

# ARGUMENTAIRE POUR LE FRANÇAIS AU PORTUGAL *ET ORBI*

## Arguments, apories et représentations<sup>1</sup>

JOSÉ DOMINGUES DE ALMEIDA

Université de Porto – ILC Margarida Losa

jalmeida@letras.up.pt

### Résumé

L'auteur propose une réflexion élargie sur l'élaboration d'un dépliant argumentaire en faveur de l'apprentissage du français langue étrangère et sur le rôle symbolique joué par cette langue au Portugal et ailleurs en contexte mondialisé.

### Abstract

The author proposes a broad reflection about the elaboration of a promotional flyer in favour of French foreign language learning and the role it plays in Portuguese context, and elsewhere in globalized context.

**Mots-clés:** français, dépliant, mondialisation, arguments.

**Keywords:** French, flyer, globalization, arguments.

---

<sup>1</sup> Cette communication a été élaborée dans le cadre du projet "Interidentidades" de L'Institut de Literatura Comparada Margarida Losa de la Faculté des Lettres de l'Université de Porto, une I&D subventionnée par la Fundação para a Ciência e a Tecnologia, intégrée dans le "Programa Operacional Ciência, Tecnologia e Inovação (POCTI), Quadro de Apoio III (POCTI-SFA-18-500).

Notre engagement personnel dans l'élaboration d'argumentaires en faveur de l'apprentissage du FLE (Français Langue Etrangère) en 2008, 2009 et 2010, dans le cadre de l'APEF, s'avère une occasion de porter un regard réflexif sur les enjeux d'une telle promotion, et surtout de prendre conscience des stratégies à suivre et des écueils sur lesquels notre entreprise bute dans le contexte concret de l'apprentissage des langues étrangères présentes dans le système scolaire portugais, mais aussi de mesurer les atouts et les ambiguïtés d'un "produit" qu'il s'agit de vendre, ou en tous cas, de faire passer dans un cadre de plus en plus compétitif, voire agressif.

## 1. L'objet

L'idée nous est venue, en collaboration avec les Services Culturels de l'Ambassade de France, de faire parvenir aux enseignants de français, dans un maximum d'établissements scolaires possible, un dépliant / brochure promotionnelle pour l'option du français comme langue étrangère, constitué par un graphisme accrocheur et un argumentaire solide, cohérent et positif. Inutile de rappeler que cette initiative ne s'est imposée que dans la foulée de la desserte d'un nouvel idiome dans notre enseignement : le castillan qui, dans bien des établissements, a vite eu un effet déstabilisant sur un modèle où l'anglais et le français régnaient en maîtres.

Qui plus est, le besoin d'élaborer un argumentaire coïncide avec le sentiment que l'option pour le FLE na va plus de soi et qu'il lui faut désormais des raisons solides pour se vendre comme produit pédagogique et symbolique. Pour ce faire, un effort de conception graphique, mise à jour pour chaque édition, a été fait qui joue sur l'impact positif de couleurs attrayantes, agressives et au goût du jour et de celui du public-cible. Par ailleurs, une disposition de la mappemonde avec la mise en relief du domaine francophone (Carte de l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF) à laquelle s'ajoute l'Algérie pour des raisons stratégiques et démologiques évidentes) entend doter visuellement le français d'une projection planétaire. A ces données se joignent, en s'articulant au message, des références culturelles et technologiques, pour la plupart hexagonales, censées associer la langue française aussi bien à des exploits technologiques du présent (fusée Ariane, TGV, etc.) qu'à des repères culturels du passé (Tour Eiffel ou Musée du Louvre).

Pour l'une ou l'autre édition, le recours à des coupures de journaux, notamment aux petites annonces de demandes d'emploi, tâche de faire passer un message utilitaire et pragmatique d'une compétence en français donnée comme incontournable en vue d'une réussite professionnelle. A cela s'ajoute, au recto de la brochure, un slogan accrocheur ("Oui, je parle français" ; "Parlez-vous français ?" ; "Français *Plus*" ; "L'option qui va de soi" ; "Français : ton option !") avec un listage de raisons sociales d'entreprises françaises, ou

d'origine francophone, installées au Portugal et / ou une liste de filières et de débouchés professionnels directement ou indirectement liés à l'usage du FLE.

Élément essentiel du dépliant : l'*argumentaire* proprement dit, avec les "bonnes" raisons portant à faire le choix du français comme langue étrangère (première option, mais surtout en deuxième option), et ce, au détriment d'une autre option offerte par l'établissement scolaire.

## 2. La méthode

Ce dépliant argumentaire a été envoyé aux écoles et aux enseignants de français moyennant plusieurs relais : envoi direct après contact préalable par courriel, mettant ainsi à profit des groupes de contacts établis à diverses occasions ; relais APEF via ses associés impliqués sur le terrain, et relais APPF ou Services Culturels de Ambassade de France. Les écoles se sont arraché comme des petits pains ces dépliant, dont elles saluent l'idée au passage et qu'elles affirment avoir eu un effet ou un impact concret sur le maintien, le renforcement ou la reprise de classes de français dans certains établissements, même si le suivi concret et rigoureux n'est pas encore disponible, manque d'observatoire.

L'APEF a déjà pris cette tâche à bras le corps, suite aux engagements pris lors des premières *Assises du Français* de Porto (31 mai 2010) et assurera la publication de ces données sur son site rénové, dans la rubrique "observatoire". Des contacts ont déjà été noués dans le sens de permettre de dresser une mise à jour fiable de l'état des lieux du français à partir d'écoles-pilotes, d'évaluer la mutation *in loco* de la place et du statut du français dans la desserte et l'option pédagogiques des établissements, et de juger du bien-fondé des arguments avancés.

C'est à ce stade que les arguments se pressent, se bousculent ou s'invitent dans un même souci de vendre le produit pédagogique et symbolique qu'est le français, et de le parer d'une "utilité" claire et irrésistible. Mais c'est là aussi que, d'un point de vue "scientifique", le bât blesse pour la promotion du français en contexte multiculturel et mondialisé, et qu'une réflexion s'impose sur les ambiguïtés, les apories et les fragilités du message argumentaire que nous faisons passer.

En effet, c'est au niveau des représentations et des clichés, tant diffusés, véhiculés qu'entretenus, voire assimilés par des enseignants francophones eux-mêmes (issus de l'émigration), que le travail de sappe de l'option du français se fait toujours le plus sentir. Langue hexagonale immédiatement associée au passé, quelque prestigieux qu'il ait pu être, le français se colle, bien malgré lui, à la culture livresque ou élitiste ; est dit incapable de référer à des réalités modernes, mondialisées, multiculturelles, ou est considéré comme

étant déphasé par rapport aux rythmes, images, mots et savoirs technologiques ou aux compétences professionnelles d'aujourd'hui.

Les concepteurs des argumentaires ont eu le soin de décentrer l'image trop hexagonale du français pour la faire coller à un monde multipolaire et périphérique, au risque, il est vrai, d'exagérer sur la dimension géographique. Là, la seule étendue du Canada, très partiellement francophone, s'avère un atout majeur pour la représentation géo- et démolinguistique du français. Ils ont également veillé à ce que l'image de la langue française soit immédiatement associable à des avancées et des performances technologiques et, par le biais d'annonces, à des carrières et des débouchés attrayants et performants.

En outre, ils ont insisté sur le voisinage de nos deux langues romanes par un rapprochement graphique sous forme de traduction du message pointant ainsi la facilité du français pour les apprenants portugais tentés par le castillan ou par la pseudo-facilité de l'anglais. Claude Hagège rappelle, exemples à l'appui, la difficulté de l'apprentissage de l'anglais pour nos élèves latins, surtout quand l'idiomatisme s'y met et désorganise nos structures phrastiques romanes (Cf. Hagège : 84-86), alors que l'excessive proximité, comme celle qui se produit souvent entre le portugais et le castillan, mais aussi entre les langues scandinaves, par exemple, réfèrent certains didacticiens, provoque une indistinction lexicale et syntaxique qui brouille l'apprentissage. L'argumentaire doit dès lors proposer le français comme langue équilibrée, idéalement située par rapport à la nôtre.

### 3. Le message

Et tout d'abord, avec quels chiffres et quelles données appuyer la prise de conscience de notre public-cible éventuel sur la portée réelle du français dans le monde ? Si tous les rapports (notamment DGLF et OIF) donnent le français en progression dans le monde, mais en recul en Europe, notamment dans l'option d'une langue étrangère en contexte d'enseignement, le français n'en demeure pas moins, en chiffres absolus, le deuxième idiome étranger le plus enseigné dans le vieux continent, et, pour l'heure, chez nous. Mais ces statistiques servent souvent de cache-misère, tant le nombre réel de parlants du français reste bien en-dessous de celui d'autres langues, notamment du portugais, alors que, fait très parlant, le nombre exact de locuteurs de français n'est jamais rigoureusement avéré, contrairement à d'autres idiomes à projection internationale.

Dès lors, le discours argumentaire en faveur du français aura tendance à s'appuyer sur des à peu près statistiques qui permettent tout et son contraire (200 millions de locuteurs, des millions de gens, des millions d'élèves l'étudient). Ce souci de l'imprécision (Cf. Chaudenson, 2006 : 74) trahit deux choses : le flou statistique dans lequel on se trouve

quand il s'agit de dresser l'état des lieux du français dans le monde, mais aussi la possibilité, voire le besoin, de contourner ces inventaires (nous n'irons pas jusqu'à dire "manipuler" les données) pour affubler le français d'un rayonnement que les données statistiques pures et dures ne lui confèrent pas ou plus.

Il est intéressant, de ce point de vue, de remarquer les chiffres et données du rayonnement du français avancés par Claude Hagège (2006 : 15 - 38) et qui pointent une réalité tout autre : celle des millions de gens de par le monde directement ou indirectement "touchés" par une présence de quelque sorte de cette langue. Cet inventaire, qui ratisse large, permet de dégager un chiffre que l'argumentaire en faveur du FLE pourrait fort bien afficher, même s'il ne réfère à aucune réalité démolinguistique rigoureuse : plus que 400 millions de locuteurs occasionnels.

Cette stratégie n'est pas sans rappeler l'approche "écologique" des langues suivie par Louis-Jean Calvet (1999) et qui débouche sur une évaluation du poids de chaque langue<sup>2</sup> selon des critères prenant en compte d'autres données qui ne sont pas forcément liées au nombre direct de parlants de la langue en question, mais qui implique l'évaluation d'autres coordonnées et facteurs qui, d'habitude, ne sont pas pris en compte dans la pondération statistique du poids des langues, et du français en particulier : nombre de pays ayant le français comme langue officielle, présence sur la Toile, rayonnement scientifique et culturel, prix divers décernés dans plusieurs domaines, titres de presse ...

Par ailleurs, le nombre de pays "francophones" n'est pas stable, lui non plus, dans les différents argumentaires proposés. 29 pays auraient le français comme langue officielle et / ou administrative selon plusieurs sources (notamment l'OIF). Un inventaire toujours précaire et surtout périliclitant. La France semble peu se soucier de ce que la question d'un choix éventuel d'une autre langue nationale ne se pose que pour l'espace francophone : le Rwanda passé à l'anglais sur un coup de tête, la Burundi où le même phénomène menace, la RDC où il s'en est fallu de peu dans l'après-mobutisme, Madagascar qui a bien essayé d'ajouter l'anglais, ou encore Haïti que les Américains, séismes et tragédies aidant, anglicisent peu à peu ; des oscillations qui obligent même l'OIF à intervenir.

Ces phénomènes de défection par rapport au français devraient mériter une réflexion et une action de la part des opérateurs et des autorités hexagonales qui, par ailleurs, financent majoritairement le projet francophone. Et le fait que le Timor oriental ait clairement opté pour le portugais comme langue officielle après avoir assuré son indépendance, et ce en contexte largement anglophone, apparait comme un contre-exemple révélateur des apories liées au français.

---

<sup>2</sup> On consultera avec profit, à ce sujet, le travail statistique et l'observatoire publiés sur <http://www.portalingua.info/fr/poids-des-langues/> [consulté le 15 novembre 2010].

#### 4. Les connotations implicites

Car les langues charrient bien plus que des mots et des idées. Ecartelées entre le besoin de communication et le rapport matriciel à l'identité, comme le rappellent Coûteaux (Cf. 2006 : 23 - 78) et Maalouf (Cf. 1998 : 167-189), elles véhiculent, bien malgré elles, une valeur ajoutée, ou encaissent l'impact d'épiphénomènes diffus, difficilement mesurables, qui l'affectent comme option éventuelle en langue étrangère. Ce fait, très évanescent, impalpable, et toujours provisoire, compte aussi sur le "poids" des langues : exposition et réception médiatiques de personnalités parlant français, impact de l'image des produits français ou reconnus comme tels, impact de la médiatisation de tel ou tel événement. Dès lors, saura-t-on jamais la part de victoire de la Coupe du Monde par l'Espagne ou du taux de chômage et des déboires financiers de ce pays dans le choix ou rejet du castillan, ou du médiatisme d'un Sarkozy et d'une Carla Bruni, et d'un mouvement de grève prolongé pour ceux du français. Ces considérations, apparemment anecdotiques, ne sont pas sans répercussions dans le choix, souvent émotif, de l'apprentissage d'une langue étrangère au détriment d'une autre. Il y a des valeurs ajoutées ou retirées insaisissables des langues, et qui jouent aux limites du rationnel.

Que l'on considère, à cet égard, l'impressionnante vitalité de l'allemand dans notre enseignement supérieur alors qu'il est pratiquement absent du secondaire. Ce fait s'explique par l'important relais parallèle de l'Institut Goethe chez nous, mais aussi par l'association immédiate de cet idiome aux succès et à la fiabilité technologiques de l'industrie allemande. Les entreprises allemandes l'ont bien saisi et n'hésitent pas à exiger une connaissance de l'allemand à l'embauche, et qui introduisent des slogans publicitaires dans cette langue, incompréhensibles pour la majorité des consommateurs, mais qui s'avèrent un plus et révèlent une attitude décomplexée par rapport à la langue ; une attitude que la diplomatie allemande suit aussi.

On ne peut que regretter le fait que, au contraire, les entreprises françaises installées chez nous, mais aussi ailleurs, ne se sentent pas liées à la promotion du français, et ce malgré la campagne officielle "Je parle français dans l'entreprise" menée par la Diplomatie Française. Pour en revenir à l'élaboration des dépliants, un listage d'entreprises françaises tente de renforcer le message. Mais une fois contactées, ces entreprises se montrent presque incrédules quant au besoin réel du français, qu'elles affirment ne pas ressentir, à quelques heureuses exceptions.

La frilosité des entreprises françaises à promouvoir l'usage de leur langue est un fâcheux obstacle à la promotion du FLE chez nous, et ailleurs. Il n'en faut pour preuve que le timide slogan publicitaire adopté par Citroën pour se promouvoir à l'étranger, à la structure syntaxique subtilement anglicisée par antéposition superflue de l'adjectif : "Créative

technologie". Rien de tel chez les Allemands, où "das Auto" est censé faire passer un message clair sur le code génétique des produits.

A ce propos, et en accord avec les engagements pris lors des *Assises du Français de Porto 2010*, dont les Actes ont été récemment publiés, nous tâcherons d'impliquer les entreprises françaises et d'origine francophones par le biais d'un logotype de soutien et d'association des griffes à un savoir-faire et à une performance véhiculées par la langue. A nouveau, vous l'aurez compris, une tâche paradoxalement ingrate nous attend : demander aux entreprises française d'assumer ou de décliner leur "francité".

## 5. Les valeurs

On le voit tout de suite, et l'élaboration d'un dépliant promotionnel le montre à l'envi, la langue française est porteuse de valeurs, de clichés et de bagages socioculturels qui sont certes un plus, mais qui sont toujours au risque de l'ambiguïté et de l'incompréhension. Un récent argumentaire du ministère français des affaires étrangères et européennes donne, en dernier argument, le français comme "langue de l'amour, de l'esprit et de la science". Il ne va plus de soi que cette trilogie s'applique immédiatement au français par des apprenants étrangers contemporains.

Mais, dans un contexte multiculturel et mondialisé, la place du français, et partant, de la Francophonie, en tant qu'entités abstraites porteuses de valeurs ajoutées dans un monde pluriel et multipolaire, reste à consolider dans les arguments. Christian Dufour dans *Le défi français* s'engage dans un pertinent tour d'horizon des valeurs spécifiques liées, d'une façon et d'une autre, à l'usage, mais aussi quelque part, à l'option du français. "L'obsession de l'Un", de l'Universel, reprise par les pères fondateurs de la Francophonie, ne risque-t-elle pas d'être perçue comme une entrave à l'avènement et à l'affirmation d'un monde pluriel pour lequel d'aucuns en appellent à l'émergence d'une langue-monde à même de dire des réalités plurielles, voire inconciliables du fait culturel contemporain ?

Par ailleurs, les relents d'antimondialisation ou d'altermondialisme que certains discours francophones portent sur le projet francophone lui-même. (Cf. Wolton, 2006 : 19) ne font-ils pas peser sur le français une tâche qu'il ne saurait assurer seul, ou qu'il ne devrait pas accepter comme sa seule spécificité ? Dominique Wolton, dans un accès de bon sens, ne conclut-il pas qu'"elle [la francophonie] doit pouvoir conjuguer logique *intergouvernementale* et logique *altermondialiste*", et que la langue française "[...] doit également s'accrocher aux nouvelles réalités de la mondialisation, être aussi une langue de l'économie, du commerce et de la société" (*idem* : 188).

En outre, alors que la civilisation de langue française propose et véhicule un discours différent des sphères anglophone et arabo-musulmane, ni *Coca Cola* ni *Ayatollah* selon la

formule souvent reprise, c'est-à-dire ni libéralisme pur, ni concession théocratique, son message demeure flou dans le contexte actuel. Doit-on faire coller au français les valeurs laïques alors que la vision du phénomène religieux a fortement évolué. Pierre-Marie Coûteaux pointe, d'ailleurs, ce qui lui semble tenir de la réticence de certains à s'exprimer de nos jours en français, langue détachée du religieux alors que l'anglais s'y prête plutôt bien (Cf. Coûteaux, 2006 : 276 - 288).

Il ne s'agit pas non plus d'associer de façon trop flagrante le rapport du français à une certaine irrévérence sociale et politique, à un certain anticonformisme. Nous le disions plus haut, il n'est pas assuré que le penchant gréviste et revendicateur français gagne la faveur de notre public-cible, qui en subit parfois les conséquences indirectes, des élèves aux parents d'élèves et à l'école comme à un tout intégré dans un réseau social plus vaste. Il est toutefois pertinent de souligner qu'une certaine gauche anglo-saxonne et européenne, soubresauts financiers et capitalistes aidant, se projettent sur la France et le français comme bouée de sauvetage discursive, et possibilité d'une voie de synthèse dans le contexte complexe et dangereux du moment :

L'idéologie des droits de l'homme, toute libérale qu'elle parût –n'avait-elle pas été le plat de résistance du banquet idéologique du Bicentenaire?–, ne constituait pas une politique. Succédané contemporain de ce qui avait été autrefois les idéaux du socialisme, elle savait la cohérence de la notion en tant qu'être collectif, et elle aboutissait à des exigences intrinsèquement contradictoires: droit à l'égalité et droit à la différence proclamés dans un même souffle (Cf. Anderson, 2005 : 59).

Même ton, plus récemment chez Morrison dans son essai sur le déclin de la culture française où il semblerait que, si les Français agacent le monde, le monde continue de le dire et donc aime toujours quelque part à être agacé par les exceptions françaises, qu'elles touchent le culturel, le social, l'économique que le politique, et dont l'impact sur la langue française se fait sentir.

Christian Dufour fait d'ailleurs remarquer les subtiles répercussions de l'usage du français sur les décisions et tendances politiques ou diplomatiques, c'est-à-dire sur le dégagement d'un modèle de civilisation de langue française auquel on adhère ou auquel on prend part en optant pour le français. Il rappelle que lors de l'invasion de l'Irak par les forces américaines et alliées, la voix de la France s'est clairement opposée. Que, en outre, des dissensions se sont manifestées au Canada, avec le Québec, en Belgique ou en Suisse du fait d'un désaccord francophone (Dufour, 2006 : 65-104).

Ces deux pays illustrent d'ailleurs bien les idiosyncrasies francophones. Alors que la Flandre vote à droite et en devient fascisante dans certaines attitudes, la Communauté



Wallonie-Bruxelles vote à gauche et insiste sur le volet social de l'action politique ; ce qui pourrait d'ailleurs entraîner le divorce du pays. En Suisse, il est étonnant de voir les spécificités du vote romand en matière d'immigration ou d'intégration internationale. Claude Hagège ne parle-t-il pas des « assises libérales de l'anglais » (Cf. Hagège, 2006 : 61-66)? Et pour emprunter et détourner le titre de Marc Fumaroli, on peut regretter le temps où l'Europe (la CEE avant l'UE) s'exprimait institutionnellement en français, et où, - coïncidence ! -, le projet européen connaissait des avancées significatives. C'était avant l'élargissement, ou la dissolution, de l'Union et l'adoption majoritaire de l'anglais (Cf. Coûteaux, 2006 : 179-200). Le résultat est là!

## Conclusion

On l'aura compris, l'élaboration d'un argumentaire pour le français au Portugal, et certainement ailleurs, ne soulève pas seulement des questions graphiques. Elle engage une réflexion globale sur les enjeux d'une langue que l'on voudrait continuer à voir enseigner chez nous. Un combat nouveau se précise qui implique des arguments nouveaux et accrocheurs, mais dont il faut être conscient des ambiguïtés. A nous de relever ce défi dont les résultats, je le rappelle, se font déjà sentir. Le français garde un atout majeur pour le monde d'aujourd'hui : sa souplesse idéologique, sa porosité culturelle, son attachement à des valeurs qu'il est possible de présenter au goût du jour. Christian Dufour en fait une brillante synthèse qui nous guiderait bien dans la conception de futurs argumentaires : "La civilisation de langue française est la seule à proposer un modèle de cité universelle qui se rattache au passé, tout en n'étant pas fermé à la modernité ni totalement associé au capitalisme" (Dufour, 2006 : 103). Sachons jouer de ces atouts-là.

## **Bibliographie**

ANDERSON, Perry (2005). *La pensée tiède. Un regard critique sur la culture française*. Paris: Seuil.

CALVET, Louis-Jean (1999). *Pour une écologie des langues du monde*. Paris: Plon.

CHAUDENSON, Robert (2006). *Vers une autre idée et pour une autre politique de la langue française*. Paris: L'Harmattan.

COUTEAUX, Paul-Marie (2006). *Etre et parler français*. Paris: Perrin.

DUFOUR, Christian (2006). *Le défi français*. Montréal: Septentrion.

HAGEGE, Claude (2006). *Combat pour le français. Au nom de la diversité des langues et des cultures*. Paris: Odile Jacob.

MAALOUF, Amin (1998). *Les identités meurtrières*. Paris: Grasset.

WOLTON, Dominique (2006). *Demain la francophonie*. Paris: Flammarion.