l'identité dans la communication interculturelle dans ce type d'établissements, une identité qui oscille entre la constance et le mouvement.

Introduction et problématique

Selon une approche interactionnelle, la communication interculturelle est la mise en contact entre individus ou groupes d'individus de cultures différentes, mais cette définition minimise au maximum les différences qui influencent le fait de communiquer, ce n'est pas uniquement un échange linguistique, la communication elle-même subit l'influence d'autres disciplines entre autres l'anthropologie, la sociologie, la linguistique et la psychologie.

Lorsqu'on évoque l'interculturel c'est aussi une grande panoplie de choix et de facteurs régissant et influençant le concept qui se compose d'inter et de culture.

G. Stoicu (2011 : 67), considérée la pionnière de la communication interculturelle au Canada, propose une lecture de l'« inter » comme suit : « fonction des cadrages théoriques que l'on choisit, on peut charger le préfixe inter de trois enjeux majeurs de la communication : il s'agit d'une rencontre avec, une rencontre entre et une rencontre agissant sur. »

Et si la culture est un phénomène historique, la communication en est humaine. Les zones culturelles que les anthropologues ont pu établir à travers l'histoire des civilisations humaines n'ont pas pu désormais empêcher la communication entre ces différentes cultures. Chaque communauté, même celles voisines, ont des coutumes et des mœurs différentes, et pourtant des éléments étrangers de l'Autre réussissent toujours à fusionner et de rentrer en contact.

La communication interculturelle est définie ainsi : « Un processus transactionnel, symbolique impliquant l'attribution d'une signification entre personnes de cultures différentes. » (Gudykunst et Kim, 1992 cités par Licata et Heine, 2012).

En d'autres termes c'est la communication entre individus issus de différentes cultures, de nos jours c'est une étude de la communication interpersonnelles dans les communautés interculturelles comme les organisations internationales.

Les grandes théories qui ont influencé cette discipline ont commencé à voir le jour dès le début des années soixante notamment avec les travaux en relation avec la psychologie interculturelle. C'est Edward T. Hall (1966, 1976, 1989 et 1990) qui est en quelque sorte considéré comme étant le père fondateur de la communication interculturelle. William Gudykunst (1989, 1996) pour sa part est celui qui a catégorisé la discipline selon cinq catégories : l'accommodation, l'identité, les réseaux de communication, l'acculturation et l'ajustement. A qui viennent s'ajouter Cohen-Emerique, 1984 et Camilleri, 1990, ou encore Agbobli et Tremblay, 2019; Montgomery et Agbobli, 2017; Nakayama et Halualani, 2010; et Stoiciu, 2008, 2011.

Bien que la communication soit souvent perçue comme instrument, comprise uniquement dans une dimension technique liée à des aspects pragmatiques (la transmission, le transfert, la diffusion, la persuasion), elle est au-delà de ces points qui veulent limiter son contrôle puisque c'est une situation de mise en commun. La communication interculturelle suit certaines tendances marquées par les objectifs engagés par les acteurs en situation de communication. Elle est liée souvent à la notion d' « une rencontre, une relation de coprésence culturelle entre individus ou groupes, acteurs de la communication » (Hsab et Stoiciu, 2011, p. 10) Elle est alors associée souvent à des sujets d'actualité en l'occurrence l'immigration, l'intégration, les relations interpersonnelles dans les groupes formés de diverses identités, c'est aussi la question de l'appréhension de l'autre notamment lorsque nous abordons les thèmes d'identités individuelles et celles collectives.

L'enjeu dans la dimension interculturel - communication réside dans l'analyse des phénomènes de communication comme étant une

rencontre, une relation de coprésence culturelle entre individus ou groupes, acteurs de la communication (Hsab et Stoiciu, 2011, p. 10).

La communication interculturelle s'intéresse davantage à des situations de communication, aux échanges et aux interactions entre des acteurs, des groupes ou des individus porteurs de cultures différentes, ainsi qu'aux enjeux sociaux qui en découlent (Rogers et Hart, 2002)

Elle présente un champ d'étude ouvert qui a développé depuis Edward T. Hall (1973, 1989, 1990) les dimensions cachées de la culture. Ces dimensions apparaissent lors de la communication interculturelle entre individus et groupes d'individus.

La problématique que nous traitons dans cette étude concerne la dimension communicationnelle interculturelle au sein de la société marocaine, il est judicieux à notre avis d'exposer la problématique qui se résume dans les questions suivantes : comment on peut garder son identité tout en acceptant l'autre qui vit et échange avec nous ? En d'autres termes, communiquer avec d'autres cultures peut-il être un enrichissement de sa propre identité ? La mise en contact entre les citoyens marocains et les étrangers présents dans la société fait l'objet de plusieurs études et interprétations. Faut-il assumer que les interactions au sein de la société sont réduites à une méconnaissance mutuelle ? Ou plutôt, peut-on reprendre la notion de E. T. Hall quand il évoque un choc culturel dans la mesure où les cultures en situation de confrontation organisent l'espace et créent des territoires distanciés (l'intime, le personnel, le social et le publique) ?

Pour traiter cette problématique tentaculaire, nous allons essayer de répondre aux questions suivantes : comment s'articule la communication dans une situation interculturelle dans les établissements marocains ? Quelle place occupe l'identité dans la communication interculturelle dans ce type d'établissements ? N'est-ce pas un contexte où l'identité intrinsèque oscille entre la constance et le mouvement ?

Des questions épineuses auxquelles, des hypothèses à dimensions étanches peuvent-être avancées, à savoir :

La société marocaine est pluriculturelle, elle accepte plus ou moins la diversité et par conséquent accepte l'autre.

Dans les établissements à activité professionnelle ou touristique où on peut trouver à la fois des marocains et des étrangers, la communication interculturelle se manifeste pleinement de sorte que l'établissement présente une entité homogène.

L'identité au sein de la société marocaine n'est pas constante ou sacrée, elle est toujours sujette à des changements même légers puisque la situation culturelle dans la société marocaine est plutôt ouverte sur l'autre.

Il s'agit pour nous de comprendre comment les individus issus de différentes cultures unis par leur présence au Maroc à cause du travail ou uniquement pour une visite parviennent-ils à interagir et échanger avec les autochtones. D'autre part, nous allons aussi voir comment se comportent les marocains avec ces étrangers ? Comment ces interactions se passent-elles et est-ce qu'elles réussissent à limiter les écarts et fusionner les différences tout en surmontant les obstacles sociaux, économiques et culturels ?

Pour vérifier ces hypothèses, nous avons procédé par une méthodologie inductive partant d'observation et d'analyse des résultats d'une enquête établie au sein d'établissement publics et privés situés dans la ville de Tanger, une ville considérée depuis la nuit des temps une cité internationale. La communauté visée par le questionnaire, outil utilisé dans la réalisation de notre enquête, est une communauté variée composée de marocains et d'étrangers résidants ou visiteurs de la ville.

Le choix de l'enquête est dû à la nécessité d'avoir des résultats pouvant être analysés et commentés afin de vérifier les hypothèses avancées.

Nous avons élaboré le questionnaire de façon d'approcher deux facettes d'analyse : une interactionniste en comparant la communication au sein d'une situation de contact entre cultures différentes. Cette comparaison met en évidence les différences en relation avec les valeurs, les attitudes et la vision au monde entre individus issus de cultures et de sociétés différentes se trouvant dans une même situation interactionnelle et partageant le même espace pendant une durée limitée.

La deuxième facette s'intéresse à la communication interpersonnelle (et celle intergroupe) ce sont des individus en relation permanente ou plus ou moins stable (travaillant dans le même établissement ou des voisins).

La communication : la stratégie incontournable du rapprochement

Peut-on trouver une définition unanime à la communication ? Bien sûr que non, et sur ce concept s'ouvre un débat de grande envergure. Mais nous pouvons affirmer que c'est grâce à la communication qu'on exprime et vit en plénitude notre existence, même lorsqu'on ne parle pas ou on n'utilise aucun autre signe, on est en train de communiquer. De Coster (1992 : 10) avance que « la communication est le processus fondamental par lequel se noue la relation sociale. »

Charaï (2014 : 64), quant à elle, définit la communication interculturelle comme étant le :

Processus d'interaction symbolique qui inclut des individus et des groupes possédant des cultures différentes, reconnus dans les perceptions et les manières de conduite, de telle sorte, qu'elles affectent significativement la forme et le résultat de la rencontre interculturelle.

Il est judicieux de ne plus limiter la communication aux dichotomies du verbal/non verbal, du conscient/non-conscient, de l'intention/la non-intention, c'est le processus qui permet à l'être de se connaître et construire sa réalité et son identité. Est-ce que l'individu ne communique pas déjà avec soi-même, avant de se mettre avec l'autre qu'il soit de sa culture ou étranger, la communication est un parcours qu'on entreprend avec son être. La compréhension de la communication interculturelle passe péremptoirement par la compréhension des processus de la communication intrapersonnelle.

Certes la compétence de communication n'est pas uniquement le concours des compétences linguistique, communicative et celle culturelle, c'est un processus complexe qui implique d'autres opérations relevant de la vie sociale des individus, de leur perception et attitudes (psychologie des individus et des groupes) et de leur vision du monde et les stéréotypes (idéologie) : « D'où la nécessité de développer une compétence interculturelle susceptible de permettre

l'accès au sens de la communication et non pas de la culture comme on a tendance à vouloir le faire.¹ »

Les différentes définitions de la communication se soucient à priori du message et des processus de sa production, sa transmission et sa réception. D'autre part, (Laramée et Vallée, 1991) souligne que l'existence de systèmes symboliques entre les individus créent une atmosphère d'influence et de pression exercées sur les comportements, qui peuvent guider les croyances et tracer les lignes directives des valeurs individuelles, collectives, communautaires et sociales. C'est une complexité qui nous aide et ouvre pour notre étude une panoplie d'axes et aspects, il faut ajouter à ces aspects ceux de réception, d'interaction et d'action (Thayer, 1968),

Pourquoi communiquer-t-on avec cet autre ?

Entre groupes d'individus, se présentent toujours des contenus, une volonté ou un intérêt entre ces individus dès qu'ils se trouvent en situations d'interaction communicationnelles qui s'imposent et agissent en tant que processus de premier plan. La communication interculturelle n'est en effet que plaque tournante non seulement entre les cultures mais entre les individus. Communiquer au sein d'une diversité est en réalité entreprendre une relation avec l'autre, parce que même si on connaît a priori les spécificités culturelles de l'autre, cela ne reste qu'une pure connaissance hors contexte. L'identité de l'autre avec qui on communique n'est pas faite uniquement de sa culture, lui aussi porte des traces de diverses cultures avec lesquelles il s'était mis en contact, c'est en quelque sorte un cumul acquis lors du passage d'une situation à une autre, d'une culture à une autre.

Faut-il ajouter à ce niveau un point que nous partageons avec M. Abdallah-Pretceille qui a sans doute tracer dans son œuvre Communication interculturelle, apprentissage du divers et de l'altérité, une charte contenant les lignes directives pour apprendre à se découvrir en s'ouvrant à accepter l'autre : « En mettant l'accent sur la communication et non pas sur la culture, prise comme une entité abstraite, on replace le sujet, les sujets au centre du processus. Ainsi,

¹ Martine Abdallah-Pretceille, Communication interculturelle, apprentissage de l'altérité [en ligne].

les connaissances culturelles ne permettent pas de mieux communiquer. » Plus loin, elle ajoute : « que d'apprendre la relation à l'Autre, les informations culturelles a priori et hors contexte ne sont d'aucune efficacité. La personne rencontrée n'est pas nécessairement et obligatoirement représentative de sa culture d'appartenance. » (1996 : 15)

Ce mouvement en continu entre culture d'origine et celle de l'Autre nous a poussé à choisir ce sujet pour voir de près les variétés des relations interculturelles dans un contexte communicationnel dans la société marocaine et notamment dans la ville du détroit. La ville de Tanger est connue par son histoire internationale depuis plus d'un siècle. Sa situation géographique et non des moindres lui accorde un statut unique. Les développements sociodémographique et socioéconomique dans la ville ont connu un essor inédit et des changements tangibles. En effet, la diversité du contexte socioéconomique a été dans le cœur des études menées par Gudyskunt (1984), en prenant en considération des facteurs différents unissant les individus au sein d'une organisation pour comprendre comment les capacités communicationnelles aident ces individus de groupes hétérogènes à fusionner dans les cultures les uns et les autres. Dans notre étude nous nous intéressons aussi à des individus qui n'appartiennent pas au même groupe qui partagent uniquement des relations de voisinage ou de rencontres éphémères.

Nous pouvons remarquer à l'exemple des analyses de Gudykunst que les individus communiquent avec l'autre en laissant apparaître des attitudes individuelles qui sont caractérisées par certaines dispositions et qui diffèrent selon le statut soit dans son groupe social soit dans le groupe 'hôte' :

When people encounter one another strictly as individuals, the major factors influencing the interactions are the internal dispositions of both persons. In contrast, when people encounter others as members of groups, it is the emergent group phenomena that affect their behaviour toward one another. (Gudykunst, 1985: 155)

Le besoin de communiquer est alors de premier plan puisqu'on ne peut pas éliminer les barricades si on ne donne pas une opportunité à découvrir l'autre et à le comprendre. S'il est différent dans notre point de vue nous le sommes aussi de son côté. Un va et vient inévitable.

La culture : rapprochement vs éloignement

Pour essayer de définir la culture dans un contexte qui permet de décrire les comportements de manière intelligible, nous considérons la définition suivante :

Un ensemble de coutumes et d'institutions, que d'interprétations que les membres d'une société donnent de leur expérience, de constructions qu'ils édifient par-dessus les éléments qu'ils vivent, il ne s'agit pas seulement de comprendre comment les gens se comportent, mais comment ils voient les choses. (Geertz, 1973 : 226)

Nous pouvons synthétiser les différentes définitions qu'on trouve chez les anthropologues et dire que la culture englobe les signes, les croyances, les valeurs, les normes et les attitudes, les conceptions partagées par un groupe d'individus, voire une communauté.

La culture est considérée comme une construction sociale, créée et transmise par les membres d'une société à travers des processus de socialisation et d'apprentissage. Elle façonne les attitudes, les comportements, les identités et les systèmes de croyances des individus, ainsi que les relations entre les personnes et les groupes.

On reconnaît le caractère problématique du contexte de la société marocaine puisqu'il faut d'abord définir l'étranger dans cette société pluriculturelle. En reconnaissant le caractère problématique de ce concept, qui peut divaguer entre définitions régulatrices et discriminatoire, Schütz (2003) a décrit la situation de cet individu qui partage deux univers à chacun un code d'interprétation ; ce que fait l'étranger est une méthode d'interpréter le nouveau modèle culturel dont il se trouve afin de se repérer et trouver une place dans le nouveau cadre récepteur. Cette intégration à dimensions étanches n'est pas tout à fait ajustement, selon ses intérêts et ses capacités d'appropriation, l'étranger agit envers le groupe d'une manière progressive.

Dans ce sens Schütz confirme que l'étranger dans une nouvelle culture différente que la sienne prend intérêt au nouveau et il fait une sélection des éléments auxquels il peut s'adapter. Ce n'est pas une progression totale ou définitive, elle est plutôt partielle et progressive.

L'acteur fait l'expérience du monde social tout d'abord comme le champ de ses actes possibles et effectifs, et seulement ensuite comme un objet de sa

pensée. Pour autant qu'il trouve un quelconque intérêt à la connaissance de son monde social, il organise son savoir non pas selon les termes d'un système scientifique mais selon ceux de la pertinence de ses actions. [...] Ce qu'il veut obtenir, c'est une connaissance graduée des éléments pertinents, le degré de leur connaissance désirée est corrélatif de leur pertinence. (Schütz, 2003 : 10-11)

Au sein de la société marocaine nous avons la culture d'origine (plurielle !) et celle de l'Autre quel que soit son statut. Les deux cultures se trouvent en contact mais d'une manière progressive, au début chaque culture voit dans l'autre un modèle à remettre en question, mais cette remise en question crée une mauvaise entente, une atmosphère incertaine. Avec le temps l'image que crée chaque culture de l'autre se valide ou change suivant la solidité de la vision et l'interprétation. Il édifie alors un monde social, fait d'un pseudo-anonymat, d'une pseudo-intimité et d'

Une pseudo-typicalité. [...] Ce qui fait défaut à l'étranger, c'est qu'il ne sait pas instinctivement trouver la bonne distance avec les autres. Aussi oscille-t-il sans cesse entre la réserve et l'intimité. Hésitant et perplexe, il se méfie de tout ce qui apparaît d'une simplicité élémentaire à ceux qui se fient à l'efficacité de recettes qu'il suffit de suivre, sans se poser de questions, et sans comprendre. (Ibid., p. 35)

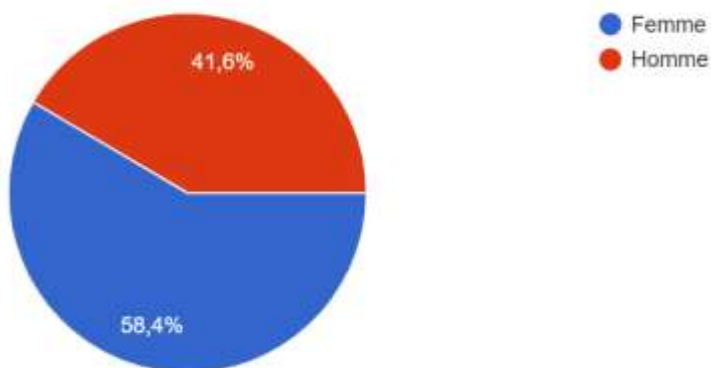
Ceci est applicable aussi à la culture du pays ; elle se bascule, elle commence à s'approprier ce qui était au début 'étranger', elle le questionne, le met à l'épreuve et peut l'emprunter pour s'en approprier quelques facettes sans cesser d'exister pleinement.

Résultats et analyse de l'étude

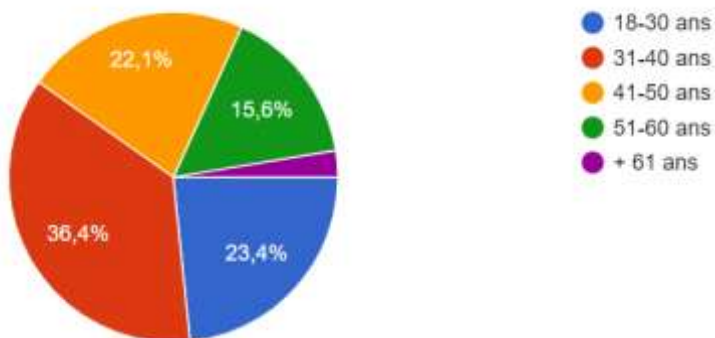
Le questionnaire, comme on l'a avancé plus haut, a servi comme outil pour nous donner une idée sur la perception de l'Autre au sein de la communauté tangéroise et de quelle manière la communication interculturelle sert-elle à tisser les liens entre les différentes cultures présentes au Maroc, ainsi que la nature de l'impact que subit l'identité locale. Le choix de diffuser le questionnaire sur Tanger n'est pas aléatoire. C'est une ville qui vit une dynamique inouïe depuis quelques années sans pour autant négliger son passé lourd en richesse.

L'enquête a visé des personnes travaillant dans des établissements étrangers (deux grandes entreprises industrielles internationales : La Société Renault Nissan et SE Bordnetze Morocco) ; ou fréquentant

des établissements qui accueillent des étrangers (Hôtel El Minzah, Café Paris, Cinéma Rif). Le nombre total des personnes qui ont participé à cette enquête est de 120 personnes, dont :



En ce qui concerne les tranches d'âge des participants, c'était comme suit :

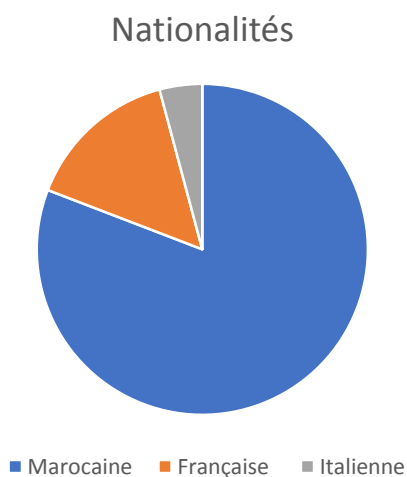


Plus de 76% des participants résident à Tanger, les autres viennent d'autres régions notamment la région Rabat-Kénitra-Salé et la région du Grand-Casablanca.

Pour le niveau d'étude des participants les répartitions sont les suivantes :

Niveau d'étude	Pourcentage
Ecole primaire	0%
Baccalauréat	1,3%
Bac + 2	6,5%
Licence	11,7%
Bac + 5 ou Master	69%
PhD	11,5%

En ce qui concerne les nationalités des personnes participantes à cette enquête, elles se répartissent comme suit :



En ce qui concerne l'activité professionnelle, les résultats sont représentés dans le tableau ci-dessous :

Secteur d'activité	Pourcentage
Secteur public	45,5%
Secteur privé (toutes catégories confondues)	32,4%
Profession libérale	18,2%

Etudiant	2,6%
Retraité	1,3%

Pour la compétence langagière chez les personnes que nous avons questionnées, nous remarquons qu'il y a une diversité, les résultats le montrent puisque 92% parlent arabe, presque 95% parlent français, 67% parlent anglais, presque 20% parlent espagnol ; et moins de 2% parlent soit amazigh, italien ou flamand.

Les personnes visées par ce questionnaire travaillent avec des sociétés étrangères sis à Tanger (85%), et presque la majorité fréquente des établissements accueillant des étrangers (hôtels, restaurant-bar ou lieux culturels) avec un pourcentage de 95%.

A partir de notre analyse nous pouvons constater que la qualité des rapports entre la culture marocaine (que nous pouvons considérer comme culture de réception) et la culture de l'Autre dépend surtout de la maîtrise des savoirs dans le domaine interculturel. On ne communique qu'avec celui on a pu rompre les obstacles. Cette rupture d'obstacles s'est établie avec le temps, les sujets pouvant maîtriser la communication interculturelle sont prédisposés à en faire autant, ils maîtrisent plus ou moins une langue étrangère ou plus et ils sont aussi capables de comprendre le cheminement des règles de la communication.

Ainsi, 74% des personnes interrogées disent n'ayant pas de préférence au sujet de la nationalité des gens avec lesquels ils travaillent. Concernant les relations entretenues avec des étrangers dans un contexte professionnel, 68% peuvent accepter une invitation à un événement alors que plus de 50% peuvent avoir une interaction avec eux en contexte professionnel et hors contexte professionnel. Néanmoins, on a eu 14% des personnes interrogées qui ont exprimé que l'interaction avec les étrangers se limitent au côté professionnel.

Les clichés et les stéréotypes existent même implicitement, néanmoins ils sont devenus obsolètes ; la crainte d'avoir une influence négative sur son identité n'est plus de la même ampleur qu'elle l'était une dizaine d'années. L'identité même n'est plus une valeur stable, elle change. La question identitaire, désormais, ne dépend pas de

certaines représentations sociales, en l'occurrence, la manière de vivre, de s'habiller, voire de pratiquer son existence.

D'après l'analyse des résultats de notre petite enquête nous pouvons confirmer que la société marocaine avec son caractère pluriel considère que chaque personne comme être universel, il a ses spécificités, il ne peut être similaire à soi-même parce que c'est cela l'essence de l'Autre, c'est la singularité. « La reconnaissance de la singularité des cultures découle de l'ébranlement du paradigme du développement, rejeton de l'idéologie du progrès infini. » (Mattelart, 2008 : 55-56)

A cet égard, il est à constater que la culture est investie dans la communication d'une manière à considérer que les éthiques sont des valeurs universelles qui se présentent sous différentes facettes selon l'appartenance à une communauté ou à une autre. La communication nécessite une compréhension entre les différents sujets en situation de communication interculturelle, cette compréhension se fait soit en comprenant les significations engagées par chacun ou par l'interprétation du sens. Parfois il s'avère que les sujets en contact interprètent mal le message puisque l'interprétation passe selon le cadre référentiel de chacun. La notion de l'altérité s'est instaurée dans la société marocaine grâce à l'ouverture depuis toujours sur d'autres cultures, en effet, le tourisme dans le pays est un pilier de développement économique incontournable qui a joué et le fait toujours un rôle de premier plan dans cette ouverture et à créer en quelque sorte un terrain d'entente avec les différentes cultures.

Les interactions avec les touristes favorisent une ouverture sur l'Autre, permettent de mieux les connaître et les recevoir mais aussi encouragent l'Autre à se rendre au Maroc parce qu'il a trouvé l'hospitalité et l'entente mutuelle. Les résultats de notre enquête le montrent déjà, puisque plus de 55% ont démontré que même lorsqu'ils rencontrent des étrangers en séjour, ils peuvent entamer avec eux des discussions sur des sujets en relation avec les visites qu'ils peuvent faire ou les endroits qu'ils peuvent voir où même leur conseiller des bons plans. Cependant, 6,5% des personnes interrogées ne partagent pas cette ouverture enthousiaste et elles ont répondu qu'elles ne se mêleront pas de leurs affaires.

L'identité : entre la constance et le mouvement

Au sein d'un groupe social, les différences existent mais l'interaction au sein du groupe social impose un modèle d'identification (même temporaire). Ce modèle est basé sur des identifiants cognitifs qui permettent aux individus de se comprendre, de s'entendre et de partager cette identité à l'aide de codes, là aussi ajoute Gudykunst que cette identité fait partie du concept de soi chez l'individu : «That part of an individual's self-concept which drives from his knowledge. of his membership in a social group (or groups) together with the value and emotional significance attached to that membership. » (Gudykunst, 1985 : 155).

Le choix de parler d'identité qui oscille entre la constance et la variabilité est dû dans un premier lieu à ce duel de codes de signification issus de ses propres références cognitives en relation avec son statut "nouveau" dans le groupe où il fait partie. En voulant définir le concept de l'étranger, nous avons trouvé que Wood, cité par Gudykunst (1985) considère que c'est celui qui prend contact avec le groupe pour la première fois.

L'étranger peut être à la fois celui qui vit dans un groupe sans vouloir s'y intégrer, comme celui qui vient d'un environnement étranger pour s'installer dans un nouveau groupe avec une grande volonté d'y faire partie. Dans notre cas l'étranger est souvent un individu installé à Tanger pour des raisons professionnelles ou pour passer un séjour. Dans certains cas, se sont aussi des personnes installées pour des durées plus ou moins plus longues (des retraités, des artistes amoureux de la ville, etc.) En revenant à Gudykunst nous trouvons qu'il choisit la typologie de Levine qui répartit les étrangers en six catégories : les invités, les séjourners, les nouveaux arrivants, les intrus, les ennemis et les marginaux. Dans le cas de la société marocaine, en générale et tangéroise en particulier, les trois dernières catégories ne se présentent pas et si elles sont présentes on ne l'annonce pas ouvertement. Un étranger n'est pas considéré en tant qu'intrus, non plus en tant qu'ennemi ou marginal.

En tenant compte des trois premières catégories dans cette typologie, nous pouvons déjà tracer les grandes lignes des attitudes du groupe ou de la communauté de réception envers ces types. Positivement accueillant envers l'invité et le nouvel arrivant, dès que

ce dernier devient séjournneur on peut l'accepter mais avec des degrés variables.

La question identitaire ne peut que s'enrichir, il n'est pas question, là, de changer pour plaire à l'Autre (nous considérons l'Autre dans les deux sens), l'exercice de la communication interculturelle permet de bien se voir en se redécouvrant grâce à l'entente avec l'autre. Parmi les questions posées dans le questionnaire de cette enquête, on a demandé aux personnes interrogées s'ils avaient des voisins étrangers et comment se comportent-elles avec eux. Les résultats étaient attendus, c'est pareil avec des voisins issus de la même culture. C'est-à-dire que les gens peuvent tisser des liens d'amitié et d'échange sans perdre de son identité. Ce qui prouve ce postulat que presque 65% de la communauté interrogée ont un ami d'une culture différente, et 58% ont un ami de religion différente.

On peut observer deux attitudes de l'actant social qu'il soit l'étranger ou le natif, ces attitudes sont l'objectivité (qui n'est pas toujours perçue ainsi de l'autre côté de la relation communicationnelle) et la loyauté (vis-à-vis ses ressources identitaires inépuisables).

L'objectivité de l'Autre (d'un côté et de l'autre de toutes relations ou situations) ne peut garantir son objectivité de jugement, de comportement, de compréhension et d'appréhension (dans les deux sens du terme). Sa conception qui est naturelle dans son point de vue apparaît déviée par rapport à l'Autre. Pour ce qui est de la loyauté, c'est notamment à ce que nous pouvons percevoir comme notre identité, une identité qui ne peut rester intacte surtout dans un contexte social hybride, cette identité reste sur les frontières entre les deux cultures en contact sans pouvoir se détacher de l'une ni intégrer ou adopter complètement l'autre. Est-ce une identité stable ? La réponse serait évidemment un non, elle ne l'est pas parce que l'orientation de l'individu vis-à-vis ses acquis se déstabilise partiellement et parfois complètement pour se frayer un chemin dans un labyrinthe à multiples repères.

La communication entre la société et l'étranger suit le courant de l'attitude sociale adoptée envers chaque type et le degré de son acceptation au sein de la société. La communication passe par un processus de succession d'étapes dans une perspective systémique. Ce

n'est pas la même communication durant toutes les phases de la découverte de l'autre et de son intégration, c'est déjà un choc dû aux grandes différences, qui se développera pour laisser place à la confrontation entre ce que chaque groupe ou chaque individu préfère et comment il interprète la réalité pour mener à l'ajustement et l'adaptation, -à ce moment-là, les deux identités essaient mal gré bon gré de fusionner- ; ou au refus lorsque les différences et les différends sont plus puissants.

Revenons encore une fois à la situation qui nous intéresse. Il faut d'abord rappeler que l'interculturel dans la société marocaine est une réalité, les mutations sociales et économiques ont imposé un nouveau cadre social soit au niveau de l'intégration dans la société soit au niveau de la question identitaire. Cette diversité est une réalité au sein de cette société multicolore comme le sont ses villes et ses villages, et de là nous pouvons remarquer l'émergence de nouvelles normes sociales liées à l'interculturalité.

L'intérêt de notre étude porte sur deux points essentiels : une conviction ou une croyance et un double constat. Nous soutenons toujours, comme nous l'avons annoncé précédemment, que l'identité au sein de la société marocaine n'a pas un statut figé, elle est flexible puisqu'elle se distingue tout en acceptant l'autre d'une façon qu'on peut qualifier d'harmonieuse. La communication interculturelle par ailleurs est un objectif et un but à la fois, afin de réussir le modèle marocain, les individus en interaction mutuelle réussissent à se comprendre et à s'accepter comme s'il y ait établi un compromis tacite qui motive la réussite de la communication malgré ce que peut paraître au début comme obstacles herculéens.

Concernant les constats, nous pouvons les résumer ainsi ; les étrangers sont perçus comme des étrangers même si la communication réussit. C'est vrai que la société marocaine présente plutôt un terrain de tolérance et d'acceptation mais ceci est à des degrés différents. Certes, il y a cette entente ou cette fusion, sans pour autant être complète, chaque élément tient à conserver son entourage bien gardé, il ne rejette pas l'autre mais refuse de passer à une relation ouverte en dehors des formalités à l'exception à des cas isolés. Ne s'agit-il pas d'une situation de parti-pris circonstanciel tout simplement ? Cette image du Maroc pluriculturel se démystifie progressivement laissant

des questions ouvertes sur la perception de l'autre. Le second constat qui n'est que l'autre facette du premier, c'est le résultat du constat sur le terrain soit des études ultérieures ou nos statistiques : les gens disent qu'ils acceptent bien l'autre et peuvent communiquer avec lui sans problème sans pour autant pouvoir fusionner complètement lorsqu'il s'agit d'une situation réelle. La preuve en est du moins que les organisations et établissements qui présentent des situations de communication interculturelle augmente sans que certains stéréotypes et pré-requis changent.

Pour ne pas conclure

Il est difficile de répondre de manière péremptoire à cette question qui constitue en réalité plusieurs facettes qui nécessitent une étude approfondie des constituants chacun à part.

Le flux des étrangers qui visitent ou s'installent dans la région de Tanger est très important. La dynamique que la ville est en train de vivre il y a déjà quelques années est visible. La ville qui devient une métropole s'érige en un pôle économique en deuxième position au niveau national après celui de la région du Grand Casablanca. Des grands investissements nationaux et internationaux s'affluent sur la ville et la rendent une lice de compétition de grande ampleur. Certains investisseurs, européens surtout, ont choisi la ville pour investir et pour y rester. Tout le monde succombe aux charmes de ce joyau méditerranéen. Les nouvelles configurations sociales dues à la circulation migratoire dans les deux sens ont rendu la ville une métropole transnationale et un milieu propice pour observer l'interculturel, non uniquement dans les entreprises et les sociétés employant marocains et non marocains, mais aussi dans d'autres établissements touristiques (des hôtels, des restaurants, des cafés et des bars, des lieux d'attraction). L'enquête que nous avons menée ne s'est pas limitée aux établissements d'activité purement industrielle mais aussi dans les autres établissements qui offrent divers services et qui présentent aussi des espaces propices pour le contact entre les cultures.

Pourquoi choisir des espaces variés ? Parce que, tout simplement, nous considérons que la communication ne se limitent et ne doit pas se limiter au cadre professionnel, nous avons projeté à vérifier l'idée de départ que l'identité dans la société marocaine n'a pas changé mais

elle est plutôt souple, on accepte l'autre sans laisser impacter ses valeurs fondamentales. L'identité alors ne peut être stable et ne peut le rester sinon on se renferme sur soi-même en refusant toute interaction minime qu'elle soit. Pour garder son identité marocaine de la tolérance et de l'acceptation il faut être à l'écoute de l'autre et faire le nécessaire pour promouvoir sa culture et la mettre en valeur. La richesse d'une culture et dans sa continuité.

Références bibliographiques :

ABDALLAH-PRETCEILLE, M., *Communication interculturelle, apprentissage du divers et de l'altérité*, Université Paris 8 [en ligne].

ABDALLAH-PRETCEILLE, M. et PORCHER, L., 2005, *Éducation et communication interculturelle*, Paris, Presses universitaires de France.

ASANTE, M. K. et GUDYKUNST, W. B., 1989, « Preface », *Handbook of International and Intercultural Communication*, CA : Sage Publications, p. 7-13.

BOURASSA-DANSEREAU, C. et YOON, C., 2017, « Communication interculturelle et communication interpersonnelle », *Mobilités internationales et intervention interculturelle*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 31-45.

CAMILLERI, C. (dir.), 1990, *Stratégies identitaires*, Paris, PUF.

CHARAI, Z., 2014, *Les effets du tourisme sur l'identité culturelle : Le cas de la médina de Fès*, Thèse de doctorat, Université Nice Sophia Antipolis.

DE COSTER, M., 1992, *Introduction à la sociologie*, Paris, De Boeck.

GUDYKUNST, W., 1985, *Normative power and conflict potential in intergroup relationships, Communication, culture and organizational processes*, Sage Publications, Beverly Hills, California.

Hall, E. T., 1973, *The silent language*, Anchor Press, Doubleday.

HALL, E. T., 1989, *Beyond culture*, Ontario, Doubleday.

HALL, E. T., 1990, *Understanding cultural differences*, Yarmouth, ME Intercultural Press.

HSAB, G. et Stoiciu, G., 2011, « Communication internationale et communication interculturelle : des champs croisés, des frontières ambulantes », *Communication internationale et communication interculturelle*, Québec : Presses de l'Université du Québec, p. 9-26.

MATTELART, A. 2008, *Diversité culturelle et mondialisation*, Tarik éditions, coll. Thèmes et Débats.

SCHÜTZ, A., 2003, *L'Étranger*, Paris, Allia.

STOICIU, G., 2011, « La communication interculturelle comme champ d'études. Histoire, carte et territoire », *Communication internationale et communication interculturelle. Regards épistémologiques et espaces de pratiques*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 45-70.