

Dr. Samir Abdelhamid
Hadjarab Soraya
Université de Batna



Synergies Algérie n° 7 - 2009 pp. 267-275

Résumé : *On admet, particulièrement, aujourd'hui que les représentations des sujets sur les langues, leurs normes, leurs caractéristiques et leurs statuts par rapport à d'autres langues influencent le désir de les apprendre (choix de la langue à apprendre) ou de les utiliser (pratiques langagières), donc également, la réussite ou l'échec de l'apprentissage. Nous pensons qu'il serait donc intéressant de voir à travers l'observation de l'activité épilinguistique des apprenants comment ils abordent les langues étrangères et élaborent des représentations sur celles-ci.*

Mots-clés : *représentations, attitude, apprentissage, discours épilinguistique.*

Abstract: *We admit especially these days that the representations of subjects on languages, their norms, their characters and their stats as for as other languages are concerned influence the desire of learning them (choice of a language to learn) or of using them (language practice) so likewise success or failure of learning. We think it would be interesting to see though observation of the epilinguistic activity of learners how they tackle foreign languages and elaborate representations on them.*

Key words: *representations, attitude, learning, epilinguistic discourse.*

المخلص: تعتبر تصورات الأشخاص للغة و قواعدها و خصائصها و كذا مكانتها في المجتمع بالنسبة للغة أخرى حافزا مهما لتعلمها و استعمالها, ومنه تعتبر هذه التصورات عاملا أساسيا في نجاح أو فشل التعلم. من هذا المنطلق دراسة خطابات الطلبة عن اللغة هو من الاهتمامات الإيجابية التي نمكننا من التطلع على تصوراتهم اللغوية و كيفية تعاملهم مع اللغات.

الكلمات المفتاحية : تصورات - موقف - تعلم - خطاب عن اللغة.

Dans cet article, nous présentons les résultats d'une recherche dont la finalité était de connaître les représentations de la langue française chez les étudiants de première année inscrits en licence de français à l'université de Batna. Pour recueillir le contenu de ces représentations, nous avons proposé aux étudiants deux activités :

La première était une activité associative reposant sur une expression verbale spontanée, non contrôlée et donc théoriquement plus authentique. Nous avons demandé aux étudiants de produire, dans un temps bref, une liste de cinq mots spontanément associés à la France et une seconde liste de cinq autres associés aux Français. Nous partons ici du principe que les jugements de valeur, positifs soient-ils ou négatifs, émis vis-à-vis d'une langue sont tributaires, entre autres, des images que l'on se fait du pays d'origine de la langue et de ses habitants. En analysant le nombre de mots à connotation neutre, positive ou péjorative, on peut caractériser la nature de la relation qu'entretient l'apprenant avec la langue étrangère.

La deuxième activité était une rédaction (de 30 à 45 mn) dont le sujet était le suivant : « On vous apprend que vous venez de gagner un voyage touristique vers l'une des destinations suivantes : l'Italie, l'Espagne, la France ou l'Angleterre. Vous choisissez un pays, lequel ? Si les quatre pays ne vous passionnent pas proposez une autre destination. Justifiez en citant les raisons qui vous motivent à choisir tel ou tel pays et également celles qui vous incitent à délaisser les autres ». Nous avons pris soin d'avertir les étudiants que cette activité n'était pas une forme d'évaluation afin de les libérer du stress inhérent aux situations d'examen et leur permettre de répondre de façon tout à fait détendue.

Pour la réalisation de cette recherche, nous nous sommes appuyés sur un échantillon de 195 étudiants dont une majorité féminine (filles 74%, garçons 26%). L'analyse du corpus s'est faite en prenant en considération la variable sexe.

1. Résultats et analyses

1.1 Le test d'association

Voici un bref aperçu des principales occurrences des mots associés aux Français et à la France :

Les Français :

Cultivés (37), gentils (29), travailleurs (22), beaux (19), racistes (19), respectueux (16), colonisateurs (14), polis (12), éduqués (11), chrétiens (10), propres (09), ouverts d'esprit (09), riches (9), intelligents (08), civilisés (08), intellectuels (07), blonds (06), étrangers (06), justes (06), compréhensifs (06), généreux (05), simples (05), sérieux (05), arrogants (05), démocrates (05), européens (04), élégants (04), charmants (04), méchants (04), ponctuels (04), criminels (03), sincères (03).

La France :

Développement/progrès (65), colonisation/guerre (51), liberté (39), Tour Eiffel (39), Paris (34), beauté (30), la vie/belle vie (28), Richesse (21), mode (20), émigration/émigrés (20), civilisation (19), l'avenir (19), études (18), culture (17), l'étranger (16), technologie (16), l'Europe (16), modernité (15), visa (12), tourisme/voyage (10), Zinedine Zidane (07), la famille (07), savoirs/connaissances (07), science (07), travail (06), l'euro (06), Marseille (06), égalité (06), indépendance (05), rêve (05), propreté (05), force (05).

Le traitement de ces données s'est principalement appuyé sur le répertoire des « champs représentationnels » élaboré par Henri Boyer (1998) :

1. Perception globalisante du peuple (traits physiques, comportements sociaux, religion...) et du pays (climat, cadre naturel, situation socioéconomique...)
2. Identification institutionnelle, ethnographique et aussi folklorique, gastronomique, touristique...
3. Patrimoine culturel : œuvres, événements, patronymes, dates, objets...
4. Localisation géographique et /ou géopolitique. Mention de toponymes.
5. Caractérisation par la langue du pays, mots ou expressions empruntés à cette langue.
6. Allusion à la situation/rerelations/faits intercommunautaires.

1.1.1. Les représentations des garçons

1^{er} champ représentationnel

Du côté des traits physiques, les Français sont perçus comme beaux. Ici apparaît naturellement le stéréotype de l'européen souvent dit grand et beau.

Au travail, ils sont laborieux, organisés, ponctuels et sérieux. Le peuple français est décrit également comme un peuple civilisé, éduqué, cultivé, propre... ; ils sont respectueux, polis et gentils envers leur prochain. Ils sont décrits aussi comme un peuple ayant l'esprit ouvert, démocrate et libre. Par ailleurs, ce sont des gens épris d'amour, charmants, galants et qui aiment voyager. Cette image bien gratifiante vient se ternir néanmoins par d'autres représentations désignant les Français comme colonisateurs, impérialistes, racistes, méchants, égoïstes, orgueilleux et grands parleurs.

D'un point de vue religieux, les Français sont dits chrétiens ou laïques. La France est symbolisée aussi par la diversité des religions et des races. Les enquêtés se représentent aussi la France comme un beau pays propre dont la situation socioéconomique est en puissance ce qui apparaît par l'intermédiaire des termes : développement, économie, Union Européenne, force, richesse, civilisation, l'Euro, technologie/science, modernité, voiture (Renault), belle vie et bien être ...

La France est souvent aussi ressentie comme le pays du savoir et de la recherche où l'on désire poursuivre ses études. C'est le pays de la justice, de la liberté, de l'égalité et de la fraternité. Bien que cette image valorisante semble la plus établie chez les enquêtés, la France a été associée deux fois à la misère.

2^{ème} champ représentationnel

La gastronomie française se spécifie par ses boissons, le vin et la bière. La France offre une image assez joviale : le paradis, la joie, le bonheur, la fête et les femmes. Le tourisme y est présent sans oublier la mode et le luxe, la France étant connue pour ses grands couturiers. Et on termine avec le sport, principalement le football et le cyclisme (Le Tour de France).

3^{ème} champ représentationnel

Ce champ représentationnel est caractérisé par la présence d'un nombre important de patronymes. Les plus cités représentent les différents Présidents de la République : commençant par De Gaulle en passant par J. Chirac et enfin Nicolas Sarkozy. Le football n'a pas manqué avec sa figure emblématique, Zinedine Zidane. La littérature française est aussi au rendez-vous avec les livres et l'un des plus grands poètes et romanciers du 19^{ème} siècle V. Hugo. La télévision est également représentée par les deux chaînes M6 et TF1. L'art et la culture sont aussi à l'heure avec le plus grand musée parisien le Louvre, la peinture et la BD. L'humour a été cité à travers un duo d'humoristes Eric et Ramzy et enfin place à la musique avec les chansons et le rap français dont l'un des derniers représentants de cette génération Sinik. Nous clôturons ce champ représentationnel avec le monument symbolisant incontestablement la France, la Tour Eiffel.

4^{ème} champ représentationnel

Dans cette catégorie, Paris la capitale est la plus fréquemment citée suivie de l'Europe. La France est perçue non seulement comme pays européen mais aussi comme partie intégrante de l'Union Européenne. Certaines villes françaises ont été également citées Marseille, Grenoble et Toulouse.

5^{ème} champ représentationnel

Dans cette rubrique, nous avons pu relever les trois mots : liberté, égalité et fraternité de façon isolée. Toutefois nous pensons, sans être catégorique, que cela renvoie probablement à la devise de la République Française.

6^{ème} champ représentationnel

Ce dernier champ est principalement illustré par les deux termes colonisation et colonisateur, faisant ainsi allusion à l'histoire, particulièrement à l'époque coloniale. D'autres mots à connotations négatives ont été cités référant au même fait historique : guerre, ennemi, embuscade, révolution. L'émigration est une autre situation qui a été évoquée. Cette dernière hante les esprits des jeunes Algériens qui cherchent par tous les moyens possibles d'obtenir le fameux visa, la France étant le pays étranger où l'on souhaite le plus faire son avenir. D'autres termes en rapport avec l'émigration sont cités : racistes, discrimination et mépris.

1.1.2. Les représentations des filles

1^{er} champ représentationnel

Concernant les traits physiques des Français, là encore apparaît le stéréotype de l'européen « beau, blond aux yeux verts ». Toujours pour l'aspect physique, d'autres représentations ont été relevées, les Français sont propres, élégants, riches et charmants, mais vieux.

Du côté des comportements sociaux et précisément des relations humaines, les Français sont forts : ils sont qualifiés de gentils, respectueux, polis, généreux et compréhensifs. Leur tempérament est plutôt apprécié avec cette suite de termes : sages, sérieux, simples, justes, sincères/ honnêtes, joyeux et bon vivants.

Nombreuses sont aussi leurs qualités : cultivés, travailleurs, intelligents, intellectuels, éduqués, civilisés, disciplinés. Ils ont des capacités, du savoir-vivre et enfin une ouverture d'esprit à laquelle on associe l'égalité des sexes, la démocratie et les libertés. Cette sympathie pour le peuple français est contrecarrée par d'autres types de représentations recueillies : racistes, colonisateurs, arrogants, méchants, ennemis, criminels.

La religion apparaît avec des termes à connotations négatives: chrétiens, mécréants, religion, pays non musulman. La situation socioéconomique de la France semble par les mots proposés, connotée positivement : développement/ progrès, liberté, richesse/argent, la vie/belle vie, modernité, technologie, civilisation, savoir/connaissance, science, travail, paix, force, démocratie, l'Euro, l'urbanisme, l'Union Européenne, pays de lois, Renault. Le climat est cité une fois comme froid. D'autres mots caractérisent le cadre naturel : beauté, nature et propreté.

2^{ème} champ représentationnel

Ce qui caractérise majoritairement ce champ représentationnel est l'univers de la mode, des parfums, du maquillage et du prestige. La France offre l'image du pays parfait pour le tourisme, les voyages et les vacances. Elle est décrite aussi comme un lieu de rêve, de joie et de fête. L'amour et le romantisme n'ont pas manqué de la symboliser encore une fois. Une référence à la gastronomie a été faite par l'intermédiaire du mot cuisine. Le sport est également abordé avec le football. Enfin, l'amour des Français pour les animaux est évoqué une fois par l'expression : « beaucoup de chiens ».

3^{ème} champ représentationnel

Dans le cadre du patrimoine culturel, la Tour Eiffel semble le monument qui symbolise la France par excellence. D'autres monuments ont été cités : la Cathédrale de Notre- Dame de Paris, le Musée du Louvre, le Château de Versailles, la Tour Montparnasse et la Sorbonne.

En deuxième lieu viennent les patronymes avec des personnalités politiques mais aussi historiques : Jaques Chirac, le Général De Gaulle, Napoléon et Jeanne d'Arc (l'une des figures emblématiques de l'histoire de France). La culture est présente de façon générale avec la littérature et les écrivains, les chanteurs, les beaux arts et les artistes, le cinéma est aussi représenté avec un événement mondial : le Festival de Cannes (le festival cinématographique le plus médiatisé du monde).

4^{ème} champ représentationnel

Paris la capitale est la ville la plus citée avec sa plus belle avenue, celle des Champs Elysées On trouve également l'Europe et d'autres toponymes représentant les différentes villes de France : Lyon, Marseille, Montpellier, Strasbourg, Grenoble, Rennes et Lille.

5^{ème} champ représentationnel

Les termes relevés pour cette rubrique sont liberté, égalité, fraternité. Ces derniers, cités séparément et par des étudiants différents pourraient faire référence à la devise de la République française. Nous pensons que c'est une probabilité à ne pas négliger.

6^{ème} champ représentationnel

Dans cette catégorie des représentations le terme dominant est colonisation auquel nous avons associé le mot guerre. Le mot colonisateur est aussi retrouvé dans la catégorie des mots associés aux Français. Ces termes-là renvoient bien évidemment à des faits historiques de l'époque de la guerre d'Algérie. D'autres mots viennent consolider cette représentation : histoire, indépendance, ennemi, criminels et violence.

Une autre allusion a été faite à un second fait reliant encore une fois l'Algérie à la France : l'émigration et les émigrés. La France est le pays étranger où se concentre la majorité des émigrés algériens, là où il y a de la famille donc où l'on peut construire son avenir et, pourquoi pas, poursuivre ses études. Ajoutons à cette représentation la suite des termes : espoir, visa, résidence, hébergement. Ce désir manifeste de la part de certaines étudiantes de partir en France ne les a pas empêchées pourtant de qualifier les Français de racistes et d'associer la France à la solitude et à la souffrance.

1.1.3 Synthèse

A l'aide des mots associés, nous avons donc pu relever des représentations dont la majorité sont positives, principalement en ce qui concerne les quatre premiers champs représentationnels. Les Français sont appréciés principalement pour leur gentillesse et leur savoir/culture. Quant à la France, elle est admirée essentiellement pour le développement, le progrès, la beauté et le patrimoine culturel. Cette image positive est pourtant contrecarrée par un autre type de représentations négatives touchant fortement le sixième champ représentationnel où nous avons relevé les mots colonisateur/colonisation - dont le nombre d'occurrence vient en premier lieu pour les garçons et en deuxième position pour les filles - faisant ainsi référence à des faits historiques dramatiques ainsi que les mots raciste/racisme décrivant la situation peu réconfortante des émigrés. Ces mots recueillis dévoilent des sentiments envers la France et les Français tiraillés entre l'admiration et le rejet.

1.2 La rédaction

Après le dépouillement, il ressort que presque la moitié des enquêtés ont choisi de visiter la France (48%). C'est le pays donc le plus convoité (pourquoi « convoité », dans quel sens ?). Toutefois, il semble que se sont plus les filles qui éprouvent ce désir (52%) contrairement aux garçons (28%) dont l'ambition est tournée vers d'autres pays étrangers (il faut donner ces informations : quels autres pays par exemple ?).

L'analyse thématique des différentes rédactions corrobore les résultats obtenus du test d'association. En effet, nous avons constaté que les étudiants qui ont choisi la France comme destination touristique n'ont pas été économes quant aux termes à connotations positives ou neutres. Tandis que la majorité des étudiants qui ont préféré d'autres pays n'ont pas commenté leur non attrait pour la France, ainsi peu de représentations ont été relevées dans ce sens.

La France est perçue comme un beau pays développé et moderne mais aussi comme un pays touristique dont le patrimoine culturel (Tour Eiffel, Théâtre de Paris, Arc de Triomphe, châteaux, Musée du Louvre, Centre Culturel George Pompidou, Notre Dame de Paris...) et le cadre naturel (la propreté, les plages, Saint-Tropez, les Alpes...) fascinent les esprits. On aimerait y découvrir le mode de vie, la culture, la civilisation, l'histoire et la gastronomie de ses habitants. La France enchante également avec son monde de la mode façonné de robes, de parfums et de maquillage. Reflet de l'amour et du romantisme qui ne la rend que plus désirable.

Les Français, d'autre part, sont appréciés pour leur gentillesse et leur culture. La langue semble aussi un élément central dans la motivation du choix. Pour certains des enquêtés la maîtrise de la langue de « l'autre » est très importante pour pouvoir communiquer sans gêne et pour ne pas se sentir ainsi dans l'embarras, pour demander des renseignements, faire des achats, effectuer des déplacements...etc. Or la France est le pays qui répond le mieux à ce critère. Pour d'autres étudiants, ce voyage vers la France serait l'occasion de perfectionner sa langue en se plongeant dans un bain linguistique offrant la possibilité de se retrouver dans une multitude de situations de communications au naturel loin du cadre artificiel de la classe de langue. Le rapport affectif entretenu avec la langue est aussi présent avec l'amour de la langue française exprimé par quelques étudiants.

La France est choisie également car elle offre la vision du « déjà vu », et du « déjà connu » par le biais des différentes chaînes de télévision françaises reçues par satellite, donc en la visitant on réduit le sentiment de peur qu'on ressent généralement face à l'inconnu.

L'émigration et les émigrés précédemment évoqués dans les mots associés apparaissent une seconde fois d'une part à travers le désir de certains répondants de rendre visite à des membres de la famille résidant en France et, d'autre part, par le réconfort que ressentent certains autres sachant qu'il y a d'autres Algériens et Maghrébins de l'autre côté de la Méditerranée. Ceci ne fait que confirmer le sentiment d'appréhension que l'on ressent face à l'altérité et que l'étudiant essaye d'atténuer en choisissant le pays lui offrant le plus de sérénité intérieure. En effet, « la rencontre avec l'autre dans sa plus forte étrangeté peut provoquer un sentiment d'angoisse, l'autre ne nous ressemble pas, ne nous pouvons nous identifier à lui et la peur qu'il fait naître accentue son étrangeté ». (F. Couchard, 1999 :16).

Joindre l'utile à l'agréable est la finalité de certains étudiants qui voudraient faire le tour des librairies et des bibliothèques françaises et profiter de l'abondante littérature et documentation qui s'y trouve.

Bien que dans le sujet de la rédaction nous ayons proposé aux enquêtés un simple voyage touristique, les désirs profonds de certains sont si forts qu'ils font surface. En effet, il semble que les étudiants rêvent de vivre en France ce qui paraît évident à travers leur envie d'étudier ou de travailler en France, ce qui est impossible à réaliser dans le cadre d'un voyage touristique.

Très peu d'étudiants ont expliqué les raisons qui les incitaient à ne pas choisir la France. Toutefois, nous avons pu relever quelques arguments révélant un paradoxe. En effet, les facteurs motivant les uns à choisir la France sont parfois les mêmes à en faire fuir les autres. Ces derniers jugent qu'il y a d'une part énormément de ressemblances entre l'Algérie et la France (ressemblances climatiques, architecturales...) et, d'autre part, ils ont le sentiment de la connaître grâce à la télévision. Donc la France, pour eux, n'est pas un pays si étranger que cela. Ils sont ainsi plus tentés par des pays complètement exotiques comme l'Inde, le Japon.... Dans la même vision des choses, un autre étudiant explique qu'en France réside la majorité des émigrés algériens et que si l'on veut vraiment sentir un dépaysement cela serait loin de ce pays.

La barrière linguistique est aussi citée par une étudiante expliquant ses difficultés en langue française. D'autres sont plutôt attirés par les pays arabes que par les pays occidentaux à cause des différends politiques, religieux et du racisme. Enfin, la France est décrite comme un pays classique sans originalité, avec trop de monde et beaucoup de bruit.

Conclusion

Selon Louise Dabène le choix de la langue à apprendre est fondé sur un certain nombre de critères d'appréciation qui sont l'économique, le social, le culturel, l'épistémique et l'affectif et qu'elle regroupe sous le nom du « statut informel » de la langue constitué par l'ensemble des représentations fortement stéréotypées qu'une communauté lui attribue. Celui qui nous intéresse ici c'est particulièrement le dernier critère qu'elle explique ainsi : « il existe à l'égard de certaines langues des préjugés favorables ou défavorables qui tiennent aux aléas de l'histoire, à leur émergence sur la scène internationale et aux relations harmonieuses ou conflictuelles entre les pays où on les parle. » (Dabène1997 : 21)

A partir de là, nous pouvons avancer que le choix de l'apprentissage de la langue française par les enquêtés est fortement lié aux représentations de la modernité, du développement et du progrès. Tandis que l'affectivité ou la sympathie semble être le dernier critère directeur de ce choix. Nous signalons donc ici la présence de représentations conflictuelles qui oscillent entre des sentiments de rejet concernant la langue du colonisateur et des sentiments d'attraction et d'admiration pour la langue de la modernité et du développement.

Ces représentations sont sujettes aux variations selon le sexe. Nous avons pu dénoter que ce sont plutôt les filles qui sont attirées par la France, ce qui coïncide avec l'image de la France de la mode, des parfums, du maquillage, mais aussi de l'amour et du romantisme. Ceci pourrait expliquer en partie la connotation féminine dont jouit la langue française. Les filles ont donc des attitudes plus positives à l'égard du français car pour elle le français est aussi la langue symbolisant la liberté et l'épanouissement, ce qui explique d'ailleurs l'afflux des filles vers l'apprentissage de cette langue.

Bibliographie

- Alén Garabato, M-C., Auger, N., Gardies, P., & Kotul, E. 2003. *Les représentations interculturelles en didactique des langues et des cultures : Enquêtes et analyses*. Paris : L'Harmattan.
- Amossy, R. & Herschberg, P. 1997. *Stéréotypes et clichés : langue discours société*. Paris : Nathan.
- Boyer, H. 2003. *De l'autre côté du discours : Recherches sur les représentations communautaires*. Paris : L'harmattan.
- Boyer, H. 1998. « L'imaginaire ethnocosioculturel collectif et ses représentations partagées : un essai de modélisation ». *Travaux de didactique du FLE*. n° 39.
- Couchard, F. 1999. *La psychologie clinique interculturelle*. Coll. Les topos. Paris : Dunod.
- Dabène, L. 1994. *Repères sociolinguistiques pour l'enseignement des langues*. Paris : Hachette.
- Dabène, L. 1997. « L'image des langues et leur apprentissage ». In Matthey, M. (dir.). *Les langues et leurs images*. Neuchâtel, IRDP. Pp. 19-23.
- Moore, D. 2001. *Les représentations des langues et de leur apprentissage. Références, modèles, données et méthodes*. Paris : Collection CREDIF-Essais, Didier.
- Yaghello, M. 1988. *Catalogue des idées reçues sur la langue*. Paris : Seuil.
- Zarate, G. 1993. *Représentations de l'étranger et didactique des langues*. Paris : Didier Collection.