

Des représentations de la France à leur utilisation dans la classe de langue

Xie Yong

Université des Études étrangères du Guangdong



Synergies Chine n° 3 - 2008 pp. 169-178

Basé sur le résultat d'une enquête qualitative dans le cadre de notre thèse, cet article s'interroge sur les représentations à l'œuvre dans six groupes de Chinois à l'égard de la France et des Français. Il identifie les facteurs qui interviennent dans la construction de ces représentations et démontre l'implication et la fonctionnalité des représentations dans l'enseignement/l'apprentissage du français en Chine. L'article accorde une attention particulière aux représentations communes de ces Chinois sur l'exotisme français. Il montre qu'elles appartiennent au noyau central de leurs représentations. Étant cohérentes, consensuelles, historiquement marquées et peu évolutives, elles se construisent dans la confrontation des réalités sociales chinoises et françaises, et elles renvoient implicitement, par effet de miroir, au système de valeurs des Chinois.

Le présent article est basé sur une partie du travail réalisé dans le cadre de notre thèse intitulée *Représentations de la France et des Français, trajectoires et construction d'une compétence interculturelle en contexte sino-français*, conduite sous la direction de Mme. Geneviève Zarate, à l'Université Paris III¹. Cette étude vise à repérer et à analyser les représentations à l'œuvre de six groupes de Chinois à l'égard de la France, en privilégiant l'entretien semi-directif et l'entretien compréhensif² comme recueil de données et en croisant les expériences de ces Chinois diversifiés en sexe, âge, origine géographique, statut socioprofessionnel et trajectoire. Ces interviewés ont tous plus ou moins de contacts avec la France, et la plupart d'entre eux ont appris le français à l'université chinoise et ont eu une expérience de mobilité en France.

Cette étude permet de mettre en lumière la complexité des représentations, laquelle tient notamment à « l'aspect à la fois collectif et partagé, et individuel et hétérogène »³. Le repérage d'autant de convergences et de divergences se rapportant à un même objet qu'est la France, témoigne justement de cet aspect complexe des représentations.

La convergence de certaines représentations chez nos enquêtés est un aspect qui a attiré particulièrement notre attention. La forte occurrence du *romantisme français*, qui émerge dans les propos de tous nos interviewés, qu'ils soient

étudiants de français, professionnels en séjour en France, immigrants ayant vécu longtemps à Paris, nous a encore une fois impressionnée, même s'il s'agit d'une banalité. Cet article vise justement à montrer comment ces représentations se construisent dans la confrontation de deux réalités sociales et de deux systèmes de valeurs lointains, si et comment celles-ci évoluent, quels sont leurs intérêts didactiques dans l'enseignement/l'apprentissage du français langue étrangère.

1. Représentations sur l'exotisme français modulées par le contexte social et prédéterminées par la culture chinoise

Les représentations généralement partagées par nos enquêtés touchent une multitude de domaines : le pays, le peuple, l'art, la culture, la langue, les monuments, l'environnement, la gastronomie, la mode, la décoration, la société, la famille, la sociabilité. Nous avons repéré certaines représentations communes, positives mais stéréotypées, relatives à l'exotisme français et s'articulant autour du leitmotiv qu'est le « romantisme ». Ces représentations s'appliquent aussi bien au pays, au peuple qu'à la langue, dans leur ensemble, et sont ponctuées de « *Tour Eiffel* », « *Musée du Louvre* », « *café* », « *vin* », « *parfum* », « *mode* », « *loisirs* », « *goût* », « *galant* », « *sociable* », « *liberté* », « *langue douce* » etc., et il semble que ces trois types d'images qui agissent les unes sur les autres s'orientent souvent dans un même sens : *la France romantique abrite les Français romantiques parlant une langue romantique*. Cette trinité, avec toutes les dimensions susmentionnées, offre une image généralement positive et valorisante, même si les contacts directs avec les natifs et les expériences personnelles du séjour en France arrivent à les varier et à les nuancer.

Ces représentations positives auraient pu motiver en partie leur apprentissage du français comme spécialité à l'université chinoise ou leur choix de la France en tant que pays destinataire pour la poursuite de leurs études, puisque les représentations, possédant les fonctions d'orientation et de justification permettent de guider les comportements et de justifier les prises de positions⁴.

Pour expliquer ces représentations des acteurs chinois, il faut d'abord rappeler l'influence considérable que l'environnement et la société exercent sur une activité représentative. Le lien entre l'objet et le sujet est intrinsèque au lien social et il doit être interprété dans ce cadre⁵. En effet l'individu ne vit pas dans un espace isolé, mais en situation d'interaction avec la société qui l'entoure. Ses représentations d'un objet, d'une personne ou d'un pays ne sont donc guère cognitives, mais surtout sociales et marquées par des facteurs sociaux, historiques et culturels. Etant un sujet social, le sujet fait intervenir, dans l'élaboration des idées, les valeurs, les modèles qu'il tient de son groupe d'appartenance ou des idéologies véhiculées dans la société. C'est en ce sens que la problématique de la représentation se situe plutôt au niveau social et culturel, comme l'indique Jodelet : « La particularité de l'étude des représentations sociales est d'intégrer dans l'analyse de ces processus l'appartenance et la participation sociale ou culturelle du sujet. C'est ce qui la distingue d'une perspective purement cognitive ou clinique »⁶.

En termes de socialité, les représentations positives de nos enquêtés sur

l'exotisme français sont modulées par le contexte social chinois : l'école, les lieux de travail, les médias, les albums sur Paris, les dires de l'entourage ou les gens de retour du voyage en Europe, les enjeux politiques et diplomatiques, les échanges bilatéraux sino-français, etc. Il semble que les enjeux politiques et diplomatiques, ainsi que les échanges bilatéraux, exercent une influence majeure sur les opinions et les attitudes des Chinois à l'égard de la France. Les relations sino-françaises assez bonnes depuis l'établissement des relations diplomatiques entre les deux pays en 1964, et notamment l'accroissement actuel des échanges sino-français tous azimuts, ont favorisé une francophilie générale chez les Chinois. En outre, comme la plupart de nos enquêtés sont des intellectuels - étudiants, enseignants, cadres, cols blancs -, que traditionnellement les intellectuels chinois ont tendance à s'identifier à la pensée dominante liée au gouvernement⁷, et qu'en plus leur inscription socioprofessionnelle est en rapport avec la France⁸, ils adoptent naturellement une attitude « profrançaise ».

D'autre part, nous constatons que les représentations chinoises sur l'exotisme français sont prédéterminées par la culture chinoise. Abric pose qu'« il n'existe pas a priori de réalité objective, mais que toute réalité est représentée, c'est-à-dire appropriée par l'individu ou le groupe, reconstruite dans son système cognitif, intégrée dans son système de valeurs dépendant de son histoire et du contexte social et idéologique qui l'environne »⁹. Ainsi, la représentation restructure la réalité en élaborant une identité sociale et personnelle compatible avec des systèmes de normes et de valeurs socialement et historiquement déterminées. Les représentations de nos enquêtés sont au fond des constantes et proviennent des stéréotypes vulgarisés toujours en circulation chez les Chinois. Dans le cas de nos interviewés, qu'ils soient originaires de la Chine continentale ou de l'Asie du Sud-Est, qu'ils aient déjà été en France ou non, ils adoptent en général ces représentations influencées par leurs « cribles culturels », qui renvoient implicitement à leurs schèmes de pensées préexistants ou au moins partiellement prédéterminés, à l'aide desquels chacun filtre la réalité ambiante¹⁰. Surtout, en menant une comparaison entre les représentations des cinq groupes (27 enquêtés) actuellement résidant en Chine ou séjournant en France, mais étant tous d'origine de la Chine continentale, et celles d'un seul groupe (4 interviewés) venant d'Asie du Sud-Est (Laos, Vietnam, Cambodge), nous pouvons à juste titre remarquer ce phénomène d'influence des « cribles culturels » : l'une des similitudes de ces Chinois différents en origine géographique et en nationalité, et vivant dans des sociétés différentes, est la langue et la culture chinoises qu'ils possèdent en commun. Quand ils évoquent la France, des termes désignant l'exotisme français reviennent régulièrement, tels que « *le romantisme* », « *la tour Eiffel* », « *le café* », « *la mode* », « *le vin* », « *la qualité de vie* », « *les loisirs* », « *la grâce* », « *la liberté* », etc., car il s'agit des symboles ou des traits saillants de la culture française, éloignés de la culture « savante » ou « courante » chinoise, et cette distance produit l'effet de la beauté et de l'attraction pour les Chinois : on dit souvent en Chine « la distance crée la beauté » (距离产生美: ju li chan sheng mei). Ce sont donc cet aspect exotique et fascinant de la culture française pour les Chinois et cette impression déjà introduite dans le système de valeurs chinois qui caractérisent ces représentations partagées par nos enquêtés. Elles résultent davantage d'un

processus de reproduction des représentations culturelles que d'un processus de production des représentations cognitives.

2. Une représentation peut-elle évoluer ?

Notre enquête justifie encore une fois la force des représentations communes concernant ces valeurs exotiques françaises : elles semblent se situer dans l'une des zones les plus résistantes des représentations et faire partie de leur système de noyau central, élément fondateur de la signification des représentations, assez figées et stables, par rapport aux éléments périphériques qui constituent au contraire l'aspect mouvant et évolutif des représentations. Comme l'indique Abric : « Le système central (des représentations) est stable, cohérent, consensuel et historiquement marqué »¹¹, tandis que « le système périphérique est flexible, adaptatif et relativement hétérogène quant à son contenu »¹². Un extrait d'entretien portant sur le charme exotique français vient soutenir cette affirmation. Il s'agit d'un propos tenu par un cadre chinois expatrié vivant et travaillant à Paris depuis 1987, soit depuis 13 ans quand nous l'avons interrogé en 2000. Sa longue expérience de séjour en France ne l'a pourtant pas rendu un peu impassible à cet aspect exotique français, mais lui a permis de concrétiser et même de renforcer cette image. Il décrit d'une façon détaillée cette « *belle mosaïque petite mais complète* » en citant Paris avec ses monuments, ses rues et ses banlieues ; en citant la France avec ses provinces, ses villages, ses champs, les mers qui la baignent, les montagnes enneigées, son climat favorable, etc. Ce « *charme* » de la France incarné sous deux aspects que sont le patrimoine culturel (« *la beauté classique* ») et l'environnement naturel (« *des conditions naturelles très favorables* »), est une constance chez différents enquêtés qui sont ou ont été en France, qu'il s'agisse de séjours de courte durée (voyage, mission, stage professionnel...) ou de longs séjours d'au moins un an (études, mission diplomatique, immigration...). Dans ces cas variés, le temps et le vécu ne semblent pas avoir beaucoup travaillé pour faire évoluer ces représentations communes, positives mais stéréotypées, sur l'exotisme.

Ensuite, on pourrait avoir une meilleure connaissance du phénomène en confrontant la réalité française avec la réalité chinoise, puisque les représentations sont plutôt révélatrices du groupe catégorisant que du groupe catégorisé : les catégorisations chinoises renvoient notamment aux valeurs et normes ancrées dans les habitus des Chinois. Ce sont des références culturelles qui existent au plus profond des Chinois, qui leur ont été léguées comme un héritage irréfléchi, allant de soi, de toute évidence. En reprenant le « romantisme français », on est curieux de savoir pourquoi il capte tant l'attention des enquêtés chinois et reste un sujet intarissable. Au fond, cela tient au fait que le romantisme français dans son acception positive évoque *la jouissance, le confort, les loisirs et la liberté*, qui fascinent les interviewés chinois et qui suscitent même leur envie, puisque ces éléments sont opposés aux valeurs traditionnelles chinoises, dérivant du confucianisme et dépendant du contexte socio-historique chinois : *l'endurance, la vie simple, la diligence, la maîtrise de soi, l'identification communautaire*. En somme, ces représentations stéréotypées de la France sont partagées socialement et culturellement par les Chinois et possèdent une identité propre, elles font partie du système du noyau central et résistent bien

au changement et au temps, étant si profondément enracinées dans l'histoire et dans les habitus. En ce sens, l'évolution des représentations de cette sphère du noyau central est une entreprise à la fois difficile et complexe.

D'après notre enquête, si certains interviewés arrivent à intégrer des nouveautés au cours de leurs contacts avec des Français, ces nouveautés restent sans doute instables et peuvent encore être gérées par les schémas périphériques, sans atteindre le noyau central, et n'ont donc pas pour effet une transformation radicale de l'ensemble de leurs représentations de la France. La ténacité de l'image du romantisme en est un témoignage : une interviewée, une immigrée chinoise venue du Laos à Paris depuis 1977, a épousé un Français et a pu un peu relativiser l'image du romantisme français avec le temps, grâce à des contacts quotidiens, familiaux et professionnels. Néanmoins ce changement reste encore dans ses schémas périphériques sans être arrivé jusqu'au noyau central. Elle trouve toujours que « *les Français sont plus jouisseurs et ont moins de contraintes que les Asiatiques* » : ils s'amusent plus souvent dehors (en fréquentant le cinéma et les soirées dansantes), s'occupent moins du ménage (même s'agissant des femmes) et se soucient moins des autres (y compris de leurs parents). Aux yeux de cette immigrée chinoise, ces comportements « *désinvoltés* » font aussi partie du romantisme français et sont difficiles à changer, car « *c'est dans leur nature* ». Ainsi, nous constatons que ses représentations n'ont pas radicalement changé, car elle recourt de façon privilégiée aux critères chinois pour juger les comportements des Français. Son cas témoigne de nouveau de l'influence majeure de la culture maternelle, qui empêche souvent l'ancrage définitif de nouveautés dans le noyau central des représentations pour réaliser leurs évolutions radicales.

En outre, si ces représentations stéréotypées concernant l'exotisme et le romantisme sont si résistantes, c'est qu'elles font partie de la réalité, elles n'existent pas sans fondement, bien qu'elles impliquent une vision partielle. Même si cette vision est simplificatrice, elle est pourtant une part de la réalité qu'elle réduit. Par exemple, qui donc d'entre les étrangers, s'agissant de la France, ne subit pas la fascination de Paris, des Châteaux de la Loire, du vin et du parfum ? Comme ces représentations stéréotypées sont indéracinables et s'inscrivent bien dans la réalité française, il est peu intéressant de se demander si elles sont vraies ou fausses puisqu'il s'agit précisément des représentations. L'important est de reconnaître leur fonctionnalité et de les utiliser dans la classe de langue. « Les stéréotypes sont donc à la fois nécessaires et insuffisants pour comprendre une culture. Celle-ci est si vivante, et, en tant que telle, se nourrit de stéréotypes, sur elle-même et sur les autres. (...) L'enseignement de la civilisation doit leur donner toute leur place¹³. »

Comment mieux valoriser les représentations dans la classe de langue

Si en France, à l'étranger, la notion de représentation intéresse particulièrement les différents acteurs de l'éducation, y compris ceux de la didactique des langues et des cultures, elle n'est pas encore prise en compte en milieu universitaire chinois. Par ailleurs, l'enseignement du français en Chine présente des lacunes non négligeables, comme la faible valeur informative des manuels,

la coupure entre le contenu d'enseignement et la réalité française, ce qui renforce également des stéréotypes. C'est pourquoi nous proposons d'intégrer désormais la notion centrale de représentation dans l'enseignement du français en Chine, pour aider les apprenants à mieux comprendre l'altérité et à acquérir une compétence interculturelle au-delà des stéréotypes.

A cet effet, il est primordial pour les acteurs de l'enseignement/l'apprentissage du français, enseignants comme étudiants, de prendre conscience de l'influence et de la fonctionnalité des représentations, et de les mettre à profit dans la classe de langue.

Les représentations, en particulier celles concernant l'exotisme français, attirent les étudiants chinois de français et peuvent être un outil intéressant pour la sensibilisation et la réalisation des objectifs de l'enseignement. On peut adopter une didactique réflexive, consistant à ressusciter un « étonnement », à relire la relation au réel « autrement que sous l'angle de la familiarité »¹⁴. Quant à l'application, on peut d'abord profiter des stéréotypes, par exemple celui de *romantisme*, comme aiguillon motivationnel et comme point de départ de l'apprentissage, en recourant aux images, aux supports multimédia, à Internet. Le diagnostic viendra ensuite pour confronter ces représentations de la France avec la réalité française, en vue d'en évaluer l'écart. Cette « démarche réflexive »¹⁵, préconisée par Zarate, « se donne pour objet de donner à entendre comment ces représentations stéréotypées ont été construites, à travers quelles expériences elles ont été intériorisées : cette étape implique à la fois un retour individuel sur des expériences personnelles et une réflexion collective sur les mécanismes d'imposition des représentations dominantes »¹⁶.

Bref, la démarche réflexive vise au repérage des effets de la stéréotypie et à l'analyse de son fonctionnement. Elle peut ouvrir l'esprit aux apprenants et faire évoluer leur vision d'eux-mêmes et des autres. Elle peut amener les apprenants à comprendre que les représentations préconçues des autres renvoient plus à leur propre culture qu'à celle des autres, afin de montrer comment « la notion de représentation problématise la relation entre l'élève et la culture étrangère enseignée, entre l'élève et son identité »¹⁷. A titre d'exemple, l'admiration de nos interviewés suscitée par « *la beauté classique* » de l'architecture française est d'abord une confrontation avec la réalité chinoise et agit comme une projection. Les immeubles peu élevés et l'harmonie du style architectural en France leur évoquent le « *romantisme français* », qui est absent dans la réalité chinoise, comme le révèle le propos d'une interprète aéronautique : « ... *Les édifices français sont si harmonieux. Bien que ce ne soit pas très neuf, le style est harmonieux et unifié : la hauteur des maisons est imposée, la couleur est souvent jaune claire. A Paris, vous ne trouvez pas des maisons tantôt hautes, tantôt basses, dans une sorte de désordre, comme à Canton*¹⁸... ». D'autre part, cette admiration des Chinois est liée aux références temporelles. Les monuments historiques et « *les maisons vieilles de cent ans qu'on trouve facilement en France* », incarnant la profondeur historique et la nostalgie du passé, ont frappé nos enquêtés, qui regrettent en même temps que certains compatriotes chinois n'aient pas encore la conscience de sauvegarder les anciens édifices et les vieux quartiers, auxquels ils préfèrent « *les hauts bâtiments les plus modernes,*

les plus neufs, aux grands vitrages ». Cette vision de la temporalité est au fond culturelle et en même temps, elle pourrait renseigner sur le désir des Chinois d'améliorer au plus vite leur vie matérielle et sur leur recherche de tout ce qui est nouveau et moderne, après avoir vécu une longue période de pénurie avant et pendant la Révolution culturelle (1966-1976). Ainsi, nous constatons que les représentations se construisent souvent dans la confrontation de deux cultures différentes, elles reflètent implicitement davantage la réalité de la Chine que celles de la France. L'utilisation des représentations dans la classe de langue doit donc permettre de sensibiliser les apprenants à ces images et de mener un travail en miroir, pour les inciter à prendre conscience de leur propre grille interprétative et à comprendre que reconnaître la culture de l'Autre et la respecter revient à connaître et à reconnaître sa propre culture. « Le discours interculturel induit un questionnement autant sur les autres cultures, sur autrui, que sur sa propre culture. C'est ce processus en miroir qui fonde la problématique interculturelle »¹⁹.

Les enseignants, médiateurs entre deux cultures, française et chinoise, sont les mieux placés pour sensibiliser et inciter les étudiants à aller vers une remise en question de leurs représentations, provenant de l'enseignement universitaire, de l'influence médiatique, des opinions de l'entourage et des enjeux géopolitiques. Ensuite, compte tenu des critiques des enquêtés sur la faible valeur informative des manuels et sur la coupure entre le contenu d'enseignement et la réalité française, qui tendent à renforcer les stéréotypes, il est désormais indispensable d'enrichir et d'approfondir la dimension culturelle de l'enseignement du français en Chine, tout en renouvelant continuellement les supports pédagogiques, afin de diversifier les connaissances culturelles des apprenants, et de les aider à déconstruire l'image positive mais globalisante de la culture française, et à reconstruire des représentations plus complexes et donc plus proches d'une France aux multiples facettes. Ainsi, les étudiants pourront se repérer et mieux orienter leurs dispositions et leurs comportements. Le travail de sensibilisation aux représentations s'avère particulièrement important pour les étudiants qui auraient un projet de mobilité. Nous proposons de créer une « didactique de la mobilité »²⁰ en leur organisant des stages de formation qui intégreront la pluralité et la complexité de la culture française, pour leur éviter un choc culturel et mieux rentabiliser leur parcours plurilingue et pluriculturel.

Conclusion

De ce travail sur les représentations que nos interviewés chinois se font de la France, nous avons tiré quatre constats :

Premièrement, les représentations ne sont pas des activités purement cognitives, elles sont aussi sociales et modulées par le contexte de l'objet et du sujet. Etant en interaction avec le monde qui l'entoure, le sujet social réagit par rapport à un objet en se référant souvent à des valeurs et comportements de son groupe d'appartenance ainsi qu'à sa société.

Deuxièmement, les représentations sont constructives puisqu'elles contribuent à faire exister une réalité. Elles résultent d'abord d'une

confrontation avec les valeurs de celui qui les énonce et agissent comme une projection, renseignant implicitement davantage sur le système de valeurs du groupe catégorisant que sur celui du groupe catégorisé.

Troisièmement, le noyau central de certaines représentations, telle que celles sur l'exotisme français, peuvent faire largement appel à des stéréotypes, sorte de représentations réductrices et très résistantes, prédéterminées par le milieu socioculturel et considérées à la fois comme nécessaires et insuffisantes pour comprendre une culture étrangère.

Quatrièmement, il faut désormais intégrer la notion centrale de représentation dans l'enseignement/l'apprentissage du français en Chine. On doit remettre en cause les représentations stéréotypées et adopter une démarche réflexive, en enrichissant la dimension culturelle de l'enseignement du français, afin d'amener les apprenants à déconstruire les représentations idéalisées et simplificatrices de la France pour les objectiver et relativiser leurs rapports avec la réalité écrite. Ce travail doit permettre aux apprenants de mieux comprendre les autres à travers leur système de références, de redécouvrir leur propre culture et de prendre du recul.

Bref, la représentation doit être d'une bonne efficacité opératoire pour concevoir ou adapter des outils d'enseignement en fonction du contexte géopolitique d'enseignement, pour prendre en compte l'identité sociale et personnelle des apprenants chinois, introduire la pluralité des points de vue, améliorer la qualité descriptive de la culture enseignée et former une compétence interculturelle au-delà du stéréotype et de l'ethnocentrisme.

Notes

¹ Yong Xie (2007), *Représentations de la France et des Français, trajectoires et construction d'une compétence interculturelle en contexte sino-français*, thèse de doctorat, 2 volumes, Didactologie des langues et des cultures, Université Paris III, 657 p.

² Blanchet A. et Gotman A. (1992), *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*, Paris, Nathan/128, et Kaufmann J.-C. (1996), *L'entretien compréhensif*, Paris, Nathan/128.

³ Moore D. (2001), « Les représentations des langues et de leur apprentissage : itinéraire théorique et trajet méthodologique », in Moore D. (coord.) (2001), *Les représentations des langues et de leur apprentissage*, Paris, Didier, p.10.

⁴ Cf. Abric J. C., « Les représentations sociales : aspects théoriques », in Abric J.-C. (dir.) (1994), *Pratique sociale et représentations*, Paris, PUF, pp. 15-18. Selon Abric, nous pouvons distinguer quatre fonctions dans les représentations sociales : fonction de savoir qui permet de comprendre et d'expliquer la réalité ; fonction identitaire qui définit l'identité en permettant de sauvegarder la spécificité des groupes ; fonction d'orientation qui guide les comportements et les pratiques ; et fonction justificatrice qui permet a priori de justifier les prises de position et les comportements.

⁵ Cf. Moscovici S. « Préface », in Herzlich C. (1969), *Santé et maladie. Analyse d'une représentation sociale*, Paris, Mouton, p.9.

⁶ Jodelet D. (1989), « Représentations sociales : un domaine en expansion », in Jodelet D. (dir.) (1989), *Les représentations sociales*, Paris, PUF, p.43.

⁷ Cf. Wen Congyi (2006), « Le caractère national des Chinois à travers leurs valeurs », in Li Yiyuan & Yang Guoshu *Les caractéristiques des Chinois*, Jiangsu (Chine), Editions de l'Education du Jiansu, p.42. Selon Wen Congyi, la société traditionnelle chinoise se divise en quatre couches sociales,

intellectuel, paysan, ouvrier et commerçant, dont les valeurs et les caractères sont différents. Strictement parlant, les valeurs et les concepts des intellectuels se rapprochent de ceux de la classe dominante.

⁸ Il s'agit d'enseignants de français, de cadres des milieux diplomatiques ou du commerce extérieur, d'employés travaillant dans des entreprises ou des organismes implantés en Chine, d'étudiants ou stagiaires en études à Paris.

⁹ Abric J. C., « Les représentations sociales : aspects théoriques », in Abric J.-C. (dir.) (1994), *ibid.*, pp.12-13.

¹⁰ Cf. Oesch-Serra C. (1995), « L'évolution des représentations », in Ludi G. & Py B. (éd.) *Changement de langage et langage du changement. Aspects linguistiques de la migration interne en Suisse*, Centre de linguistique appliqué, Université de Neuchâtel, Lausanne, L'Age d'Homme, p.161.

¹¹ Abric J.-C. (1994), « Les représentations sociales : aspects théoriques », in Guimelli C. (dir.) (1994), *Structures et transformations des représentations sociales*, Neuchâtel et Paris, Delachaux et Niesté, p.79.

¹² Abric J.-C. (1994), *ibid.*, p.81.

¹³ Porcher L. (1995), *Le français langue étrangère. Emergence et enseignement d'une discipline*, Paris, HACHETTE Education, p.65.

¹⁴ Zarate G. (1995), *Représentations de l'étranger et didactique des langues*, Paris, Didier, p.124.

¹⁵ Zarate G. (1995), *ibid.*, p.79.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Zarate G. (1995), *ibid.*, p.36.

¹⁸ Canton (Guangzhou), port de la Chine du Sud et capitale de la province de Guangdong, est le foyer de l'expansion économique chinoise depuis 1978 et une des villes les plus dynamiques et développées de la Chine.

¹⁹ Abdallah-Pretceille M. (2004), *L'éducation interculturelle*, PUF, coll. « Que sais-je ? », p.28.

²⁰ Cf. Murhy-Lejeune E. & Zarate G. (2003), « L'acteur social pluriculturel : évolution politique, positions didactiques », in *Le français dans le monde. Vers une compétence plurilingue*, juillet, pp.32-46. D'après les auteurs, « la mobilité n'est pas donnée à tous, elle doit s'apprendre » (p.36).

Bibliographie

Abdallah-Pretceille M. (2004), *L'éducation interculturelle*, PUF, coll. « Que sais-je ? ».

Abric J.-C. (dir.) (1994), *Pratique sociale et représentations*, Paris, PUF.

Abric J.-C. (1994), « Les représentations sociales : aspects théoriques », in Guimelli C. (dir.) (1994), *Structures et transformations des représentations sociales*, Neuchâtel et Paris, Delachaux et Niesté.

Blanchet A. et Gotman A. (1992), *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*, Paris, Nathan/128.

Jodelet D. (1989), « Représentations sociales : un domaine en expansion », in Jodelet D. (dir.) (1989), *Les représentations sociales*, Paris, PUF.

Kaufmann J.-C. (1996), *L'entretien compréhensif*, Paris, Nathan/128.

Moore D. (2001), « Les représentations des langues et de leur apprentissage : itinéraire théorique et trajet méthodologique », in Moore D. (cood.) (2001), *Les représentations des langues et de leur apprentissage*, Paris, Didier.

Murhy-Lejeune E. & Zarate G. (2003), « L'acteur social pluriculturel : évolution politique, positions didactiques », in *Le français dans le monde. Vers une compétence plurilingue*, juillet, pp.32-46.

Porcher L. (1995), *Le français langue étrangère. Emergence et enseignement d'une discipline*, Paris, HACHETTE Education.

Zarate G. (1995), *Représentations de l'étranger et didactique des langues*, Paris, Didier.

Wen Congyi (2006), « Le caractère national des Chinois à travers leurs valeurs », in Li Yiyuan & Yang Guoshu (2006) *Les caractéristiques des Chinois*, Jiangsu (Chine), Editions de l'Education du Jiansu.