



ISSN 1866-5268

ISSN en ligne 2261-2750

Politique du français et Représentations en Fédération Wallonie-Bruxelles : *L'opération La langue française en fête*

Nathalie Marchal

Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles, Belgique
nathalie.marchal@cfwb.be

Reçu le 27-04-2018 / Évalué le 03-05-2018 / Accepté le 18-06-2018

Résumé

La Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB) mène depuis 23 ans un travail soutenu de sensibilisation des publics portant sur notre rapport à la langue. Il vise à déconstruire certaines représentations tenaces sur le français et sur nos propres compétences linguistiques qui font obstacle à son appropriation véritable. L'usager, sa promotion sociale et son épanouissement personnel sont au cœur de cette réflexion. Ce travail se concrétise principalement dans l'opération annuelle « La langue française en fête » menée en étroite collaboration avec les Organismes de gestion linguistique de l'OPALE (France, Suisse romande, Québec, FWB et Organisation Internationale de la francophonie). Cet article vise à préciser les objectifs de cette campagne en la replaçant dans la politique linguistique générale de la FWB, et présente une évaluation de cette opération et de la coopération francophone développée dans ce cadre.

Mots-clés : la langue française en fête, semaine de la langue française, OPALE, politique linguistique, fédération Wallonie-Bruxelles

Politik des Französischen und Repräsentation der Föderation Wallonie-Brüssel: *Die Veranstaltung La langue française en fête*

Zusammenfassung

Die Föderation Wallonie-Brüssel (FWB) arbeitet seit 23 Jahren durchgehend an der Sensibilisierung der Öffentlichkeit für unsere Beziehung zur Sprache. Ihr Ziel ist es, gewisse hartnäckige Einstellungen über das Französische und unsere eigenen sprachlichen Kompetenzen abzubauen, da diese oft ein Hindernis bei der vollständigen Aneignung von Französisch darstellen. Der Sprecher, sein sozialer Aufstieg und seine persönliche Entfaltung bilden das Zentrum dieser Reflexionen. Diese Arbeit befasst sich eingehend mit der jährlichen Veranstaltung „La langue française en fête“, die in enger Zusammenarbeit mit den Sprachverwaltungsorganen der OPALE durchgeführt wird (Frankreich, französische Schweiz, Quebec, FWB und die Internationale Organisation der Frankophonie). Dieser Artikel soll die Ziele dieser Veranstaltung im Rahmen der allgemeinen Sprachpolitik der FWB genauer beschreiben und zeigt ihre Auswertung sowie die Auswertung der Zusammenarbeit frankophoner Länder in diesem Zusammenhang.

Schlüsselwörter: La langue française en fête, Woche der französischen Sprache, opale, Sprachpolitik, Föderation Wallonie-Brüssel

Policies for French language and Representations in the Wallonia-Brussels Federation: Operation *La langue française en fête*

Abstract

For over 23 years now, the Wallonia-Brussels Federation has been working towards sensitising citizens on our relation to language. It looks forward to breaking the firm representations on French and on our own linguistic skills that jeopardise an effective appropriation of the language. The citizen's social promotion, and self-fulfilment is the core of this work. This work falls within the scope of the yearly operation of « *La langue française en fête* », carried out in firm collaboration with OPALE language management bodies (France, Swiss, Quebec, Wallonia-Brussels Federation, and the International Organization of Francophonie). This article looks forward to highlighting the objectives of this campaign, by placing it in the general linguistic policy of the Wallonia-Brussels Federation. Moreover, it also presents an assessment of this operation and of the French-speaking countries cooperation related to it.

Keywords: Celebrating the French-language, french-language week, opale, language policy, wallonia-brussels federation

1. Le cadre de la politique linguistique de la Fédération Wallonie-Bruxelles

1.1. Limites de la dichotomie *Corpus/statut*

Pour décrire la politique linguistique, le linguiste allemand Heinz Kloss proposait en 1969 d'opposer deux concepts : le *status language planning* et le *corpus language planning*. Cette dichotomie que l'on traduira par *aménagement du corpus/aménagement du statut* reste encore très largement utilisée aujourd'hui. On la retrouve notamment dans la Constitution belge¹.

Elle comporte cependant certaines limites et son usage doit rester prudent.

En effet, la dissociation de ces deux politiques donne une approche notionnelle et générique, mais les deux concepts sont loin d'être étanches et transparents pour décrire la politique linguistique. Car toute politique de corpus vise toujours un renforcement de l'emploi et du statut de la langue. C'est, par exemple, le cas de la féminisation des noms de métier ou des activités terminologiques, qui veillent à moderniser la langue, à l'adapter aux réalités contemporaines et aux besoins des usagers, afin de mieux renforcer, in fine, le statut et l'emploi de la langue.

Par ailleurs, les sociolinguistes ne sont pas toujours d'accord avec cette description. L. Varela, par exemple, complète la dichotomie Klossienne *corpus/statut* d'un troisième axe de *politique d'acquisition du français* (Varela, 2008 : 42).

J. Maurais estime, quant à lui, que la politique d'acquisition de la langue se situe à l'intersection de l'aménagement du statut et du corpus, et touche les deux aspects à la fois (Maurais, 2009).

En conclusion, l'opposition *aménagement* du *corpus/aménagement du statut* semble insuffisante aux yeux de certains pour décrire une politique. Par ailleurs, les deux notions sont poreuses et leur contour imprécis.

1.2. Les *fonctions* de la langue

Il convient cependant de rappeler une troisième notion corrélée à celle du *statut*, rarement évoquée dans le cadre d'une politique linguistique, mais nécessaire pour comprendre l'action de la Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB).

Le *corpus* peut se définir comme l'*inventaire des règles et formes constituant un système linguistique et permettant son fonctionnement comme système sémiotique* (De Robillard, 1997 : 102). Bien que plus difficile à définir, le *statut* doit être compris comme un *positionnement, un classement dans une hiérarchie par rapport à d'autres langues*², et peut être *de jure* ou *de facto*. Mais en sociolinguistique, corrélée à la notion de *statut*, on distingue également la notion de *fonction*. Purement descriptive, celle-ci vise le rôle de la langue. Il s'agit, par exemple, de la fonction ludique, émotionnelle, religieuse, communicative de la langue. Par exemple, dans nombre de communautés, le statut de *facto* de « variété haute » d'une langue, assure la *fonction* de langue de la culture et des relations formelles, tandis que sa « variété basse » assure la *fonction* de langue courante, commune, de la vie quotidienne. J. Maurais précise que *l'aménagement du statut des langues porte sur une ou sur plusieurs de ces fonctions*. (Maurais, 2009).

Par conséquent, quand on parle d'*aménagement du statut*, on distingue deux notions étroitement corrélées : l'une étant plus prescriptive, le *statut* de la langue proprement dit, l'autre plus descriptive, la *fonction* de la langue.

1.3. L'*usager* et son *appropriation* de la langue

Mais quand elle est utilisée pour décrire la politique linguistique de la FWB, la dichotomie *corpus/statut* présente un manquement encore plus fondamental : elle masque l'enjeu majeur de cette politique. En effet, en posant la langue comme le seul objet des préoccupations politiques, elle la désincarne et la fige, tant à travers son intégrité, son *corpus*, qu'à travers son positionnement, son *statut* (en parlant de *figer*, de la même étymologie, on retrouve *statue, statu quo, agent statutaire*

c'est-à-dire indéboulonnable). Décrite comme telle, il s'agit donc d'une approche qui peut être comprise comme faisant fi des usages, et ne laissant pas apparaître l'enjeu central de cette politique : le *locuteur*.

Pire, continuer à décrire notre politique de la langue sous l'angle de son *intégrité* et de son *statut* tend même à « renforcer » une vision que la FWB s'attelle à combattre : celle d'une langue sanctuaire, d'une langue musée, voire d'une langue qui préexisterait aux usages (vision essentialiste). Nous y reviendrons plus loin.

En bref, la véritable préoccupation des services publics ne doit être ni l'intégrité de la langue, ni son statut, mais *l'utilisateur, le francophone : comment il accède à cette langue, s'y sent, s'y développe et s'y épanouit ? Quels sont ses besoins linguistiques (qui peuvent être autres que ceux du français !)? C'est pourquoi l'appropriation* du français par le plus grand nombre tient une place centrale dans le dispositif politique de la Fédération Wallonie-Bruxelles et débouche sur de nombreuses actions.

Dans la typologie des actions que la FWB met en place, notons que le souci d'une bonne *appropriation* est également complété par des *actions relatives aux enjeux démocratiques, d'égalité et d'inclusion sociale en faveur du citoyen et qui impliquent la langue*. En effet, la langue est un enjeu transversal par excellence -elle est partout-, mais les besoins des usagers sont rarement au premier chef linguistiques³.

Enfin, mettant l'utilisateur au centre des préoccupations, cette politique est également complétée par *des actions relatives au droit du francophone à être servi dans sa langue*⁴.

1.4. Les *représentations* et leur rôle

L'objectif politique d'*appropriation* de la langue par le plus grand nombre convoque en réalité plusieurs niveaux d'intervention : l'*appropriabilité* du système linguistique lui-même (Sa grammaire est-elle accessible ? Sa graphie est-elle suffisamment cohérente ? ...), les *méthodes pour l'enseigner*, mais également les aspects symboliques, c'est-à-dire les *images* relatives à la langue ou à nos propres compétences linguistiques. Selon de nombreux sociolinguistes, en français tout particulièrement, certaines images tenaces constituent de sérieux freins à l'*appropriation* de la langue.

En effet, comme c'est le cas pour toutes les langues, des images circulent autour de ces langues et de leurs locuteurs. Elles sont aussi appelées « représentations », « idées reçues », « valeurs accordées par les locuteurs à la langue », ou « mythes » de la langue. Les représentations sont imaginaires et liées à une idéologie, ce qui

ne veut pas dire qu'elles sont nécessairement fausses : elles sont d'un autre ordre.

Par exemple, on attribue souvent à l'anglais la valeur de langue du pragmatisme, du néolibéralisme, des échanges commerciaux. Mais rappelons qu'elle est également la langue de Chomsky, la langue de Joyce, et des auteurs anglo-américains. Le français, quant à lui, est souvent considéré comme la langue de 1789, la langue de la liberté et des droits de l'homme. Mais rappelons qu'il est également la langue de Robert Brasillach, celle de Charles Maurras -ces derniers ayant collaboré avec l'Allemagne nazie-, celle de Céline et de ses pamphlets antisémites.

Selon les contextes et les publics, les représentations peuvent favoriser ou nuire à l'appropriation de la langue. Elles peuvent constituer un attrait ou un frein à son apprentissage et à l'épanouissement de ses locuteurs. Dans le contexte où une (ou plusieurs) représentation dominante est jugée nuisible, il importera donc de mettre en place des campagnes de sensibilisation qui tentent de changer les mentalités. Par exemple, l'italien et le français sont tous deux considérés comme de grandes langues de culture. Cependant, cette représentation est diversement appréciée par les responsables de la politique linguistique : les organisateurs de la *Settimana della lingua italiana nel mondo* estiment que cette image a un impact positif à faire, notamment, valoir, alors que les organisateurs de la *Semaine internationale de la langue française*, estiment, au contraire, devoir minorer cette représentation, et ceci bien qu'ils soient conscients que cette image puisse séduire certains publics. Nous y reviendrons.

2. La langue française en fête, une campagne sur les représentations

Chaque année depuis 1995, la Fédération Wallonie-Bruxelles orchestre une grande campagne de sensibilisation sur la langue sous l'appellation *La langue française en fête*. Loin des anciennes *Quinzaines du bon langage*, cette campagne vise à modifier les *représentations* relatives au français et à nos propres compétences linguistiques. Elle se fonde sur des enquêtes sociolinguistiques menées depuis 30 ans mettant en valeur des représentations qui freineraient l'appropriation du français et l'épanouissement des locuteurs.

2.1. Les représentations en jeu

La langue française en fête minimise trois représentations majeures :

- La première est celle du français comme langue de l'Académie, des grammairiens et des spécialistes. C'est le poids de la norme, le mythe d'une langue inaccessible, très normée, difficile. L'idée que maîtriser le français est une discipline de haut niveau à laquelle peu d'élus accèdent, voire l'idée

que la langue française est un sanctuaire qui préexiste à tous les usages. Une vision essentialiste qui pèse lourd dans l'imaginaire francophone et crée un sentiment de dépossession et d'insécurité.

Ce mythe est le produit de l'histoire de la langue : le français a été codifié assez tôt, dès le XVIème siècle, dans le sens où il a pu s'adosser à des dictionnaires, et son Académie a été créée en 1635.

Cependant, comme toute langue, le français est un instrument, un outil vivant au service de ses usagers. Et ce sont eux qui la façonnent au gré de leurs besoins. Que l'on pense, par exemple, aux mots *Ubérisation*, *Génération boomerang*, ou encore *flexitarien* qui font leur entrée dans les éditions 2018 des dictionnaires Larousse et Robert, ceci est tout naturellement dû à un nombre significatif d'occurrences dans l'usage et à la créativité des locuteurs.

- La deuxième représentation consiste à considérer le français comme la langue de la France. Mais rappelons qu'elle est également la langue des Québécois, des Suisses, des Belges et la langue seconde de nombreux Africains. Cette vision crée un nouveau sentiment d'insécurité linguistique et d'illégitimité des variations chez les non-Français (régionalismes, accents, etc.).

Hors de France, il y a une véritable intériorisation de cette notion, qui trouve son fondement dès le XVème siècle. Cette centralisation de la langue et de la culture française s'explique par la diffusion du français par « rayonnement » et « superposition » dans le cadre des colonies, et non par implantation massive, comme cela a été le cas pour l'anglais, l'espagnol et le portugais dans leurs colonies respectives. Ceci a entraîné des diglossies dans les pays colonisés par les francophones, ce qui a permis à la métropole de conserver un rôle central. Elle était en effet habitée par les seuls locuteurs de français langue maternelle (Klinkenberg, 2008 : 9-13).

- La troisième représentation est celle selon laquelle le français est la langue de la culture, de la pensée, des arts, des lettres, des écrivains, des philosophes. Une langue élitiste et passéiste, en somme. Mais rappelons qu'elle est également une langue utile, pragmatique, efficace, moderne, et dotée d'une valeur économique.

Sans s'attarder sur le fondement historique de ce mythe, soulignons simplement que de nombreux sociolinguistes en font part tels qu'Hagège, Klinkenberg, Maurais, et que ce mythe serait même responsable d'une crise du Français Langue Etrangère dans certains espaces linguistiques⁵.

2.2. Les fonctions de la langue en jeu

Par ailleurs, à côté de la minorisation de certaines représentations du français, *La langue française en fête* s'attache également à valoriser plusieurs fonctions de la langue. En effet, minoriser l'image d'une langue d'esthètes, d'intellectuels, de spécialistes, dans un monde dominé par l'accélération des échanges et de la communication, c'est, en quelque sorte, le combat de l'utile contre l'inutile. C'est donc bien, de manière générale, *les fonctions que la langue remplit, son caractère pragmatique, moderne et fonctionnel, son utilité* - un instrument au service de l'utilisateur-, qui sont mis en exergue.

Par ailleurs, *les fonctions ludiques et émotionnelles* sont également particulièrement valorisées dans cette campagne. Pour mieux s'approprier la langue, il s'agit de raviver un lien affectif que les représentations décrites plus haut peuvent avoir rompu. C'est le lien de l'âge de la préscolarité, du temps où le français n'était pas encore une « matière » d'enseignement. Les fonctions ludiques et émotionnelles contribuent donc à une réappropriation de la langue par tous. Le locuteur est invité par là à se rappeler qu'il est propriétaire, et non locataire de sa langue.

2.3. La campagne en FWB

Pour minoriser les trois représentations précitées, valoriser la fonction pragmatique, ludique et émotionnelle du français, et se le réapproprier, la FWB invite chaque année les citoyens à une vaste campagne de créativité linguistique. En pratique, la semaine de *La langue française en fête* est l'occasion, pour chacun, d'« inventer » sa propre langue, d'exploiter ses ressources expressives sans contraintes, et de les partager avec les autres. Jeux de mots, humour, poésie, plaisir et émotion sont au menu de cette manifestation.

Chaque année, une ville devient le lieu-pivot de la fête dont elle accueille et organise différentes animations. Elle devient la *Ville des mots*. A ce titre, elle déploie les mots dont elle joue dans l'espace public. Elle les détourne et les affiche, les suspend, les expose sur des calicots, des enseignes, des phylactères, dans les vitrines... Elle en sème des parterres de fleurs qui deviennent des mots. Et dans ce décor urbain habillé de mots, la ville anime ses rues, ses places, ses théâtres par des jeux, des spectacles, des concours, des débats qui restituent au citoyen son espace de vie et son espace de parole.

Mons (1996), Huy (1997), Braine-l'Alleud (1998), Dinant (1999), Tournai (2001), Namur (2002) et Watermael-Boitsfort (2003), Habay (2004), Nivelles (2005), Mouscron (2006), Liège (2007), La Louvière (2008), Bruxelles (2009), Marche (2010),

Verviers (2011), Molenbeek (2012), Soignies (2013), Charleroi (2014), Saint Gilles (2015), Péruwelz (2016) Woluwé-Saint-Lambert et Woluwé-Saint-Pierre (2017) et Watermael-Boitsfort (2018) se sont ainsi prêtées au jeu.

La *Ville des mots* illustre l'esprit de *La langue française en fête* en mobilisant toutes les énergies autour d'un projet fédérateur. Le succès de l'opération dépend en effet :

- de la collaboration qui s'instaure entre plusieurs acteurs : centre culturel, bibliothèques, tissu associatif, milieu scolaire,...
- des synergies qui s'établissent entre deux grandes formes d'expression artistique : création langagière et poétique d'une part, création graphique et plastique d'autre part.

2.4. La coopération internationale

Cette semaine encadre traditionnellement le 20 mars, Journée internationale de la francophonie, fêtée dans une cinquantaine de pays dans le monde. Les pays francophones du nord sont tout particulièrement impliqués en organisant, tout comme en FWB, une à trois semaines de festivités concomitantes sous des appellations diverses : *La Francofête* au Québec, *Vivre le français* en Suisse romande et la *Semaine de la langue française et de la francophonie* en France.

Depuis 2009, les Organismes francophones de Politique et d'Aménagement Linguistiques de France, Québec, Suisse romande et FWB (réseau OPALÉ) se sont donné pour mission de choisir en concertation le thème de chaque édition. Dix mots sont ensuite sélectionnés en commun sur ce thème, et proposés au grand public et aux opérateurs culturels et sociaux afin de développer des démarches créatives à travers le monde.

2.5. Evaluation des thématiques internationales

Comme développé dans ce chapitre, les objectifs de la *Semaine* consistent donc à se réapproprier le français en minorisant trois de ses représentations dominantes, et en valorisant dans le même temps les fonctions pragmatique, ludique et émotionnelle du français. Mais comment les thématiques internationales s'articulent-elles à ces objectifs ?

Indépendamment de l'impact sur les représentations, précisons d'abord que les dix mots constituent une matière de plus en plus explicite pour une politique d'*acquisition* de la langue : ils sont une nouvelle ressource d'apprentissage depuis la création et la diffusion, ces dernières années, de différents outils, comme

- le livret des 10 mots présentant définitions et étymologies, et dans lequel dix auteurs francophones, s’emparant d’un des dix mots, signent un court texte,
- les brochures pédagogiques des 10 mots, tant pour le Français Langue Maternelle que pour le Français Langue Etrangère, et les 10 vidéos pédagogiques en ligne.

Pour ce qui concerne l’impact sur les représentations, la démarche concertée de l’OPALE dans le choix du thème commun et des 10 mots, instaurée depuis 2009, invalide déjà l’image d’une langue qui serait l’apanage exclusif de la France, et donne de la légitimité aux variations.

Par ailleurs, le tableau qui suit permet de passer en revue les différents thèmes internationaux de 2009 à 2018 et leur articulation aux objectifs de la campagne.

Thème	Impact (↓Représentation et/ou ↑Fonction)	Slogan	Année
Langue en folies	↓ « Langue de la Culture » (pensée, cartésianisme) + ↑Fonction ludique	Dix mots en folies	2014
Langue de l’avenir	↓ « Langue de la Culture » (passéiste) + ↑ Fonctions (valeur pragmatique, modernité)	Dix mots pour dire demain	2009
Langue en mouvement		Dix mots dans tous les sens	2010
Services rendus par la langue		Dix mots semés au loin	2013
La communication numérique		Dix mots sur la Toile	2017
Langue de l’expression et de l’intime	↓ « Langue des Spécialistes » + ↑Fonction émotionnelle, Communicative	Dix mots qui te racontent	2012
L’oralité et le bonheur de dire		Dix mots sur tous les tons	2018
Solidarités francophones	↑Fonction de langue véhiculaire, partagée	Dix mots qui nous relie	2011
Langues partenaires	↑Répartition fonctionnelle des langues	Dix mots que tu accueilles	2015
Statut	?	Dix mots en langue(s) française(s)	2016

A la lecture de ce tableau, nous observons une bonne articulation aux objectifs à travers les sept éditions suivantes :

- La thématique 2014 de « Langues en folies » impactait l'image de langue de la culture et de la pensée, et valorisait aussi la fonction ludique de la langue.
- Les thématiques 2009, 2010, 2013 et 2017 c'est-à-dire respectivement « Langue de l'avenir », « Langue en mouvement », « Services rendus par la langue », « Communication numérique » impactaient positivement le caractère fonctionnel et instrumental du français, et impactaient négativement la représentation du français, langue de la culture, langue passéiste.
- Les thématiques 2012 et 2018 « Langue de l'expression et l'intime » et « Bonheur de dire » impactaient positivement la fonction émotionnelle et communicative de la langue, et minorisaient la représentation du français, langue de spécialistes.

Les trois éditions suivantes, cependant, s'éloignaient davantage des objectifs :

- Les thématiques 2011 et 2015 impactaient d'autres fonctions : « Solidarités francophones » impactait indirectement la fonction de langue commune, en indiquant un rapport commun au monde à travers la langue, et « Langues partenaires » impactait davantage une répartition fonctionnelle des langues.
- Quant au « statut du français », thème de l'édition 2016, il était tout à fait contraire aux objectifs de cette opération qui promeut une langue vivante, évolutive, riche de sa diversité. Le statut est corrélé, au contraire, à l'unité de la langue. Notons cependant que les dix mots 2016, quant à eux, ont paradoxalement été choisis en désaccord avec le thème du « statut » et en accord avec les objectifs généraux de l'opération : ce sont tous des régionalismes qui soulignent la diversité et la variation.

On note donc une bonne cohérence générale des thématiques par rapport aux objectifs centraux de la campagne.

Cependant, une distanciation par rapport à ceux-ci s'est fait sentir en 2011 et 2015, et une incohérence totale est apparue en 2016. Ces difficultés semblent à présent résolues. Elles étaient principalement le fait d'une volonté du réseau OPALE, mais abandonnée depuis, d'attribuer des thématiques à vocation plus politiques choisies dans le cadre de l'organisation de son colloque annuel, à la *Semaine de la langue française* où elles perdent leur pertinence⁶.

Conclusions

Depuis 23 ans, la FWB a pu développer *La langue française en fête*, « fleuron » de ses actions de sensibilisation sur les représentations du français envié par de nombreuses communautés linguistiques. Son objectif consiste à viser une meilleure appropriation du français par tous en mettant à mal certaines idées reçues sur la langue.

Partant en 1995 d'un concours national encadrant la Journée internationale de la francophonie, cette campagne n'a cessé de se développer et s'améliorer au fil du temps en renforçant

- son ancrage régional proche des citoyens à travers le projet d'action territoriale « Ville des mots » ;
- son ancrage national en développant le *réseau* des anciennes « Villes des mots » qui pérennisent chaque année la campagne sur leur territoire ;
- Son ancrage international avec le réseau OPALE et le choix de thématiques *files rouge* communes pour toute la francophonie.

Cette campagne n'est cependant pas exempte de difficultés. On en relève quelques-unes :

- Les changements de mentalité ne se « décrètent » malheureusement pas. Parmi les messages, celui qui tend à diminuer le poids de la norme semble d'ailleurs toujours passer difficilement⁷.
- Le programme créatif et ludique développé dans toute la FWB n'est pas « lisible » par lui-même, au sens d'un contrepoids face à une vision excessivement puriste et normative. Beaucoup y voient une campagne purement (ré) créative sur la langue proposée par le Ministère de la Culture.
- Dans un contexte socio-économique lié notamment aux questions d'emploi et de migration, la demande sociale a évolué : la dimension ludique et (ré) créative du programme diminue progressivement au profit d'un espace de parole et de revendication, ce dont on se félicite. En d'autres termes, la fonction ludique du français perd peu à peu du terrain au profit de sa fonction émotionnelle et communicative. Ceci nécessite cependant de clarifier l'articulation aux objectifs (quelle articulation à une mise à mal du « poids de la norme », par exemple ?), et surtout la communication vers le public.
- Par ailleurs, le public de Français Langue Etrangère est de plus en plus présent dans les ateliers menés dans cette campagne. Ceci pourrait également nécessiter une nouvelle réflexion. En effet, *l'acquisition* du français constitue la première préoccupation de ce public. Par ailleurs, le

pois de la norme ne semble pas peser de la même manière que dans l'imaginaire des locuteurs de Français Langue Maternelle, et la pertinence des objectifs mériterait d'être interrogée à nouveau.

Ces questions appellent une évaluation approfondie et une nouvelle réflexion pour questionner les fondements de cette campagne, sa cohérence interne et sa communication vers le public. Le Conseil de la langue française et de la politique linguistique doit être associé à cette réflexion. Un groupe de travail devrait se mettre en place prochainement.

Enfin, la question de l'impact de cette campagne nous inspire ce qui suit.

Pour changer les mentalités, il faudrait certes miser sur un véritable matraquage médiatique, - voire offrir des incitants financiers, à l'instar des campagnes de tri des déchets par exemple qui ont pu convertir les plus rétifs-, et miser sur la multiplication d'actions créatives. Mais les budgets ne le permettent malheureusement pas.

Par ailleurs, mesurer objectivement l'impact de la campagne est difficile : elle participe, notamment, à un mouvement commun de polycentration de la langue et d'ouverture à la francophonie, à travers des projets comme TV5 par exemple. Ceci rend impossible l'évaluation de son seul impact.

Pour pallier à ces obstacles, *La langue française en fête* a cependant une force particulière : sa continuité, sa régularité annuelle et sa belle longévité. Gageons qu'à force de taper sur le clou, cette opération contribue quelque peu à modifier, lentement mais sûrement, notre vision du français et nous aide à prendre confiance dans nos compétences linguistiques.

Bibliographie

Ammon, U. 1989. *Status and Function of languages and language varieties*. Berlin-New-York : Walter de Gruyter.

De Almeida, J. D. 2008. « Que reste-t-il de nos amours ? Quelques réflexions sur le statut de la langue française au Portugal aujourd'hui en guide de mise au point et de stratégie didactique ». *Revista de estudos franceses çédille*, n°4, avril.

De Robillard, D. 1997. Corpus. In : *Sociolinguistique, Concepts de base*. Sprimont : Mardaga, p.102.

De Robillard, D. 1997. Statut. In : *Sociolinguistique, Concepts de base*. Sprimont : Mardaga, p.269-270.

Hagège, Cl. 1992. *Le souffle de la langue, Voies et destins des parlers d'Europe*. Paris : Editions Odile Jacob.

Klinkenberg, J.M. 2008. L'héritage du passé : aux origines de l'expansion du français. In : *L'avenir du français*. Paris : Editions des Archives Contemporaines-AUF, p. 9-13.

Maurais, J. 2009. Utilité et limites des concepts de statut et de corpus en aménagement

linguistique : le cas québécois. [En ligne] : <http://membre.oricom.ca/jamaurais/StatCorp.htm>. [Consulté le 11/04/2018].

Maurer, B. 2008. Pour de nouvelles représentations du français dans la modernité. In : *L'avenir du français*. Paris : Editions des Archives Contemporaines-AUF, p.139-141.

Varela L. 2008. Les politiques du français à l'heure de la mondialisation. In : *L'avenir du français*. Paris : Editions des Archives Contemporaines-AUF, p.41-47.

Notes

1. La Constitution distingue la « défense et l'illustration de la langue française », cad son intégrité, et le statut et l'emploi des langues (statut de langue de l'administration, la justice, les relations en entreprise, etc.).

2. Nous reprenons par conséquent le socle commun des définitions proposées par (Ammon, 1989), (Maurais, 2009), (De Robillard, 1997).

3. C'est notamment la raison pour laquelle bon nombre d'actions relèvent autant de la politique linguistique que d'autres politiques, comme la simplification administrative, l'égalité des chances, l'emploi ou la protection du consommateur. Concrètement, cela concerne, par exemple, les actions en faveur d'une communication administrative lisible, les actions en faveur d'une rédaction inclusive, les actions d'usage de titres et fonctions féminisées, les actions visant le renforcement du plurilinguisme des francophones pour favoriser leur accès à l'emploi, les actions visant le respect de la diversité et la valorisation des identités linguistiques plurielles, etc.

4. En effet, les conséquences d'un jugement, d'une notice d'emploi ou d'une procédure mal comprises peuvent être désastreuses pour les citoyens. La FWB a malheureusement peu de compétences pour légiférer dans le domaine de l'emploi des langues. Usage administratif dans les communes bruxelloises, usage judiciaire ou protection du consommateur, par exemple, sont autant de compétences fédérales. L'action des organismes de gestion linguistique de la FWB consistera davantage à informer le citoyen de ses droits linguistiques et à alerter les instances de recours.

5. (De Almeida, 2008) et (Maurer, 2008) qui évoque cette « langue française vue hors de France » comme « étroitement associée aux arts et aux lettres : une langue de haute culture, destinée aux personnes raffinées ». Ce statut qui a longtemps alimenté le désir d'apprentissage de Lisbonne à Moscou, ne l'alimente plus aujourd'hui.

6. En effet, les colloques OPALE de fin 2014 et fin 2015 portaient respectivement sur « les langues partenaires » et « les statuts du français », thèmes repris dans le cadre de la *Semaine de la langue française 2015* et 2016.

7. A titre exemple, évoquons les cas réguliers où des auditeurs radio, après avoir entendu l'exposé explicite des objectifs de cette campagne, s'excusent des « fautes » de français qu'ils pourraient faire alors que des « représentants de la langue française » (comprendons des membres de la Direction de la langue française) se trouvent en studio. Par ailleurs, la passion que déchainent les débats sur l'orthographe du français révèle régulièrement une vision puriste.