

Carmen ALÉN GARABATO
Professeur des Universités
Université Paul-Valéry Montpellier 3, France

Les défis des langues minoritaires/minorées face à la mondialisation au XXI^{ème} siècle

Résumé: Une lecture glottopolitique de l'histoire de l'Europe depuis le Moyen Age permet d'identifier deux «révolutions écolinguistiques» (D. Baggioni) qui ont bouleversé les rapports de force entre les langues. Les «victimes» de ces deux révolutions ont été d'un côté le latin (qui perd sa primauté en tant que langue de culture) et de l'autre les langues non soutenues par les pouvoirs, qui ne feront pas partie du projet de création des Etats-Nations modernes.

En ce qui concerne ces dernières, la conséquence de leur exclusion sera la minoration, voire la (quasi)disparition pour certaines. Relever les défis variés qui se présentent actuellement à ces langues pourrait ouvrir la voie à une «troisième révolution écolinguistique». Dans certains cas il s'agit de résoudre des défis hérités du XX^{ème} siècle (c'est le cas des conflits liés au nationalisme linguistique, cf. la Catalogne ou l'Ecosse...) qui menacent la stabilité des Etats-nations. Mais actuellement on peut apprécier également de nouveaux défis, moins médiatiques et médiatisés, concernant le rôle sociétal, voire la survie, de nombreuses langues-cultures très minoritaires et très minorées (conséquence des politiques-linguistiques étatiques unificatrices menées par les Etats depuis de nombreux siècles). (Plus ou moins) loin des aspirations nationalistes, certaines langues minoritaires/minorées sont en train de conquérir (selon des modalités diverses) des espaces qui leur étaient (pratiquement) interdits auparavant: l'économie (régionale) est l'un de ces espaces. Dans mon article j'illustrerai cette problématique par deux cas que j'ai étudiés (à partir de plusieurs enquêtes) et qui représentent deux dynamiques diglossiques très différentes: le cas du galicien en Espagne et le cas de l'occitan en France.

Mots-clés: politiques linguistiques, langues minoritaires, nationalisme, mondialisation, développement local et régional

Abstract: A glottopolitical reading of the history of Europe since the Middle Ages makes it possible to identify two “ecolinguistic revolutions” (D. Baggioni) that have shaken the balance of power between languages. The “victims” of these two revolutions were on the one hand Latin (which loses its primacy as a language of culture) and on the other the languages not supported by the powers which will not be part of the project of creation of modern nation-states.

As far as the latter are concerned, the consequence of their exclusion will be the reduction, or even the (quasi) disappearance for some. Meeting the various challenges currently facing these languages could pave the way for a “third ecolinguistic revolution”. In some cases, it is a question of solving the challenges inherited from the twentieth century (such as the conflicts related to linguistic nationalism, Catalonia or Scotland) that threaten the stability of nation-states. At the present time, however, there are also new challenges, less mediated and mediated, concerning the societal role, and even the survival, of many very minority and minority languages and cultures (the consequence of the unifying state-linguistic policies pursued by states for many centuries). (More or less) away from nationalist aspirations, some minority / minority languages are in the process of conquering (in various ways) spaces that were (virtually) previously forbidden to them: the (regional) economy is one of these spaces.

In my paper I illustrate this problematic by two cases that I studied (based on several surveys) and represent two very different diglossic dynamics: the case of Galician in Spain and the case of Occitan in France.

Keywords: Language Policies, Minority Languages, Nationalism, Globalization, Local and Regional Development

Lorsqu'on adopte une perspective comparatiste, associant les démarches macro-sociolinguistiques et micro-sociolinguistiques, la notion de langue minoritaire (ou minorée) recouvre nécessairement des dynamiques diverses et des rapports de forces contrastés entre les groupes et/ou les communautés

qui détiennent le pouvoir ou qui sont soumis à leurs dictats. C'est ce qui nous montre bien un regard diachronique sur l'Europe où la pluralité linguistique s'est réorganisée tout au long de l'Histoire suivant les modes de gouvernance et au gré des structures administratives et sociopolitiques des Etats: Républiques, Royaumes, Empires ou Dictatures... (cf., entre autres, Baggioni, *Langues et nations en Europe*). A chaque période et à chaque mode de gouvernance ont correspondu une économie et une écologie des langues différentes et les défis auxquels ont été soumises les langues ont été divers et variés.

J'utilise le terme **défi**, autour duquel est construit ce colloque, pour faire référence aux différents stades par lesquels sont passées les langues en Europe depuis le Haut Moyen Âge jusqu'à aujourd'hui¹: des défis très différents selon les époques qui ont été relevés par certaines langues mais pas par d'autres. Ce que l'on appelle les «langues» d'Europe sont des réalités construites en association avec des pouvoirs et dans des situations de concurrence qui se sont déterminées en faveur ou en défaveur de telle ou telle variété linguistique.

Mon texte commencera par un très bref aperçu historique concernant les défis historiques qui se sont posés aux langues d'Europe: cette introduction historique nous permettra de relativiser la notion de «poids des langues» (Boyer 2009, Calvet Alain et Calvet Louis-Jean 2009) ainsi que celle de «langue minoritaire» ou «langue minorée». Dans une deuxième partie il sera question de quelques défis que doivent relever actuellement ces langues non étatiques, défis qui sont en rapport avec les questions de l'identité et de la mondialisation.

Langues et pouvoirs en Europe d'hier à aujourd'hui

En simplifiant et en nous centrant sur le cas de l'Europe occidentale romane on peut identifier plusieurs défis qui se sont posés aux langues tout au long des siècles:

Le premier s'est manifesté au moment de ce que l'on a appelé parfois la «naissance» des langues romanes à partir du latin. Cette naissance qui se produit vers le IX^{ème} siècle, est en réalité une prise de conscience de la distance linguistique entre la langue mère écrite (le latin classique) et les variétés orales. Le **défi** est alors de représenter à l'écrit ces variétés jusque-

1. Il sera question dans mon article fondamentalement de l'Europe romane occidentale.

là orales, puis d'en faire des langues littéraires, administratives... Plusieurs langues ont alors relevé ce défi: le galicien-portugais, le castillan, l'occitan, le picard, le francien...²

En faisant une lecture glottopolitique de l'histoire de l'Europe depuis la fin du Moyen Âge, nous pouvons identifier avec Daniel Baglioni deux «révolutions écolinguistiques» (*Langues et nations en Europe*) qui ont bouleversé les rapports de force entre les langues leur posant d'autres défis qui se situent au niveau des représentations sociolinguistiques.

La «première révolution écolinguistique» se produit en Europe occidentale entre le XV^{ème} et le XVI^{ème} siècles: le latin, seule langue de culture durant des siècles laisse la place aux langues communes: des langues fixées, décrites et prescrites aptes à tous les usages sur tout le territoire. Mais toutes les langues ayant relevé le premier défi ne deviennent pas des «langues communes» car langue et pouvoir vont désormais de concert, comme le rappellent Colombat, Fournier et Puech: «A partir de la Renaissance, les grammairiens ont eu le sentiment de contribuer à édifier l'un des piliers sur lesquels repose le pouvoir du Prince et, inversement, la codification de la langue nationale tend à devenir une affaire de politique intérieure de première importance» (*Histoire des idées sur le langage et les langues* 146).

L'objectif est double: se doter d'un instrument de communication uniforme et efficace mais aussi construire et magnifier un symbole du pouvoir. Les «langues communes» soutenues par des pouvoirs royaux sont ainsi peu à peu *grammatisées*, outillées de toute sorte d'ouvrages qui visent à les fixer (les grammairiens comprennent que la supériorité du latin vient de sa stabilité assurée par une grammaire stricte connue et respectée (autant que possible)) et à les rendre dignes du pouvoir qu'elles représentent. Le rôle des *Académies* sera très important dans cette entreprise de *grammatisation* (Auroux, *La révolution technologique de la grammatisation*): en premier lieu, l'*Académie française* fondée en 1635 par le cardinal de Richelieu en tant qu'institution française et qui a servi de modèle à d'autres institutions similaires comme la *Real academia española* en 1713, la *Academia das Ciências de Lisboa* en 1779, etc.

C'est à ce moment-là que la minoration devient patente: les langues qui n'ont pas le soutien du pouvoir ne peuvent pas relever ce deuxième défi et restent cantonnées aux usages informels, réservées presque exclusivement à l'oralité. Même celles qui avaient eu des littératures prestigieuses au Moyen Âge comme l'occitan ou le galicien.

2. Voir, entre autres, Wolff 1970 ou (pour ce qui concerne notamment la France), Lodge 1999.

Ce n'est qu'après la Révolution française que les langues deviennent des symboles de l'identité des peuples et des éléments constitutifs des (États)-Nations et cela aussi bien dans les cas des États qui suivent dans leur formation le modèle français (États «révolutionnaires») que ceux qui suivent le modèle allemand (États «romantiques»). Parmi les éléments symboliques qui représentent la nation (une histoire ancienne, des héros, des monuments, le folklore, un drapeau ...), la langue occupe une place centrale. C'est pourquoi Baggioni parle d'une *deuxième révolution écolinguistique*: «[...] les États-nations, mobilisant plus activement les populations territorialisées (par la scolarisation de masse, la politisation, l'encadrement administratif), cherchent à homogénéiser linguistiquement l'espace national au moyen d'une langue commune devenue de ce fait langue nationale» (*Langues et nations en Europe* 55).

Mais comment définir une «langue nationale»? Pour Anne-Marie Thiesse:

Une langue nationale a pour fonction, d'une part, de se substituer à une bigarrure de modalités linguistiques répondant à des usages diversifiés et, d'autre part, d'incarner la nation: son «cahier des charges» est de ce fait lourd et contraignant. Elle doit assurer la communication horizontale et verticale au sein de la nation: quelle que soit leur origine géographique et sociale, tous ses membres doivent la comprendre et l'utiliser. Elle doit permettre l'expression de toute idée, de toute réalité: des plus anciennes aux plus modernes, des plus abstraites aux plus concrètes. Elle doit permettre à la nation de s'illustrer et de montrer qu'elle est égale en grandeur avec toutes les autres. Elle doit se confondre à la nation – s'enraciner dans ses profondeurs historiques, porter l'empreinte du peuple. (*La création des identités nationales* 70-71)

Si connaître la «langue commune» était plus un privilège réservé à une minorité qu'un droit, connaître la «langue nationale» devient un *droit* et un *devoir*. Les politiques d'alphabétisation de masse vont contribuer à faire entrer ces principes dans la réalité et peu à peu les langues standard deviennent des langues maternelles et langues habituelles de communication même à l'oral.

Les minorités linguistiques sont contraintes d'intégrer la majorité car au sein de ces États modernes, la norme est le monolinguisme institutionnel (selon le modèle «une nation – une langue»). Les langues minorées (qui ne sont pas devenues des «langues communes» durant la période précédente) ont alors au moins deux défis à relever: le premier (hérité de la période précédente) est celui de la standardisation et de l'illustration de la langue par

la littérature, le deuxième est celui d'incarner, comme les langues nationales d'État, un peuple bien identifié et reconnu. Ces deux défis sont ceux qu'essaient de relever les mouvements de l'éveil ou du réveil linguistique par la langue qui se sont produits en Europe à partir de la fin du XIX^{ème} siècle (Alén Garabato (dir.) 2005). Certaines langues comme le catalan ont réussi le premier défi (la standardisation), d'autres, dans l'Europe du Nord et dans l'Europe de l'Est (et en dehors du domaine roman) ont relevé les deux défis et ont quitté le groupe des langues minorées ou minoritaires pour devenir des langues d'État.

Les défis des langues minoritaires au XXI^{ème} siècle

Relever les défis variés qui se présentent actuellement aux langues minoritaires pourrait ouvrir la voie à une «troisième révolution écolinguistique». J'identifierai volontiers ici deux défis que je considère majeurs.

Le premier est celui de la gestion des nationalismes des minorités linguistiques et leur articulation avec les nationalismes d'État. Il s'agit souvent ici de résoudre des défis hérités du XX^{ème} siècle (c'est le cas des conflits liés au nationalisme linguistique en Catalogne ou en Ecosse) qui menacent la stabilité des États-nations. Ces cas ont été amplement médiatisés dans la presse régionale, nationale et internationale car ils touchent à l'ordre politique des États (établi, reconnu et protégé par les institutions européennes et notamment par le Conseil de l'Europe). Le cas de la Catalogne est exemplaire et montre bien le lien fort entre la langue et le nationalisme aussi bien du côté espagnol (l'idéologie de la nation espagnole et de la supériorité de la langue castillane en Espagne et dans le monde ibéro-américain³) que du côté catalan (idéologie de la nation catalane définie prioritairement par la langue⁴). L'issue de ce bras de fer politique pourrait permettre à la langue catalane, minoritaire dans l'État espagnol et minorée en Catalogne malgré les avancées de la politique de *normalisation* menée depuis les années 1980, de devenir une langue d'État.

Mais ce défi ne se pose pas, loin de là, à toutes les langues minoritaires en Europe. La plupart d'entre elles survivent dans des situations de diglossie

3. A propos du poids de cette idéologie dans la diffusion de la langue espagnole dans le monde et dans le maintien d'une norme largement ibérique, voir Alén Garabato 2016b

4. Voir, par exemple, Boyer 2008

beaucoup moins favorables et doivent affronter non seulement les langues dominantes au sein de leur communauté mais également les effets de la mondialisation. Des défis divers, moins médiatiques et médiatisés, se présentent à ces communautés. Ils concernent le rôle sociétal, voire la survie, de nombreuses langues-cultures très minoritaires et très minorées (conséquence des politiques linguistiques étatiques unificatrices menées par les États depuis plusieurs siècles). (Plus ou moins) loin des aspirations nationalistes dont on vient de parler, certaines langues minoritaires/minorées sont ainsi en train de conquérir (selon des modalités très diverses) des espaces qui leur étaient (pratiquement) interdits auparavant: l'économie (régionale) est l'un de ces espaces⁵. J'expose dans les paragraphes suivants quelques usages de l'occitan et du galicien dans le secteur de la publicité et de l'économie⁶. Ces deux langues se trouvent actuellement dans des processus de minoration qui répondent à des moments de la dynamique diglossique différents. L'occitan a perdu actuellement une très grande partie des locuteurs naturels mais résiste grâce à l'engagement de ce que l'on a appelé les «néo-locuteurs», très souvent descendants des locuteurs naturels des générations les précédant, n'ayant pas transmis leur langue (Martel 2007, Hammel 2007). Le galicien est encore une langue majoritaire en Galice mais la perte de locuteurs parmi les jeunes générations ne laisse pas augurer d'une vitalité suffisante pour le maintien des usages à long terme. En ce qui concerne les représentations sociolinguistiques, les deux langues ont supporté des stéréotypes négatifs au long de plusieurs siècles (après une période médiévale de splendeur) et ont été associées à la ruralité et à l'inculture. Le galicien, ayant obtenu le statut de co-officialité en 1981, a récupéré en partie le prestige qu'il avait perdu mais est loin d'avoir normalisé sa situation sociolinguistique (Alén Garabato 2009).

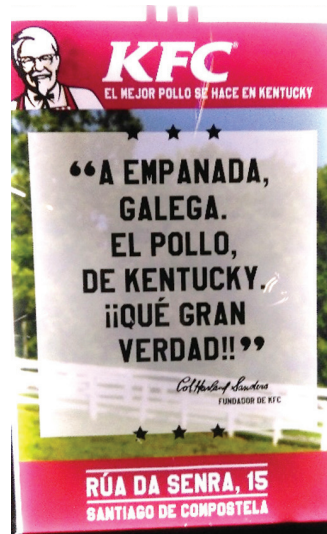
L'utilisation de ces deux langues dans le monde de l'économie a été très réduite (mais pas inexistante) jusqu'à une époque récente. Ce que nous pouvons observer aujourd'hui, ce sont des stratégies qui répondent à de nouveaux objectifs et qui, en fin de comptes, ont des effets collatéraux positifs soit pour la récupération des usages (ou de *certain*s usages) soit pour l'évolution des représentations sociolinguistiques des langues concernées.

On observe en effet actuellement que la sollicitation de la langue/culture minoritaire dans la présentation ou la publicité d'un produit peut répondre

5. Un autre espace est celui de l'écrit médiatique, notamment sur l'Internet

6. Les réflexions à ce propos sont le résultat de plusieurs enquêtes de terrain que j'ai réalisées durant les dernières années: Alén Garabato 2014, 2016a, 2017a, 2017b.

à des stratégies (purement) commerciales. Lors qu'il s'agit de grandes entreprises comme McDonald's ou Coca-cola, on parle alors *glocalisation*, mode de gestion à la fois global et local dans le cadre de l'économie mondialisée qui a comme objectif le rapprochement de ces enseignes à la population ciblée. Ainsi, les langues minorées ou minoritaires peuvent devenir des instruments au service de la *glocalisation*: récemment, la multinationale de restauration rapide KFC (Kentucky Fried Chicken), lors de l'ouverture de son premier établissement dans la ville de Santiago de Compostelle (le deuxième en Galice) a affiché sur les panneaux publicitaires de cette ville très touristique un slogan bilingue galicien-castillan: «A empanada, galega. El pollo de kentucky. !!Qué gran verdad!!» (trad. La «empanada», galicienne. Le poulet du Kentucky. Ça c'est bien vrai!!). La phrase *A empanada, galega* écrite en galicien renvoie ici à l'une des spécialités traditionnelle de la cuisine galicienne et affiche la stratégie commerciale d'une entreprise qui essaie de montrer qu'elle ne vient pas supplanter ou concurrencer la gastronomie locale (l'un des arguments touristiques de la région). Les guillemets (qui indiquent qu'il s'agit d'un discours rapporté) et la signature qui apparait après le slogan, celle du Fondateur de la marque *Col. Harland Sanders*, mort en 1980, apportent la caution d'une authenticité (fictive) à cette publicité, laissant entendre que ce personnage mythique connaissait et appréciait la «empanada galega», et même qu'il pouvait la nommer en galicien.



Dans le domaine occitan on pourrait citer *Quézac*, eau minérale originaire du village du même nom en Lozère, propriété dans les années 1990 de la multinationale de l'agroalimentaire suisse Nestlé qui, pour faire la publicité du produit, utilisait la technique de la mise en récit dans un spot où



Contact/conflit de langues à l'ère de la mondialisation

une petite fille raconte en occitan la légende de la source. Les sous-titres en français traduisent ses mots:

La légende dit qu'il y a très longtemps, peut-être plus de mille ans, il y eut un terrible orage dans le Gévaudan. On dit que les eaux de cet orage partirent au fond de la terre, où, année après année, elles prirent ses forces à la pierre et se chargèrent de bulles miraculeuses. Et on dit que quand l'eau rejaillirait enfin, elle apporterait gaieté et longue vie à quiconque la boirait. Et que cette eau serait notre présent au monde et qu'on l'appellerait QUEZAC.

La présence de l'occitan dans cette publicité apparaît comme une preuve d'authenticité, un lien vers la tradition, la nature, les racines...

Il s'agit aussi bien dans l'affiche publicitaire de *KFC* que dans celle de *Quézac* de développer des stratégies d'exploitation du patrimoine linguistique/culturel afin d'ancrer localement certains produits (qu'ils soient régionaux ou pas) et ainsi légitimer les multinationales qui les commercialisent, dont la réputation est de plus en plus mise en question (artificialité, non traçabilité, recherche du profit, etc.). Une lecture sociolinguistique de ces stratégies nous permet de voir que l'objectif n'est pas ici la récupération des usages ni la valorisation de la langue locale/régionale. Mais force est d'avouer qu'une telle initiative a sans aucun doute des incidences au niveau des représentations sociolinguistiques en situant la langue minorée dans une dimension commerciale et à côté des produits qui sont associés à des représentations qui peuvent être ambivalentes (comme celles de *KFC*) mais qui sont dans l'ensemble positives et porteuses de références dont manquent cruellement ces langues-là (modernité, industrie, richesse, urbanité...). Une multiplication de ces initiatives pourrait permettre à long terme un changement de représentations par rapport à ces langues.

Dans d'autres cas, l'utilisation d'une langue minorée dans le commerce répond à un objectif très différent: celui de la reconquête des usages dans le cadre d'un processus de *normalisation* sociolinguistique. Le défi soulevé est ici celui de donner à la langue dominée une performance communicationnelle réelle, au-delà des usages informels ou encore rituels, dans un domaine globalisé où la compétitivité domine. Plusieurs travaux ont bien montré que le commerce est un domaine difficile à conquérir pour une langue minoritaire et minorée (cf. par exemple Formoso Gosende 2005 concernant le cas du galicien): la *fidélité* linguistique (si elle existe) est subordonnée aux lois du marché (linguistique et économique) dans lequel jouent contre les langues en situation de domination toutes sortes de stéréotypes négatifs qui les associent au passé, à la ruralité, à l'inculture...

En effet, dans ce contexte, Formoso Gosende a bien montré que malgré le soutien institutionnel (dont on peut bien sûr questionner le type de stratégie adopté), la loi de l'offre et de la demande ainsi que la persistance de stéréotypes négatifs jouent fortement contre l'utilisation de la langue galicienne dans un secteur économique où dominent le castillan et (beaucoup moins) l'anglais. Son travail montre aussi que l'utilisation d'une langue minorée, quel que soit le secteur visé, ne se décrète pas d'en haut. Les cas concrets sur lesquels j'ai pu travailler montrent même un certain rejet (ou de la simple indifférence) concernant les initiatives induites par les institutions régionales ou les cercles militants établis.

Nous arrivons ainsi à un autre type d'initiative que j'appellerai (plutôt) d'en bas (Nettle et Romaine 2003) et qui concerne les entreprises (beaucoup d'entre elles de petite taille) qui ne se situent pas nécessairement dans une stratégie de mondialisation et qui ne cherchent pas à normaliser l'usage de la langue. Pour ces entreprises l'utilisation de la langue est un instrument d'ancrage territorial qui renvoie à la tradition, aux ancêtres: au «nous» «ici» par rapport aux «autres» «ailleurs».

Si dans le cas précédent la langue est au cœur de la stratégie, une langue la plus normée possible (au moins lorsqu'il s'agit des usages écrits), ici il faut parler de langue-symbole, ou de «lambeaux de langues» (Gardy 1985) qui sont ou peuvent devenir des *identitèmes* (Boyer 2016, 2017) sociolinguistiques qui renvoient à un imaginaire collectif régional.

Dans le cas galicien, cette stratégie est ancienne, notamment dans le domaine de la restauration où de nombreux établissements n'ont pas hésité à adopter des noms d'enseigne galiciens évocateurs qui renvoient au paysage, au foyer, à l'intimité...: *O recuncho* (le recoin), *Beiramar* (le bord de mer), *O Forno* (le four ou le fournil), *O muiño* (le moulin)... On pourrait parler ici d'une «attitude de folklorisation» caractérisée par une identification de la langue avec le passé, dans le domaine des loisirs ou du tourisme...

Récemment, un usage public similaire a été largement médiatisé par une chaîne de supermarchés galicienne (GADIS) qui, depuis les années 2000 (Alén Garabato 2014), centre sa stratégie publicitaire, dont le slogan est *Vivamos como galegos* (trad. *Vivons comme des Galiciens*), sur l'utilisation des symboles de l'identité galicienne (paysages, gastronomie, rapports familiaux, mode de vie...) et fait une utilisation de la langue galicienne que l'on pourrait considérer non conflictuelle et non impositive. Dans les spots publicitaires de la chaîne de supermarchés (diffusés à la TV galicienne et largement rediffusés sur les réseaux sociaux ainsi que sur le site web de la

Contact/conflit de langues à l'ère de la mondialisation

marque), on entend une langue que l'on pourrait qualifier d'«urbaine», autrement dit, elle ne correspond ni aux usages traditionnels ruraux (largement stigmatisés dans la société galicienne) ni au modèle de langue normée légitimée par les institutions et notamment par l'école (qui condamne, entre autres, les castillanismes). Les expressions fétiches des Galiciens (galégophones ou castillanophones) sont largement présentes et célébrées, et la langue vivante (urbaine et dépourvue de tous les traits phonétiques stigmatisés) prend une place centrale. L'énorme succès de ces spots en Galice et auprès de la diaspora galicienne, qui témoigne d'un attachement certain des Galiciens à leur langue et à leur identité, joue en faveur de la reconquête du prestige social d'une langue jusque-là dévalorisée et stigmatisée.



Dans le domaine occitan, on peut observer depuis quelques années une timide reconquête des usages dans le monde de l'économie et du commerce: un certain nombre de petits artisans et/ou commerçants (très minoritaires pour le moment mais en augmentation constante) choisissent l'occitan pour nommer leurs établissements commerciaux et/ou pour étiqueter leurs produits. Les premiers résultats d'une étude en cours (Alén Garabato 2017a, 2017b) nous montrent que pour beaucoup de jeunes qui n'ont plus la maîtrise de la langue occitane, cette stratégie commerciale répond à une envie de retour à l'authenticité du terroir. Un retour qui semble naturel et pas forcé par des attitudes revendicatives ou militantes. L'entretien avec la



responsable de l'une de ces petites entreprises nous donne quelques pistes de réflexion. Il s'agit de la propriétaire de *Dona Carcas* (*Dame Carcas* = *Carcassonne*), qui produit des bières et du vin du même nom. De père savoyard, de mère originaire d'une petite ville occitane, elle fait état d'une mobilité géographique qui a quelque part dérangé sa construction identitaire: «En Savoie, j'avais l'accent de ma mère, disons du Midi et on m'appelait Carcassonne à l'école, on me disait "toi tu es de Carcassonne" et quand j'étais ici, on me disait "bon la savoyarde, tu as l'accent de Savoie"».

Après avoir travaillé dans le domaine de l'exportation à l'international des vins Minervois, elle décide de se consacrer à la production de miel, puis de la bière et du vin artisanaux:

À la fin de mon dernier poste, je vendais 150000 bouteilles de vin du minervois sur le monde entier [...] j'avais fait un peu le tour au niveau du vin, j'étais un peu comment dire limite born-out parce que je travaillais trop et j'ai décidé de me calmer un peu et faire de l'apiculture [...] et ça s'est vachement bien vendu seulement que je ne pouvais pas vivre de ça // [...] j'ai envisagé d'acheter ce lieu pour faire de la bière // avec une idée de bière locale // alors je n'étais pas partie pour faire de l'export [...] voilà faire un produit local avec du miel et le vendre ici.

Le choix du nom du produit (le même que celui de son établissement) a été le fruit d'une réflexion à propos de l'identité locale qu'elle souhaitait transmettre:

J'ai choisi d'appeler *Dona Carcas* la boutique, le vin et bien sûr la bière *Carcas* [...] Alors déposer la marque *Dame Carcas* / ça me semblait un peu compliqué parce qu'il y a quelqu'un dans le vin mais qui faisait de la bière qu'il avait appelé *La bière de Carcassonne* donc je voulais pas faire de la copie [...] *Dame Carcas* c'est déjà utilisé pour le chocolat [...] donc j'ai tourné j'ai tourné et puis finalement je me suis dit «je vais le mettre en occitan» [...] parce que j'ai beaucoup étudié sur l'Italie et l'Espagne où on dit la dame dona/doña et ce qu'ici on disait à l'époque médiévale donc l'époque de la Dame Carcassonne on disait dona [prononcé doná]. Je pense qu'un produit comme celui que je veux faire c'est-à-dire je veux travailler ici, faire mon produit ici, le vendre ici, je veux vraiment être sur le local, le régional je pense qu'il faut que le produit vraiment il s'ancre sur son terroir.

Pour ne pas conclure

Comme l'histoire de l'Europe le montre, la minorisation linguistique ne concerne pas seulement les langues mais aussi et surtout la société. Le poids des langues se mesure largement par l'état des communautés qui les parlent et concerne en grande partie les représentations sociolinguistiques (Boyer 2008). Les grands défis sociétaux des langues en Europe ont concerné le changement des représentations: les deux «révolutions écolinguistiques» décrites par Baggioni ont bouleversé le système des représentations sociolinguistiques. Dans la société actuelle où le marché linguistique subit les influences du marché économique et culturel, les rapports de forces

Contact/conflit de langues à l'ère de la mondialisation

entre les langues «officielles», «nationales», «régionales», «minoritaires» ou «minorées» sont soumis à des mutations et placent notamment les langues minoritaires/minorées face à des défis nouveaux qui peuvent les faire en fin de compte disparaître ou trouver une nouvelle façon d'exister.

Bibliographie

- Alén Garabato, Carmen (dir.), *L'éveil des nationalités et les revendications linguistiques en Europe (1830-1930)*, Paris, L'Harmattan, 2005.
- Alén Garabato, Carmen, *Langues minoritaires en quête de dignité. Le galicien en Espagne et l'occitan en France*, Paris, L'Harmattan, 2009.
- Alén Garabato, Carmen, «Langue, identité, médias: stratégie commerciale d'une entreprise galicienne dans les réseaux sociaux», in K. Djordjevic-Léonard et E. Yasri-Labrique (dir.), *Médias et plurilinguisme. La diversité à l'épreuve*, Editions des Archives contemporaines, 2014, p. 243-265.
- Alén Garabato, Carmen, «*Vivamos como galegos: identidade e lingua galega como argumentos comerciais*», in *Cantares de amigos. Estudos en homenaxe a Mercedes Brea*, Santiago de Compostela, Servicio de Publicacións da Universidade de Santiago de Compostela, 2016a, p. 37-48.
- Alén Garabato, Carmen, «Norme linguistique et stratégie économique: regard sur la politique linguistique panhispanique de l'Espagne», in K. Djordjevic et V. Garin (éd), *Contacts (ou conflits) de langues en contexte postcommuniste et postcolonial*, Montpellier, PULM, 2016b, p. 161-178.
- Alén Garabato, Carmen, «Lou país d'aquí»: l'identité occitane comme argument commercial dans la Région Occitanie», IIIème Congrès International du Réseau Francophone de Sociolinguistique, UPV. Montpellier, 14-16 juin 2017 (2017a). À paraître.
- Alén Garabato, Carmen, «La langue occitane face au marché: fidélités ou dissidences?», XII^{ème} Congrès International de l'Association Internationale d'Etudes Occitanes, Université Toulouse Jean-Jaurès, Albi, 10-15 juillet 2017 (2017b), À paraître.
- Auroux, Sylvain, *La révolution technologique de la grammatisation*, Paris, Mardaga, 1995.
- Baggioni, Daniel, *Langues et nations en Europe*, Paris, Payot, 1997.
- Boyer, Henri, *Langue et identité. Sur le nationalisme linguistique*, Limoges, Lambert-Lucas, 2008.
- Boyer, Henri, «“Poids” des langues ou “poids” des imaginaires des langues? Sur trois situations de normalisation d'une langue minorée», in Gasquet-Cyrus et Petitjean (dir.), *Le poids des langues. Dynamiques, représentations, contacts, conflits*, Paris, L'Harmattan, 2009, p. 207-217.
- Boyer, Henri, *Faits et gestes d'identité en discours*, Paris, L'Harmattan, 2016.

- Boyer, Henri, «Les identitèmes: construction patrimoniale et célébration», in C. Dahou, A. Kis, F. Roche, *Construction/déconstruction des identités linguistiques*, Paris, Connaissances et savoirs (coll. Langues et sociétés), 2017, p. 5-10.
- Calvet, Alain et Calvet, Louis-Jean, «Le poids des langues. Vers un “index des langues du monde”», in Gasquet-Cyrus et Petitjean (dir.), *Le poids des langues. Dynamiques, représentations, contacts, conflits*, Paris, L'Harmattan, 2009, p. 49-73.
- Colombat, Bernard, Fournier, Jean-Marie, Puech, Christian, *Histoire des idées sur le langage et les langues*, Paris, Klincksieck, 2010.
- Comaroff, John L. et Comaroff, Jean, *Ethnicity, INC*. Chicago, The University of Chicago Press, 1992.
- Formoso Gosende, Valentina, (2005), *Usos e representaciós do galego na empresa*, Thèse de doctorat soutenue à l'Université de Santiago de Compostela en juin 2005 sous la direction de C. Alén Garabato.
- Gardy, Philippe, «Langue(s), non-langue(s), lambeaux de langue(s), norme», in *Cahiers de linguistique sociale*, 7, 1985, p. 60-62.
- Hammel, Étienne, «De Neo-locutors dans l'enquête INED-INSEE de 1999 », in Barbara Czernilofsky et all., *El discurs sociolingüístic actual català i occità | Lo discors sociolingüístic actual catalan e occitan*, Wien, Praesens Verlag, 2007, p. 219-235.
- Lodge, Anthony, *Le français. Histoire d'un dialecte devenu langue*, Paris, Fayard, 1997.
- Martel, Philippe, «Compter les occitanophones... Histoire d'enquêtes», in Barbara Czernilofsky et all., *El discurs sociolingüístic actual català i occità | Lo discors sociolingüístic actual catalan e occitan*, Wien, Praesens Verlag, 2007, p. 201-218.
- Nettle, Daniel, Romaine, Suzanne, *Ces langues, ces voix qui s'effacent*, Paris, Autrement, 2003.
- Thiesse, Anne-Marie, *La création des identités nationales: Europe 19^e XVIII^eme -XX^eme siècles*, Paris, Le Seuil, 1999.
- Wolff, Philippe, *Les origines linguistiques de l'Europe occidentale*, Association des publications de l'Université de Toulouse-Le Mirail, Toulouse, 1982.