

ATELIER 6

IMAGE DE LA LANGUE FRANÇAISE, FRANCOPHONIE ET MULTILINGUISME

QUELLE PLACE POUR LA LANGUE FRANÇAISE DANS LE MONDE ?

La langue française, comme **élément de transmission du produit France**, souffre d'un problème d'image. Fortement normée, image d'une culture qui se mérite, qui n'entend pas avoir de lien direct avec le monde économique, celui des médias ou encore des nouvelles technologies, la langue française n'est pas celle de la consommation immédiate. Elle se veut au contraire **profondément liée au temps long**, au patrimoine, à l'art de vivre, etc. Comment penser la place de la langue française dans le monde ? Par quels moyens la préserver ?

LA « MARQUE » FRANCE, ENTRE IMAGE ET IMAGINAIRE

Penser la France – et avec elle la langue française – comme une marque permet de comprendre les relations qui se nouent entre elle et les locuteurs francophones existants ou potentiels.

Si l'on considère que la France peut constituer une marque – ce qui est discutable –, il est possible d'étudier comme on le ferait pour n'importe quelle autre marque les relations entre celle-ci et ses « consommateurs ». A ce titre, il faut distinguer l'image d'une marque tout d'abord, qui est produite de façon intentionnelle par la marque et possédée par celle-ci, de l'imaginaire d'une marque, qui est construite de manière individuelle par chacun de ses récepteurs.

L'image renvoyée volontairement par la France est ici nourrie de **références au luxe, à l'art, à la gastronomie, au design, etc.** **L'imaginaire**, quant à lui, est **façonné de façon délibérée par chacun des récepteurs, par ses convictions, son histoire personnelle, son éducation, etc.**

Sous l'effet de la mondialisation et d'un accès à l'information de plus en plus démocratisé, il est aujourd'hui très difficile pour une marque, quelle qu'elle soit, de se contenter de faire accepter aux consommateurs les images qu'elle conçoit pour elle-même. A l'heure actuelle, **l'image d'une marque ne saurait être imposée, ce qui est également le cas de la marque France** : on ne peut pas dire ce qu'elle est mais uniquement suggérer aux consommateurs des pistes dans lesquelles chacun pourra inscrire sa propre singularité. Il s'agit d'un nouveau type de relation qu'il faut en permanence nourrir.

S'il était auparavant admis qu'une marque ne pouvait agir sur un marché donné qu'en disposant de la légitimité nécessaire pour cela, cette vision semble aujourd'hui révolue. Ce que les consommateurs attendent désormais d'une marque est davantage la surprise, le décalage vis-à-vis de l'image traditionnelle portée par celle-ci, que la confirmation d'une légitimité à agir, ce qui vaut également pour la marque France.

« Un bout de France dans une tarte aux pêches »

L'innovation pour une marque se nourrit des rencontres inattendues, à l'image du pâtissier Pierre Hermé qui a collaboré avec un parfumeur de Lanvin pour définir une nouvelle recette de tarte aux pêches. C'est avec ce type d'initiatives innovantes, qui permettent de jeter des ponts entre différents domaines, que la marque France peut se réinventer dans les imaginaires des consommateurs.

LE FRANÇAIS AU FILTRE DE LA FRANCOPHONIE

L'évaluation de l'importance de l'espace linguistique francophone peut être faite en recourant à différents critères reflétant sa puissance établie (nombre de locuteurs, nombre de pays dans lequel le français a le statut de langue officielle, etc.) mais également en étudiant des critères évolutifs témoignant du dynamisme de la langue française (évolution de l'entropie¹, du nombre d'apprenants, etc.)

| Le français dans le monde | |
|--|---|
| Les chiffres de l'espace francophone | |
| <ul style="list-style-type: none"> • 220 millions de locuteurs dans le monde, les francophones représentent seulement 1 % de la population mondiale ; Toutefois, plus de 90 % d'entre eux ont le français pour langue maternelle. • Les 75 Etats membres de l'Organisation internationale de la francophonie (OIF) comptent 890 millions d'habitants, même si tous ne sont pas francophones. • Le français est parlé dans près d'un tiers des pays membres de l'Organisation des Nations Unies (ONU), ce qui constitue un levier d'influence remarquable. • Il s'agit de la deuxième langue étrangère enseignée dans le monde en termes de nombre d'apprenants. | |
| Autres Indicateurs | Résultats |
| Nombre de locuteurs en langue première | 67 millions de locuteurs francophones ont le français pour langue première, ce qui place cette langue au 14 ^e rang mondial |
| Le français est une langue fortement utilisée au niveau diplomatique | Elle est l'une des six langues de travail de l'ONU et l'une des deux langues de travail du Conseil de l'Europe |
| Le statut de langue officielle | Le français est langue officielle dans 36 pays ; en comparaison, l'anglais est langue officielle dans 70 pays du monde et le chinois mandarin dans seulement trois pays |
| Baromètre Calvet des langues du monde² | En termes de « poids », la France occupe le 3 ^e rang mondial des langues parlées dans le monde selon le baromètre Calvet |

¹ L'entropie reflète, pour une langue donnée, le nombre de pays dans lequel elle est parlée

² Elaboré à partir de l'étude de 11 critères (nombre de locuteurs, entropie mais également véhicularité, taux de fécondité, prix littéraires internationaux, etc.), le baromètre Calvet des langues du monde propose une détermination des « poids » respectifs des langues parlées dans le monde ; pour plus d'informations, voir <http://wikilf.culture.fr/barometre2012/>

A L'ÉPREUVE DU PLURILINGUISME

La France, et le français avec elle, ont longtemps été perçus comme portant un message hégémonique. Dans son histoire, la langue française n'a guère fait bon ménage avec le plurilinguisme de fait qui s'imposait pourtant à elle comme une évidence, même à l'intérieur des frontières nationales françaises, où sont présentes de nombreuses langues régionales³.

Acclimatation et acclimatement

Tirées de l'approche écolinguistique, ces deux notions correspondent à la **capacité d'une langue à survivre en dehors de son habitat d'origine**. A la différence de l'acclimatement, une langue qui a su faire preuve d'acclimatation ne se contente pas de survivre, mais a également réussi à se transmettre de génération en génération, à l'image de l'espagnol en Amérique du sud par exemple.

Au-delà de ses frontières originelles, **le français est partout dans le monde confronté à la diversité linguistique**, car l'espace francophone, qui s'étend sur cinq continents, est nécessairement en contact avec une multitude d'autres langues. Pour survivre et s'acclimater dans une région différente de celle dont elle est originaire, une langue doit cependant procéder à certains changements et adaptations. C'est ainsi que le français parlé au Québec n'est pas le même que celui parlé en Afrique, ou en France métropolitaine.

UNE DIVERSITÉ DES LANGUES FRANÇAISES ASSUMÉE OU REFUSÉE ?

Le problème est toutefois de savoir si la diversité – de fait – des langues françaises est assumée ou refusée par la politique linguistique francophone. La première possibilité consisterait en une acceptation que la langue française enseignée dans les écoles maliennes, par exemple, ne doit pas être la même que celle enseignée en France. Elle signifierait également d'accepter l'**éventualité d'académies françaises à l'étranger**, pour décider par exemple de l'introduction de nouveaux mots dans les dictionnaires du français. La deuxième possibilité, celle du refus de la diversité des langues françaises, consisterait quant à elle à l'**imposition d'une langue française centralisée** pour tous les locuteurs francophones, ce qui nuirait à sa capacité d'acclimatation, et ainsi à la pérennisation de l'espace francophone mondial.

| Quelle politique linguistique pour la francophonie ? | |
|--|---|
| Risques pour la langue française | Solutions |
| <p>« <i>Cette belle langue française</i> » Bien que disposant d'un bon niveau, certains locuteurs s'interdisent de parler français, de peur de ne pas le parler parfaitement</p> | <ul style="list-style-type: none">• Utiliser des méthodes innovantes pour décomplexer l'usage de la langue, en promouvant l'utilisation du français, à l'étranger, dans des représentations théâtrales par exemple, ou encore dans des œuvres de fiction• Faire de la langue française une « langue de gouttière » et non plus une « langue de salon », ce qui deviendra nécessairement le cas quand l'écart entre le nombre de francophones de langue maternelle et ceux de langue secondaire se creusera ; le rapport entre eux est actuellement de un à trois |

³Louis-jean Calvet a notamment défendu la thèse que la France avait appliqué aux langues régionales métropolitaines les techniques qu'elle avait ensuite utilisé dans ses colonies pour asseoir la place du français, voir *Linguistique et colonialisme, petit traité de glottophagie*. 2^e édition. Paris, Petite Bibliothèque Payot, 1979, 240 p.

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Favoriser l'interpénétration entre le français et les autres langues |
| <p>Mauvaise image méthodologique de l'apprentissage du français</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Mieux prendre en compte le contexte social, culturel et environnemental des apprenants, pour ne pas imposer une approche trop rigide qui risque de les écœurer du français • Passer par l'intercompréhension des langues romanes • Gare au cadre européen de référence pour les langues, qui pour certains est néfaste en réduisant la langue française à une liste de compétences, alors qu'une langue est un moyen de penser le réel et de faire sens. Cette complexité doit également être prise en compte par les méthodes d'enseignement du français |
| <p>Forte baisse de l'apprentissage du français dans certains pays stratégiquement importants pour la francophonie, en Afrique notamment</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Veiller à limiter l'implosion actuelle des systèmes éducatifs africains, sans lesquelles la prévision de 700 millions de francophones en 2050 ne se réalisera pas • Programme 100 000 professeurs pour l'Afrique, dont le contenu doit cependant être à la mesure des défis qui se posent pour l'apprentissage de la langue française dans ce continent |

ONT PARTICIPE A L'ATELIER 6

Animateur : Jacques Pêcheur, Directeur du département langues françaises (IF/DLF)

Intervenants : Patrice Duchemin, Sociologue, rédacteur de l'Œil au LaSer et enseignant (Celsa, Iscom) ; Louis-Jean Calvet, Sociolinguiste, Professeur à l'université de Provence ; Xavier North, Délégué général à la langue française et aux langues de France, ministère de la Culture et de la Communication.