



L'interculturalité : les mots et leurs usages sur l'Internet

Bertrand Sajus

Chargé d'études
MCC / Délégation au
développement et aux
affaires internationales

La technologie des moteurs de recherche ouvre de nouvelles virtualités d'observation et d'analyse des termes et des notions en jeu dans les débats de société. Depuis le début des années 2000, ce champ de recherche s'est largement enrichi avec le Web 2.0, ou web social, grâce notamment à l'essor de la blogosphère.

Par son immense couverture et ses fonctionnalités avancées, un moteur de recherche comme Google se prête à de larges études lexicographiques et terminologiques. Il permet de calculer la fréquence d'un terme selon des critères géographiques, linguistiques ou institutionnels, et offre également des statistiques sur la popularité des mots clés recherchés par les utilisateurs¹. Les données sur la popularité des mots-clés mettent en évidence, en temps réel, les sujets d'intérêt des internautes ainsi que les mots et expressions qu'ils utilisent spontanément. Dans la perspective de l'année européenne du dialogue interculturel, une étude du vocabulaire français et anglais de l'interculturalité a été menée en septembre 2007 au sein du ministère de la Culture (DDA). L'étude concerne les termes les plus fréquemment employés dans la thématique des relations – positives ou négatives – entre les cultures. Il apparaît, en première observation, que le thème de l'interculturalité donne lieu à un foisonnement terminologique. Cependant, l'analyse montre

l'importance et la centralité de la polarité *multicultural* / multiculturel (« pôle multi ») d'une part, *intercultural* / interculturel (« pôle inter ») d'autre part. Ces termes et leurs dérivés renvoient à des environnements sémantiques et des définitions très divers. En anglais, deux autres mots apparaissent fréquemment dans la littérature spécialisée : *cross-cultural* et *transcultural*. On trouve également, dans une moindre mesure, *polycultural* et *pluricultural*. Ces mots et leurs équivalents français, lorsqu'ils existent, ont été pris en compte dans l'analyse. L'utilisation des critères géographiques et institutionnels révèle des différences nationales importantes et permet de mieux évaluer les tendances par pays. Globalement, l'analyse montre que sur le plan terminologique, les pays anglo-saxons sont favorables au « pôle multi », tandis que les pays francophones européens sont favorables au « pôle inter ». Sur ce point, le plus grand écart national oppose la France à l'Australie. L'étude montre par ailleurs la spécificité de l'Union européenne, notamment par son site officiel Europa.eu, qui se révèle très favorable à « l'inter », sensiblement plus que la France. Enfin, les chiffres concernant les questions des internautes adressées à Google depuis 2004 montrent un tassement du mot *multicultural* tandis que *intercultural* se maintient et *transcultural* émerge depuis peu (2005).

1. Voir Google Trends :
<http://www.google.fr/trends>