

INTRODUCTION

De l'utilité du « culturel » dans le monde économique

Dans la sphère de l'économie, dans le monde de l'entreprise, mais aussi de l'administration, on ne contrôle pas seulement une production, une distribution, un projet social; on ne joue pas seulement avec des chiffres, des graphiques; on ne fait pas que des calculs de rentabilité maximale, mais on gère aussi et surtout des êtres humains dans une société donnée, dans un cadre culturel donné. Le mot est prononcé. Il y a du « culturel » partout en économie. Même un produit financier, une stratégie bancaire, ont un arrière-plan culturel. Le scandale des sub-primes de 2008 aux États-Unis illustre bien le problème de la dimension humaine du jeu financier. Il faut partout tenir compte du vécu, de l'histoire, de la psychologie des partenaires et des clients. Les sciences économiques, même armées d'un appareil mathématique, sont des sciences « humaines », comme la sociologie ou la linguistique.

Si déjà un intervenant sur le marché intérieur est confronté à des problèmes culturels, il est évident que l'économie internationale requiert une vigilance particulièrement aiguë. Les réflexions présentées ici ont leur utilité dans toutes les spécialités finissant en « ... international » comme le marketing international, où on ne peut plus se limiter à des considérations techniques relatives à la logistique, la trésorerie ou le droit des contrats, mais où il faut considérer avec soin les problèmes de la négociation et de la communication. La gestion des ressources humaines, à l'échelle du management international, doit impérativement tenir compte de la diversité des cultures. Un exemple de fusion ayant échoué, dans les années 1990, est celle des constructeurs d'automobiles Renault et Volvo. Parmi les causes, il fut facile de trouver les graves réticences suédoises devant l'importance trop grande de l'intervention étatique en France et l'arrogance de ses représentants.

L'étude d'une culture ne va pas sans comparaison avec une autre culture, puisque chaque société influence et est influencée, puisqu'aucune grande civilisation n'a vécu isolée. Même le Japon de l'ère Edo (1603-1867) – lui aussi – qui avait subi grandement l'influence chinoise auparavant, n'est pas resté complètement à l'abri des Occidentaux malgré la fermeture de

pratiquement tous ses ports pendant deux siècles et demi, et même si tout Japonais qui quittait l'archipel risquait la peine de mort à son retour (1635).

Dans le domaine du marketing, par exemple, Jean-Claude Usunier rappelle « l'enracinement initial dans une culture nationale : celle des États-Unis d'Amérique » (Usunier, 1992, p. 25). Les nouveaux théoriciens (et praticiens) du marketing avaient dans un premier temps commis l'erreur de croire que l'ensemble de l'humanité « fonctionnait » comme les citoyens des États-Unis. Naïveté ou arrogance? Un petit exemple d'échec commercial cité par J.-C. Usunier (*ibid.*, p. 226) est celui d'un fromage des Pyrénées. En France, la boîte représentait un berger au milieu de ses moutons : image de nature et d'authenticité. En Allemagne, ce berger évoquait l'image de saleté. Le débat sur l'importance à donner aux spécificités culturelles en marketing, mais aussi en stratégie et négociation internationale fait l'objet de nombreuses publications. Il serait trop long de les évoquer ici, et je renvoie le lecteur aux bibliographies proposées par les auteurs cités ici.

Les échecs dans le domaine interculturel sont dus à la croyance à l'universalité des comportements et des valeurs, et donc à la non-mise en question de ses propres valeurs, mais aussi à l'aspect implicite, inconscient des ressorts de l'action et de la pensée au sein d'une culture donnée. Pour illustrer le problème de la position de l'observateur impliqué, voici un extrait d'un ouvrage d'un connaisseur allemand de la France. Ernst Robert Curtius écrivait dans son *Essai sur la France* de 1931 :

« Faut-il renoncer à caractériser les traits essentiels du génie français? [...] C'est une tâche à laquelle il faut oser s'attaquer. Chaque époque l'entreprend à son tour. [...] Une route sûre, semble-t-il, consisterait à réunir les définitions que la France s'est donnée d'elle-même. [...] Ces diverses définitions sont si contradictoires [...] qu'il est à peu près impossible de les ramener à un dénominateur commun. Ensuite, les traits les plus caractéristiques d'un être individuel ou collectif sont ceux qui lui paraissent les plus naturels, ce sont des éléments subconscients. [...] [Les aspects les plus typiques] ne deviennent visibles que lorsqu'on les compare avec d'autres structures psychologiques. [...] C'est pourquoi les points de vue les plus instructifs sont ceux qui émanent soit des Français – d'ailleurs peu nombreux – qui ont acquis l'expérience profonde d'une culture étrangère, soit des étrangers – peu nombreux également – qui ont pénétré jusqu'au fond les mœurs, les institutions et l'humanité de la France » [Curtius (1931) 1995, p. 294-295].

C'est par la comparaison qu'il est possible d'éclairer, et si faire se peut, d'expliquer les caractéristiques culturelles. L'intérêt est double, puisqu'il permet non seulement d'explorer une culture autre, mais de mieux comprendre sa propre société. On trouve la même satisfaction dans l'apprentissage et la pratique d'une ou de plusieurs langues étrangères.

Les risques de la démarche comparative sont nombreux : on peut ne pas se dégager de l'implicite évoqué plus haut. On peut surtout émettre des jugements de valeur, et présupposer que sa propre culture est supérieure à celle de la société observée. De là on passera au débat sur le relativisme culturel, qui affirmera qu'un acte jugé cruel par un observateur ne doit pas être condamné si cet acte est « logique » dans la culture observée. « Chacun sa culture, chacun sa vérité » écrivent Gilles Ferréol et Guy Juquois (Ferréol, 2003, p. 269).

Une approche de la notion de « culture »

Après les considérations historiques – d'où vient ce sujet ? – doit venir la délimitation du terrain sur lequel se situera l'analyse proposée.

C'est après beaucoup d'autres (Wieworka, 2001, p. 18 et Dupriez, 2000, p. 23) que nous aborderons ici une définition simple de la culture, celle qui est proposée par le professeur néerlandais Geert Hofstede (Hofstede, 1997, p. 7) :

« C'est l'ensemble des valeurs, des héros, des rites et des symboles d'une société donnée, mais aussi les productions techniques, sociales et artistiques qui en dérivent. »

Chaque mot de cette définition mérite d'être commenté. D'abord le mot « valeur ». Gilles Ferréol et Guy Juquois rappellent que le terme désigne

« une manière d'être ou d'agir qu'une personne ou une collectivité se reconnaissent comme idéale et qui rend désirables ou estimables les individus, les groupes ou les conduites auxquels elle est attribuée » (Ferréol, *op. cit.*, p. 341).

On peut énumérer des exemples en présentant la valeur et son contraire, comme une qualité reconnue par un groupe social en face du défaut correspondant : l'altruisme en face de l'égoïsme, l'honnêteté devant la malhonnêteté. Mais la valeur peut être entièrement implicite, c'est-à-dire ne même pas faire l'objet de discussion au sein du groupe, alors qu'elle est relative : ainsi le vrai/faux, le bien/mal, le beau/laid, l'admirable/haïssable, voire même le propre/sale, le rationnel/irrationnel et le sensé/fou. On peut évoquer ici le débat sur le caractère universel ou non des valeurs : de nombreux chercheurs ont tenté de dresser des listes de concepts communs à toutes les cultures, des universaux, sans y parvenir tout à fait (Maletzke, 1996, p. 21) : les tabous sexuels comme l'inceste, le respect de la parole donnée, le principe de l'éducation des enfants, rien ne peut être ordonné et systématisé scientifiquement. On en déduira que chaque culture a ses spécificités qui ne sont pas forcément partagées par toutes les sociétés, que les mêmes problèmes d'ordre biologique (se nourrir, se reproduire, se protéger) donnent lieu à des réponses multiples dans les différentes sociétés humaines.

Les valeurs sont incarnées par des « héros », des personnages modèles qui peuvent être mythiques, historiques ou de fiction. Prométhée, de Gaulle ou Astérix sont des exemples faciles. Le choix des héros dépend souvent du régime politique en place, il se fait à travers l'éducation ; il est souvent aujourd'hui un phénomène de mode, et le hasard n'y a sans doute pas beaucoup de place. Le même héros peut avoir une signification différente selon les personnes ou les groupes.

Les signes extérieurs d'une hiérarchie sociale, la manifestation de l'importance de certains moments par rapport à d'autres sont les « rites ». Il s'agit par exemple des formes de la politesse, des règles de l'habillement, des célébrations collectives, qui dérivent elles aussi des valeurs acceptées.

Enfin les « symboles » adoptés par un groupe reflètent à leur tour les choix historiques ; ce sont le drapeau d'un État, les emblèmes d'une nation comme le coq gaulois ou Marianne, les mythes fondateurs comme l'histoire de Romulus et Remus pour la naissance de Rome. Ces symboles n'ont d'importance que pour le groupe ; ils évoluent souvent plus vite que les rites, ils cimentent la communauté qui les partage. Ils suscitent complicité et clin d'œil d'un côté, incompréhension de l'autre. L'image que je proposais ici aux étudiants pour symboliser la France était le couvercle de la boîte d'un camembert normand, ou mieux encore d'un fromage en relation avec un bovidé qui ne pleure pas...

Le deuxième volet de la définition de la culture concerne les productions techniques, sociales et artistiques qui dérivent des valeurs, héros, rites et symboles. Il comprend par exemple les institutions politiques et sociales, la façon de construire maisons et villes, donc l'architecture et l'urbanisme, les beaux-arts, la musique et la littérature. C'est la connaissance des trois derniers domaines qui fait dire que l'on est « cultivé ». La culture dans ce sens permet bien entendu de distinguer des différences « nationales », mais son étude est beaucoup trop vaste pour figurer autrement que par allusions certains auteurs dans cet ouvrage.

La maîtrise de la langue, elle aussi, est une clef essentielle pour l'accès à une culture étrangère. Aucune de ces approches ne pourra être approfondie ici. Les références littéraires sont néanmoins intéressantes pour étudier les relations entre la France et ses voisins. Il sera donc question de Shakespeare, qui semble avoir eu son idée personnelle des Français, de Heinrich Heine pour l'Allemagne, et de Dostoïevski pour la Russie, et de bien d'autres encore. Mais plus que dans les textes littéraires eux-mêmes, c'est dans les carnets personnels des grands auteurs que je trouverai le plus de matière à collecter d'images. Nous verrons plus loin quels outils principaux seront choisis pour dresser le tableau des stéréotypes sur la France.

Pour terminer la délimitation du terrain de notre analyse, il reste à préciser de quelle « société donnée » il sera question en parlant de « la France ». Nous choisissons le niveau de la culture « nationale ». Voici pourquoi.

Chaque individu se trouve au point de convergence de nombreuses « sous-cultures ». Le terme est pris ici au sens de « comportements et de valeurs communes à un groupe à l'intérieur d'une culture plus large » (Ferréol, *op. cit.*). Les sociologues observent des groupes dont la cohésion est donnée par des paramètres très variés : il peut s'agir de l'âge (culture de génération, celle des « jeunes » par exemple), de la pratique d'une musique donnée, de la foi en une doctrine religieuse ou politique, ou tout simplement de l'appartenance officielle à une nation. Cet enchevêtrement est décrit par Audrey Klesta (Dupriez, *op. cit.*, p. 194) comme une série de cercles de taille croissante : à l'intérieur le petit cercle de la culture personnelle de l'individu, ensuite le cercle de la culture nationale, puis celui de la culture professionnelle – c'est-à-dire les valeurs et comportements propres à un métier en particulier – et enfin la culture d'entreprise, lorsque celle-ci comprend des personnes de métiers différents. Chaque niveau de culture interfère sur les autres. Ainsi une personne sera originaire d'Édimbourg, jeune, basketteur, amateur de rap, employé de banque et salarié à la National Bank of Scotland, et de nationalité britannique. Une simple affaire de passeport ? En effet. Notre Écossais objet d'analyse sera en toute probabilité « assez » semblable à son voisin amateur de musique classique et originaire du Sud-Est de l'Angleterre du fait d'une éducation dans le même type d'établissement scolaire, du fait de la langue parlée, de l'histoire familiale. Ce niveau « national » est le plus commode, le plus observé depuis quelques siècles, même si les errements idéologiques ont rendu l'analyse délicate : la « mentalité », l'« âme » d'un peuple, le « génie » propre à l'un et non à l'autre ont amené à des conclusions sur la moindre valeur des cultures voisines et aux crimes et épurations ethniques que l'on sait. Il faudra examiner, à la fin du périple que nous allons entreprendre, si on peut réellement parler d'un niveau « national », compte tenu de la grande disparité des personnes comprises sous l'étiquette « française » et des identités multiples de chacun. Trois écueils sont dès le départ parfaitement visibles : une réduction à de sèches statistiques – la présence de vagues « majorités » –, ensuite les stéréotypes trop simplificateurs et enfin la réduction de l'individu et du groupe à une identité unique.

On voit ici l'ampleur du territoire qu'il faudrait parcourir, avec toutes les énigmes et tous les périls qu'il faudrait affronter. Les « outils de travail » nécessaires à cette exploration sont nombreux, leurs champs d'action se recoupent.

Disciplines concernées par l'analyse

Les disciplines concernées sont présentées ici sans souci hiérarchique. Elles contribuent toutes avec leur éclairage particulier à une meilleure perception du « vécu » culturel. Leurs champs d'étude se recoupent,

répétons-le, et il est difficile de ne pas être pluridisciplinaire. Les exemples donnés se retrouveront au cours du développement ou en conclusion du périple annoncé.

Les spécialistes de littérature comparée, pour leur part, ont dégagé un champ de recherche nommé l'*imagologie* – en allemand « interkulturelle Hermeneutik », l'étude des images et des stéréotypes nationaux présents dans les textes littéraires (Pageaux, 1994, p. 59).

La *philosophie*, et particulièrement la philosophie politique, développe dans notre contexte de problématique culturelle le débat autour de l'origine des comportements variés de l'espèce humaine : sommes-nous plus déterminés par la nature ou par la culture ? L'inné ou l'acquis ? En prenant le vocabulaire propre aux philosophes, il s'agit du problème de l'essentialisme (il y aurait un caractère national génétiquement fixé) opposé à l'existentialisme. Dans quelle mesure le comportement et la pensée des individus relèvent-ils d'un déterminisme social quasiment « naturel », ne laissant qu'une part somme toute réduite à la liberté personnelle ? La catégorisation, la pose d'étiquettes une fois pour toutes amènent, ceci a déjà été souligné, à la hiérarchisation et aux discriminations. Dans les siècles passés, les observateurs ont souvent eu une attitude risquée en face de l'« âme »

des peuples, nous venons de le voir. Ainsi le philosophe allemand Hermann von Keyserling émet-il sur l'Europe en 1925 des jugements que l'on croyait pertinents à l'époque, mais sur un ton particulièrement définitif : « Le défaut d'harmonie chez l'Allemand entre la pensée et l'être produit un effet malheureux sur ses relations avec le monde extérieur » (Keyserling, [1925] 1947, p. 103), et avec des termes qu'on n'ose plus utiliser aujourd'hui : « Il est incontestable que le tact moral et le sens de la distance morale sont déterminés à un haut degré par le sang » (Keyserling, *ibid.*, p. 274).

La *psychologie* peut nous éclairer sur la construction de l'identité individuelle, les conséquences variables du sevrage, comme Pascal Baudry, expatrié français aux États-Unis, qui propose une explication psychanalytique des différences d'éducation (Baudry, 2003), l'acquisition – ou non – du respect de l'autorité, comme l'évoque Béatrice Durand en comparant les comportements des mères de familles allemandes et françaises (Durand, 2002). Les jeunes Allemands, les jeunes Français et ceux des États-Unis, sous l'apparente communauté de goûts et de comportements, ont un rapport différent à l'autorité des parents ou de l'État.

L'*éthologie* explique par l'héritage de nos instincts animaux les réactions collectives devant « l'Autre », la méfiance et l'hostilité devant la menace d'intrusion dans le territoire (Morris, 1967). Ceci peut expliquer l'aspect presque toujours négatif des images que l'on se fait des autres.

L'*anthropologie* cherche à comprendre comment chaque groupe d'individus se construit une façon de vivre en société qui lui est propre. Les limites entre l'anthropologie culturelle et l'ethnologie restent à définir... C'est peut-

être dans ce cadre qu'on pourra placer les « lois » dégagées par un chercheur allemand (Koch-Hillebrecht, 1977) pour ordonner l'espace culturel européen, loi de proximité, loi de contraste Est/Ouest, de contraste Nord/Sud.

La *sociologie* nous fait entrer par exemple dans les différents types de cellules familiales. Emmanuel Todd y a cherché l'origine des différentes réactions possibles devant l'alphabétisation, la modernité (Todd, 1990). De son côté, Max Weber a réfléchi sur le rôle de la religion en économie (Weber [1905] 1996). Son rôle est essentiel pour comprendre par exemple la mentalité des citoyens des États-Unis.

La *géographie* décrit le climat, les axes commerciaux, les limites naturelles quand elles existent; la géographie humaine traite des brassages de population. Au croisement de la géographie et de la sociologie se pose par exemple la question de la théorie du climat : influe-t-il sur la « mentalité » ? À un des points de rencontre de l'histoire et de la géographie, c'est l'idée des frontières « naturelles » : la France s'étend-elle jusqu'à l'embouchure du Rhin ? L'historien Fernand Braudel a su dans son ouvrage inachevé *L'identité de la France* décrire avec maestria l'importance du milieu, des ressources, du paysage.

L'*histoire*, bien sûr, décrit la naissance d'une nation, l'usage de mythes fondateurs et de héros contribuant à la formation d'une identité collective, variable selon les idéologies dominantes. Les premiers chroniqueurs étaient des « agents de propagande » royaux. L'histoire montre comment les gouvernants ont réalisé l'unité d'un État en luttant contre les tendances à la dispersion, comment ils ont choisi solutions de force ou négociation, repliement ou prosélytisme. L'histoire enfin rappelle les triomphes, les humiliations, les réconciliations, elle montre toutes les cicatrices du corps social. C'est ici que je puiserai l'essentiel des informations – qui représentent la première « couche » de matériaux nécessaires à la réflexion – permettant l'étude des jugements portés sur la France.

Il faut interrompre l'énumération : il semble qu'une vie entière de chercheur pluridisciplinaire ne suffirait pas pour oser poser un regard sur le domaine interculturel !

Il reste néanmoins une dernière discipline, à cheval sur deux domaines, où je prélèverai également les concepts – qui sont, eux, la seconde « couche » – nécessaires à notre étude. Il s'agit de la *psychologie sociale*. Cette science étudie l'interaction entre l'individu et le groupe dans lequel il vit. L'accent peut être mis sur l'individu, on parlera alors de psychosociologie, ou sur la société, il s'agira de sociopsychologie... Subtiles ramifications ! La psychologie sociale s'occupe entre autres des problèmes d'identité sociale et culturelle ainsi que de mémoire collective, ce qui intéressera aussi l'historien. Elle est indispensable ici pour comprendre un des périls évoqués plus haut lorsqu'on désire réfléchir sur un ensemble culturel aussi vaste qu'une nation : le problème des généralisations.

Les généralisations et les stéréotypes

Quand on traite de l'ensemble d'un pays de soixante-cinq millions d'habitants, il paraît difficile de ne pas généraliser. C'est un problème d'optique : comment choisir l'appareil de vision, longue-vue ou loupe ? Comment régler la distance ? La réponse peut être trouvée dans les statistiques nationales. Mais le Français moyen, Monsieur Tout-le-monde, n'existe pas. Aucune famille n'a 1,6 enfants. Personne ne se reconnaît, mais tout le monde se reconnaît dans une part au moins des caractéristiques dites nationales : le goût pour tel ou tel plat, l'approbation de tel ou tel homme politique, l'éducation reçue dans l'enseignement privé ou public. Il est impossible à un acteur de la vie économique et politique d'éviter les généralisations sur son client, son public, son électeur, son étudiant. Nous allons donc généraliser.

Examinons d'abord les termes, tels que je propose de les établir les uns par rapport aux autres : Au commencement se trouve *l'image*. C'est une figure rhétorique, une comparaison, une proposition qui conforte une signification et souvent l'élargit grâce à des variations de sens possible. Les poètes en usent avec talent.

Quand l'image est répétée, réutilisée, non seulement par son auteur mais par ses lecteurs, elle peut se banaliser et prendre le nom plus péjoratif de *cliché*. La pensée, qui est censée se trouver en arrière-plan du choix de l'expression, a perdu du poids. Les Corses parlent-ils tous les jours de « l'île de beauté » ?

Et quand la répétition prend un caractère systématique, presque machinal, quand la pensée n'a plus besoin d'être activée, on utilisera le terme moderne de *stéréotype*. Le stéréotype fige, dessèche, et déforme :

« Initialement utilisé dans le travail typographique pour désigner un moulage de plomb destiné à la fabrication d'un cliché [le stéréotype] désigne en sciences humaines une réaction première, souvent primaire, pouvant être activée de manière automatique par rapport à toutes sortes d'individus ou groupes, sur la base de leur apparence, de la signalisation de leur appartenance sociale, culturelle ou de tout autre type de caractéristique visible ou cachée » (Ferréol, *op. cit.*, p. 330).

Le terme a été employé pour la première fois dans un sens culturel par Walter Lippmann :

« La plupart du temps, la perception ne précède pas la définition, mais à l'inverse, nous définissons avant d'avoir vu. Dans la grande confusion florissante et bruyante du monde extérieur, nous choisissons ce que notre culture a déjà défini pour nous, et nous sommes enclins à percevoir ce que nous avons choisi dans la forme stéréotypée pour nous par notre culture » (Lippmann, 1922, p. 3-6).

L'usage principal qui est fait de ces trois termes est la *généralisation*. Elle ne se fait pas nécessairement sur la base d'un stéréotype : Si elle se fait à partir d'un fait réel, du vécu, elle se tolère, à condition qu'elle soit consciente et utilisée avec prudence, nous le verrons plus loin. Si elle est faite sur la base d'un stéréotype, c'est-à-dire d'une idée proposée sans réflexion préalable, sans prudence, elle n'est plus autant admissible, on arrive au *préjugé* – qui, lui, se construit hors de toute expérience vécue, et c'est une toute autre affaire. Albert Einstein est supposé avoir dit « Triste époque, où il est plus facile de détruire un atome qu'un préjugé ».

En bref, le stéréotype – mots voisins : cliché, image – est l'outil principal des généralisations. On puise dans un répertoire connu d'avance de jugements et de descriptions globalisants. Il est aussi l'outil des préjugés, qui ne se basent pas sur des observations personnelles, même hâtives, mais sur un héritage problématique.

Il va être affirmé ici que, bien que les stéréotypes soient dangereux, les généralisations sont inévitables.

Les stéréotypes sont dangereux

Ils sont souvent transmis et acceptés sans analyse particulière qui permettrait de les nuancer. Le plus souvent, ils sont négatifs, méprisants, agressifs, mais pas inévitablement. Ils peuvent aussi être élogieux, même s'ils sont inexacts. Ils ne sont précisément pas toujours inexacts, mais parfois ont une part de pertinence, quand leur usage est prudent. Ils sont à la fois très variables et très persistants.

Ils varient parfois selon l'époque : voici un exemple en quatre tableaux. En France on pensait au début du XIX^e siècle que les Allemands étaient définitivement trop romantiques et détachés du monde réel. La référence classique est le livre de Madame de Staël, *De l'Allemagne* (1810). L'explication proposée aujourd'hui par l'histoire littéraire allemande est que le régime politique réactionnaire, ultra-conservateur du pays entraîna un repli sur soi, sur son petit domaine privé, sur le paysage devant sa fenêtre, par crainte de censure politique. Dans la seconde moitié du XIX^e siècle les Allemands étaient des hommes d'affaires avisés. La situation est alors celle de citoyens d'un nouveau pays doté de ressources matérielles (charbon, acier) et de ressources intellectuelles (savants chimistes, ingénieurs, mécaniciens, professeurs de talent). Au début du XX^e siècle, ce sont des soldats durs et disciplinés. Trois générations ont subi le militarisme ambiant d'une société où les valeurs « guerrières » étaient particulièrement estimées. Enfin au XXI^e siècle ce sont des écolos roulant en BMW. Il y a maintenant en Allemagne des romantiques, des hommes d'affaires avisés, des soldats disciplinés et des écologistes ; un peu de tout cela et rien de tout cela...

Mais le plus souvent, *les stéréotypes se maintiennent longtemps*. Ainsi le cliché de l'avarice des Écossais s'explique par une grande frugalité indispensable à une époque difficile de leur histoire. La situation économique a changé, mais pas le reproche. Il est devenu un signe simple, pratique, toujours efficace pour distinguer l'Écossais d'autres peuples. Pourquoi s'en passer ? La discipline allemande fait encore l'objet d'un stéréotype, surtout en Grande-Bretagne. Les spectateurs du film de Cédric Klapisch *L'Auberge Espagnole* (film de 2002. Son titre anglais est *Euro Pudding*) se souviennent du dialogue entre le jeune Anglais en visite chez sa sœur à Barcelone et le jeune co-locataire allemand. L'Anglais attribue à l'Allemand des caractéristiques d'austérité et de rigueur militaire empruntées aux clichés anti-allemands des plus médiocres films de guerre anglo-saxons, alors qu'en réalité, deux générations après le dernier conflit mondial, les jeunes lycéens et étudiants allemands travaillent dans une ambiance détendue. Cela fait l'étonnement de visiteurs étrangers originaires de cultures étiquetées comme plus festives, moins axées sur l'effort que la culture germanique. Or il faut souligner que tant en France qu'en Espagne ou en Italie, les méthodes pédagogiques dominantes mettent encore l'accent sur la discipline, le respect, la distance supposée nécessaire entre enseignants et élèves, tandis que dans les pays du Nord de l'Europe, censés être plus sévères, on trouve un climat scolaire et universitaire beaucoup plus convivial. Edgar Quinet (1803-1875), observateur attentif de l'Allemagne, écrivait sur les préjugés allemands en 1839 :

« Il faut que des différences bien profondes séparent la France et l'Allemagne, puisque, malgré les efforts de tant d'hommes remarquables des deux parts, tant de préjugés les séparent encore. Quand les idées que ces deux peuples se forment l'un de l'autre ne sont pas absolument fausses, elles sont toujours en arrière de leur état présent au moins d'un demi-siècle. Un perpétuel anachronisme les sépare. [...] Vous tous qui franchissez le Rhin, préparez-vous à jouer le rôle de votre trisaïeul ; sinon, on vous l'imposera » (Florack, 2001, p. 853).

Les stéréotypes varient selon l'intention du propagateur, en particulier pour les stéréotypes véhiculés à l'intérieur même d'un groupe. Ces clichés « internes », autostéréotypes, seront évoqués plus loin. On mettra en valeur selon l'intention politique certains traits « nationaux » pour souligner l'unité, le consensus, ou au contraire pour affirmer une différence avec un adversaire, au moyen de discours, de manuels scolaires ou d'autres médias. Le régime de Vichy a ainsi proposé deux modèles féminins, le premier est l'héroïne énergique, Jeanne d'Arc, qui stimulera l'enthousiasme contre un ennemi extérieur, l'Anglais bien entendu et non l'occupant allemand. Le second, à l'inverse, est celui de la femme au foyer. Par la mise en valeur de la vertu « féminines » comme le dévouement domestique, le repli sur la famille, Vichy a tenté de persuader la nation française de se résigner à la défaite de 1940. Deux images de la femme française.

Les stéréotypes varient selon la personnalité de celui qui les ressent. Des caractères ayant du mal à régler leurs propres difficultés personnelles ou sociales tendent à transférer agressivement leur mal de vivre sur des groupes minoritaires plus faibles, plus lointains, plus faciles à attaquer. Ces généralisations vont donc être méprisantes et ironiques. Le philosophe anglais Thomas Hobbes (1588-1679) souligne bien dans son *Leviathan* (1651) la susceptibilité des hommes :

« De sorte que nous trouvons dans la nature humaine trois principales causes de querelle : premièrement, la rivalité ; deuxièmement, la défiance ; et troisièmement la fierté. La première fait que les hommes attaquent pour le gain, la seconde pour la sécurité, et la troisième pour la réputation » (traduction de Philippe Folliot).

C'est sur ce texte que le psychologue américain Gordon W. Allport (1897-1967) s'appuie pour décrire une « théorie du préjugé par frustration » (*frustration theory of prejudice*) illustrée par le phénomène du « bouc émissaire », lorsque l'agressivité s'exerce sur une minorité innocente (Allport, [1954] 1979, p. 214 et Girard, 1982).

À la base du mépris et de l'ironie on trouve aussi l'impossibilité de comprendre et de tolérer, elle-même nourrie par l'ignorance ou l'information erronée. L'ironie est à la fois l'arme du vainqueur – du groupe dominant dans une société donnée – qui veut humilier le vaincu, mais c'est aussi l'arme du faible, qui se venge ainsi d'une certaine façon : cela console sur soi-même, « grâce à Dieu je ne suis pas comme ça » ; cela rend la vie plus facile. C'est dans ce contexte qu'il faut aborder le phénomène des histoires dites drôles visant des groupes sociaux (les Corses, les Belges, les blondes...). On trouve trace de ce processus jusque dans l'Antiquité – les Grecs contre les Perses (Köpke, 1999). Relevons une expression intéressante dans *Les Perses* d'Eschyle (472 av. J.-C.) : « Xerxes a bien besoin de reprendre ses esprits. Inspirez-lui par vos sages conseils le désir de ne plus offenser les dieux avec sa prétentieuse arrogance » (v. 829 à 831). La démarche est commune à toutes les cultures, chacun se choisissant sa « tête de Turc ». En Allemagne ce sont les gens originaires du Nord-Ouest et de l'Est du pays, à savoir les Ostfriesen et les Osis, qui sont les cibles ; et au début de la guerre en Irak les Français ont été les victimes de bien des sarcasmes aux États-Unis, comme nous le verrons au chapitre VIII.

Les stéréotypes surestiment l'homogénéité des groupes concernés, aussi bien de son propre groupe que des autres. Néanmoins on différencie mieux les causes des comportements chez soi. En ce qui concerne par exemple la criminalité, sujet sensible aux clichés s'il en est, l'opinion publique française fera la différence par sexe, par âge, par l'appartenance sociale, plus rarement par l'origine géographique pour se faire une idée d'un criminel français. Par contre, s'il n'est pas « des nôtres », on définira facilement un groupe compact

« étranger », avec le rebond « étranger donc criminel ». On attribuera les comportements des étrangers plus vite à des dispositions intérieures, à la paresse, à l'absence de morale, à la stupidité, plutôt qu'à des facteurs externes comme une famille à problèmes ou la détresse matérielle.

Si l'observateur a conscience de ces dangers, s'il analyse prudemment les comportements aussi bien du groupe victime du stéréotype que du groupe d'origine de l'individu qui généralise, il pourra reconnaître que les généralisations, sont inévitables.

Les généralisations sont inévitables

Il faut ici demander la contribution d'un rameau particulier de la psychologie sociale évoquée plus haut. La discipline appelée psychologie « cognitive » se penche sur la façon d'acquérir et de structurer les connaissances acquises par l'individu tout au long de sa vie. Le processus d'apprentissage consiste à dégager des séries de phénomènes observés, vécus, pour en tirer des lois, des probabilités de répétition, donc une possibilité d'anticipation. Même les animaux disposent de cette faculté d'apprentissage. C'est aussi la démarche pratiquée par les êtres humains dans le domaine scientifique.

Mais ici, avec les généralisations dans le secteur interculturel, le problème est que les conclusions tirées ne sont pas forcément conscientes ni rationnelles. Examinons donc de plus près leur fonctionnement.

Les généralisations sont pratiquement indispensables à la construction de l'identité personnelle et sociale, car elles sont des instruments contre l'indécision et la peur. Elles sont une première tentative de théorisation, un fil directeur dans l'obscurité, une simplification qui facilite la vie. Les relations sociales amènent à tension et peur devant l'inconnu, l'inattendu. Les généralisations aident à se faire une idée à l'avance de ce qui va se passer, d'anticiper sur un déroulement que l'on désirerait le plus prévisible possible. Ce sont des scénarios rassurants. Un certain rituel va avoir lieu, un peu comme il se déroule lors de la venue dans un restaurant de haut de gamme : un maître d'hôtel vous accueille, les places sont prises dans un certain ordre, le vin est goûté. L'addition donne lieu à certaines formes. Tout est en place. Le monde est ainsi en ordre, avec des personnages au comportement bien défini à l'avance : le Japonais sera courtois, le Russe tonitruant s'il a bu, le Français évidemment charmeur.

Les généralisations peuvent même être véritablement prescrites à certaines époques et dans certains contextes. Ouvrons déjà ici une page d'histoire, à la rencontre de Quintus Horatius Flaccus (-65 à -8), cet Horace auteur du plus célèbre *Art Poétique*. Nous sommes ici dans le domaine de la littérature – non des écrits politiques – mais il faut garder en mémoire l'importance au moins aussi grande des textes littéraires dans la genèse des clichés. Horace, donc, souligne qu'il est important de donner à chaque

figure littéraire un caractère propre prévisible et cohérent, en fonction de son rang, de son âge, de son métier... Il peut aussi être question de l'origine géographique du personnage, comme ici :

« Il y a une grande différence de langage entre un dieu et un héros,
 Un vieillard rassis et un jeune homme tout bouillant d'ardeur,
 Une dame importante et une nourrice soigneuse,
 Un marchand voyageur et un paysan qui cultive son petit champ,
 Un habitant de Colchide ou d'Assyrie, un indigène de Thèbes ou d'Argos.
 Suivez la tradition, poète, ou bien que dans vos fictions
 il règne un ordre judicieux. »

Horace, *De arte poetica*, 114-119.

Nous retrouverons quelques siècles plus tard le résultat de cette exhortation, lorsque la Renaissance reprend le chemin des auteurs anciens pour appuyer sa propre évolution.

L'ethnocentrisme

Le propagateur du stéréotype se place au centre du monde, il pratique la chose la plus courante dans toute société : l'ethnocentrisme. Les préceptes, valeurs, comportements, etc. de sa propre culture sont « normaux », justes, équilibrés, évidents. Ils sont implicites, on ne s'y arrête qu'interrogé par un philosophe, un sociologue, de préférence naturellement étranger, le seul à (se) questionner. Aux époques ou dans les pays où les sciences humaines n'ont pas encore tenté de convaincre du contraire, on pense ces valeurs et comportements comme donnés par la nature, par le créateur, par un législateur génial, par la sagesse des Anciens.

Par voie de conséquence, des concepts comme « normal », « exagéré », « choquant » font partie de l'arsenal habituel propre à l'échelle de valeurs d'un groupe, d'une culture. Nous sommes la norme, le groupe dominant, la majorité, qui prescrit ce qu'il faut faire et penser. Les autres, les minorités, les alternatives, sont exclues, dangereuses, menaçantes, interdites. Montaigne écrit au chapitre 30 du livre I de ses Essais (*Des cannibales*) : « Chacun appelle barbarie ce qui n'est pas de son usage. »

Cette pensée unique crée une identité collective, elle délimite un territoire, elle met de l'ordre dans un chaos, dans le mal-connu ou l'inconnu. Les exemples d'ethnocentrisme sont nombreux. Dans beaucoup de cultures, l'ethnogenèse, c'est-à-dire la mise en place du mythe fondateur du groupe, décrit assez régulièrement une intervention divine qui, au moment de la création du monde, choisit un traitement de faveur pour le groupe concerné : les dieux mettent au four trois hommes d'argile : la première fournée donne un homme blanc immature, la seconde le peuple choisi, brun à souhait, et la troisième fournée de sombres figures. Il s'agit « bien

sûr » d'un conte africain. La variante ukrainienne donne une première cuisson trop longue pour le Noir, une deuxième encore trop brune pour le Tzigane, et enfin la bonne pour le Blanc (Kabakova, 2013).

L'ethnocentrisme est tout simplement marqué par le terme utilisé par chaque société pour se désigner soi-même. Le terme le plus courant est « homme ». Ainsi au Groenland et au nord du Canada le peuple inuit (et non eskimo), le peuple nenets en Russie du Nord. En Amérique du Sud un autre nom de la langue quechua est « *runa simi* », ce qui signifie « la langue des hommes ». On trouve aussi le mot « peuple » (« *deutsch* » en Allemagne). À l'inverse, l'Étranger n'est qu'un « barbare » émettant des borborygmes pour les Grecs ou simplement muet (« *niemetz* » signifie allemand dans les langues slaves, et le sens d'origine est : « muet »).

Un exemple très concret, plus récent, d'ethnocentrisme est représenté par la couverture d'un magazine économique allemand, la *Wirtschaftswoche* n° 44 du 24.10.2002. L'article annoncé traitera de la rivalité entre les industries automobiles française, japonaise et allemande. Sont dessinés (caricaturés) trois individus assis chacun dans une voiture décapotable – on voit ainsi leur visage – d'une grande marque nationale de leur pays respectif. Ils font la course. Chacun a le visage un peu crispé du coureur désirant remporter l'épreuve sportive. Le Français est affublé de l'incorruptible béret basque et du mégot au coin des lèvres, il a le petit foulard rouge du prolétaire de la fin du XIX^e siècle autour du cou. Le Japonais a une coupe de cheveux courante dans les années d'avant-guerre et les yeux très bridés, l'air sardonique. Notre ami allemand a vraiment l'apparence de Monsieur Tout-le-monde, le petit collier de barbe du citoyen lambda, et un air sincèrement inquiet.

Hétérostéréotypes et autostéréotypes

Ici intervient la différence entre les stéréotypes externes, « hétérostéréotypes », et les stéréotypes internes, « autostéréotypes ». Elle se déduit des remarques précédentes sur l'ethnocentrisme et le besoin de former son identité aux dépens du voisin. Les hétérostéréotypes sont manipulés vis-à-vis d'autrui, les autostéréotypes pour son propre groupe. Il faut souligner qu'on utilise aussi des généralisations sur son propre groupe social ; les raccourcis et les jugements globalisants sont nombreux. Les autostéréotypes sont en général flatteurs : tous les Français savent qu'ils sont des amants très doués et charmeurs, même les ermites du fond des bois. Au pire, on exprimera une complicité souriante pour certains défauts tellement sympathiques – ce sont les nôtres, on les aime bien : nous ne respectons pas les taux d'alcoolémie, mais l'alcool rend tellement convivial.

Précautions

Pour conclure sur les stéréotypes, outils de généralisation, dangereux mais indispensables, il faut bien entendu souligner que les images, les clichés, doivent être manipulés avec beaucoup de précautions et de réserves. La démarche idéale consisterait à examiner chaque stéréotype après l'avoir repéré, à le vérifier, à chercher son histoire, son impact, puis à conclure en modifiant son jugement... au risque de faire un nouveau stéréotype, car il est difficile de ne pas penser schématiquement, sans globaliser. Or la plupart des stéréotypes résistent à l'examen des faits, ils perdurent malgré la disparition de ce qui a suscité leur naissance. Ils ne peuvent être méprisés, ignorés, car « une idée fautive est un fait vrai » (Jeanneney, 2000).

Les généralisations amènent à des conclusions hâtives : on trouve précieusement ce que l'on cherche, en excluant soigneusement ce qui complique trop, en étant aveugle à ce qui pourrait contredire la conviction : c'est la prophétie qui s'accomplit de soi-même, auto-réalisatrice, la « *self fulfilling prophecy* ». Le concept provient du sociologue William Isaac Thomas (1863-1947) : « Que l'interprétation soit juste ou non n'a pas d'importance. Si l'homme définit une situation comme réelle, elle est réelle dans ses conséquences » (Thomas, 1928). Il n'y a pas de réalité objective indépendante du regard subjectif porté. Or le regard est difficilement objectif, nous l'avons vu. Les psychologues sociaux parlent aussi d'« effet de halo ». On ne retient que les informations qui confirment une première impression.

Un exemple de cette expérience du « je vous l'avais bien dit ! » est donné par tout.e jeune Français.e partant étudier à l'étranger et mis.e à l'épreuve de faire la cuisine, une cuisine française, élaborée, bien entendu. Le peu de savoir-faire acquis au sein de la famille, qui paraîtra bien modeste, sera volontiers applaudi par des observateurs bienveillants et francophiles, issus d'une culture qui, elle, valorise peut-être moins l'art culinaire.

Le dernier avertissement est donné par G. Ferréol et Guy Jucquois à l'article « préjugé » de leur dictionnaire :

« C'est surtout l'utilisation consciente des stéréotypes à des fins de propagande qui doit être fermement condamnée » (Ferréol, *op. cit.*, p. 280).

Pour achever cette partie introductive, voici quelques morceaux choisis de clichés occidentaux. Quant aux clichés sur la France, ils feront précisément l'objet principal de notre étude, dans les chapitres qui suivent :

Pour les citoyens des États-Unis – avant la guerre en Irak – les Français sont des artistes, ils n'ont pas d'organisation, ils sont cyniques et chauvins. Aux yeux de leurs voisins européens, les Britanniques passent pour sentimentaux, traditionnels et excentriques, les Espagnols pour paresseux, machos, jaloux ; les Belges seraient des petits-bourgeois moralistes, les Néerlandais sont aux yeux des Allemands des petits-bourgeois pédants. Les Allemands

à leur tour seraient xénophobes, trop bosseurs, sans humour mais romantiques. Les Autrichiens seraient dévots, les Écossais et les Russes des buveurs, les Grecs seraient « bordéliques » et les Polonais des buveurs bordéliques. Les Scandinaves passent pour naïfs, et sont donc volontiers naturistes ! Les Italiens seraient théâtraux, comédiens. Dans les Balkans on trouverait l'esprit de vengeance sans compromis, quant aux Irlandais, ce seraient les plus honnêtes selon les Anglais, car ils ne disent jamais du bien des autres.

L'enfer en Europe ? Selon les sources – nombreuses – on aurait des cuisiniers britanniques, des chauffeurs ou des agents d'accueil français – parisiens sans doute –, des policiers ou des humoristes allemands ; les Suisses seraient les meilleurs amants, les Italiens organisateurs de l'ensemble. Le parfait Européen de l'enfer serait sobre comme un Irlandais, disponible comme un Belge, flexible comme un Suédois, modeste comme un Espagnol, bavard comme un Finlandais, organisé comme un Grec...

On trouve ici un ensemble de concepts périmés, méprisants, conjoncturels et bien réducteurs. Il permet un grand confort intellectuel, avec une vision de l'Europe où tout est éternellement à sa place, les mers et les montagnes, mais aussi définitivement les hommes gais et les tristes, les rapides et les lents, les ordonnés et les désordonnés. C'est exactement ce que montrait un célèbre tableau des peuples (Völkertafel) du XVIII^e siècle en Autriche. Il s'agit d'une peinture représentant des silhouettes en « costume national » assorties d'un bref commentaire sur les caractéristiques psychologiques et morales – surtout morales – pour chacune. Ce tableau avait vraisemblablement une fonction pédagogique. Rien n'aurait changé ? Nous reviendrons sur ce tableau dans le chapitre VII.

L'espace et le temps

Pour entreprendre ce « voyage-inventaire », il nous fallait d'abord préciser dans quel(s) domaine(s) nous voulions évoluer, parmi les nombreux possibles : l'analyse sera donc essentiellement historique et sociologique ou plus exactement psycho-sociologique.

Il fallait faire accepter l'inévitable subjectivité d'un observateur intégré à la société d'origine et prêt à manipuler des généralisations et des préjugés, les problèmes de l'observateur qui s'observe, tels que je les ai déjà évoqués plus haut.

Il reste à expliquer quels pays et quelles époques m'ont paru dignes d'intérêt. Certaines constantes seront dégagées, et, une fois achevé le voyage chez nos voisins, nous consulterons les auteurs qui ont su décrire certains mécanismes générateurs de clichés.

Il faudra enfin – en conclusion – évoquer la question de savoir si, pour un économiste déjà très occupé par des tâches concrètes, et malgré tous les arguments en faveur de la prise de conscience des problèmes culturels

énoncés dans l'introduction, il est bien nécessaire, dans la pratique, de s'attarder à des considérations culturelles. Les « universalistes » s'opposent encore aux « culturalistes » dans le contexte de la mondialisation.

Je viens d'écrire les mots « pays », et « époques ». Deux clefs d'accès à la masse d'informations, de faits, d'images, de mythes autour de la France vue par ses voisins.

La première clef d'accès sera un pays ou un groupe de pays

Ils sont choisis pour la richesse des informations accessibles et leur lisibilité. Il s'agit d'abord d'un non-choix : je ne dispose pas des compétences linguistiques et des informations permettant de connaître l'opinion que les Latino-Américains ou les Indonésiens, par exemple, se font de la France. Je sais également – après questionnement direct auprès de quelques-uns – que les Japonais font peu de distinctions entre les Français et les Occidentaux en général, ceux qu'ils connaissent le mieux étant les citoyens des États-Unis. Au mieux, les Japonais feront la connaissance de Paris, mais guère de la « province », or chacun connaît les problèmes posés pour l'identité française par l'opposition capitale/province. J'ai donc sélectionné au premier rang la Suède, que je connais assez bien et dont je parle la langue, et la Russie, spécialité de mon épouse. Ces deux pays ont fait de ma part l'objet d'une étude culturelle à la Faculté des Sciences Économiques de Rennes. L'Allemagne est ma spécialité ; la Grande-Bretagne et les États-Unis sont incontournables. Seront évoqués, bien que pour moi d'accès moins facile, l'Espagne et l'Italie. Enfin, bien que ce soient des sujets délicats et objets de controverse, l'Afrique et le monde musulman. Que soient remerciés ici les collègues anglicistes et hispaniste qui m'ont aidé, ainsi que les étudiants d'Afrique et du monde musulman dont le regard critique me suivait attentivement.

La deuxième clef cristallise l'histoire des relations entre ces pays et la France

Pour déterminer l'ordre dans lequel seront examinés les pays choisis, j'ai relevé dans la chronologie nationale française des événements qui concernent plus spécialement chacune des nations étudiées. L'ordre de succession des pays sera donc celui de ces événements. L'éclairage sera mis tout particulièrement sur un événement « révélateur », ou plutôt « fixateur », pour parler en termes de photographie classique, un tournant fixant pour des générations entières les clichés véhiculés sur notre nation. Il s'agira souvent d'une guerre, d'une révolution, du règne d'un roi particulier, qui ont eu des conséquences importantes sur les mentalités, et qui expliquent

l'image que la France donne encore aujourd'hui. Il faudrait plutôt dire qui amènent à l'image d'aujourd'hui. L'explication est toute autre chose. Je la tenterai aussi. En réalité, s'il y a bien un événement cristallisateur, il sera dans la pratique impossible de ne pas remonter en arrière sur parfois plusieurs siècles, et de ne pas, à l'inverse, poursuivre le récit jusqu'à nos jours. Voici la succession choisie :

Dans les relations franco-britanniques, la guerre de Cent Ans occupe une place importante, non par les détails de son déroulement mais par son poids symbolique jusqu'à aujourd'hui. Le voyage commencera donc par une traversée de la Manche. Une fois les Anglais (chapitre I) écartés pour un temps du continent, les rois de France s'intéressent à l'Italie de la Renaissance (chapitre II). Un siècle et demi plus tard, c'est un petit royaume du Nord qui nous regarde : la cour de Suède (chapitre III) est représentative des élites européennes fascinées – voire aveuglées – par notre roi-soleil Louis XIV. Puis voici la guerre d'Espagne (chapitre IV) menée par les troupes napoléoniennes, le mythe de la tournée des Grands Ducs russes à la « Belle Époque » (chapitre V), avec simultanément la construction de l'empire colonial français (chapitre VI). La Première Guerre mondiale nous confronte naturellement avec l'Allemagne (chapitre VII), tandis que la débâcle de juin 1940 préoccupe les États-Unis (chapitre VIII). Enfin l'Histoire débouche sur l'actualité, avec le problème des relations du monde musulman et de l'Occident (chapitre IX).

Une dernière remarque avant l'ouverture des plaidoiries : l'accusé n'aura pas la parole. Les témoignages ne portent que sur les images, les clichés devenus stéréotypes que les étrangers cultivent sur la France et non l'inverse. Ce récit n'est pas l'histoire complète de relations bilatérales, mais une sélection du point de vue de l'Autre. Il sera bien sûr difficile de ne pas « déborder », de taire complètement les opinions de Français sur eux-mêmes, de ne pas chercher à comprendre ce que l'étranger pense de soi-même. Il est clair que les images persistantes ne parlent pas que du pays observé mais au moins autant du pays observateur.

L'image du tribunal perdra sa fonction à la fin de l'ouvrage, et ma conclusion ne sera pas un verdict mais simplement une tentative de « déconstruction » (chapitre X). La grande préoccupation du déclin de la France sort de mon sujet, même si ce débat utilise une bonne partie des matériaux examinés ici.

Commençons maintenant notre voyage. Partons chez nos voisins britanniques.