

14ème législature

Question N° : 196	De M. Jean-Jacques Candelier (Gauche démocrate et républicaine - Nord)	Question écrite
Ministère interrogé > Culture et communication		Ministère attributaire > Culture et communication
Rubrique > langue française	Tête d'analyse > défense et usage	Analyse > médias. actions de l'État.
Question publiée au JO le : 03/07/2012 Réponse publiée au JO le : 16/10/2012 page : 5728		

Texte de la question

M. Jean-Jacques Candelier interroge Mme la ministre de la culture et de la communication sur sa politique linguistique, et plus particulièrement sa politique en faveur de la langue française. De nombreuses associations de défense de la langue française, comme le Courriel (Collectif unitaire républicain de résistance, d'initiative et d'émancipation linguistique), par exemple, militent pour l'enseignement et la promotion du français, pour beaucoup symbole des valeurs universelles de la République et de notre souveraineté nationale. Ce combat est selon lui rendu d'autant plus ardent qu'il pense déceler une stratégie organisée de liquidation de la langue française, à travers l'imposition progressive de l'anglais par l'Union européenne ou encore, à travers cette imposition par les grandes entreprises (le slogan du MEDEF est « *ready for the future* »). Ce basculement organisé vers l'anglais, notamment dans sa forme américaine, est censé mieux correspondre à la modernité. En réalité, il est surtout le véhicule de la pensée unique supranationaliste et de l'idéologie libérale et capitaliste. Ce phénomène d'anglicisation à outrance est particulièrement préoccupant car il tend à la fragilisation de la cohésion nationale, à travers une perte d'intégrité psychologique des citoyens, une perte des repères culturels et des problèmes de communication. Alors que l'article 2 de notre Constitution indique que « la langue de la République est le français », il lui demande la politique qu'elle compte mener en faveur de la promotion du français et comment elle entend lutter contre un envahissement de l'anglais, notamment sur nos écrans de télévision.

Texte de la réponse

La ministre de la Culture et de la Communication est consciente de la pression indiscutable exercée par l'anglais dans un grand nombre de domaines de la vie économique, sociale et culturelle. Elle juge inopportuns les choix publicitaires de certains responsables de manifestations ou d'entreprises qui, sous couvert de modernité, affichent sur la voie publique des noms de marque ou des slogans exclusivement en anglais pour s'adresser à un public majoritairement francophone. Dans la mesure où une telle situation peut conduire à des « pertes de fonctionnalité » du français, la ministre y voit un risque pour le maintien de la cohésion sociale dans notre pays, dont l'identité s'est construite autour d'une langue commune, le français, langue de la République en vertu de la Constitution. Ce principe constitutionnel est le garant de l'égalité de nos concitoyens dans l'accès à l'information, au savoir, aux droits et à la culture. Cependant, cette identité linguistique est une identité ouverte : elle n'est pas exclusive de l'appartenance à d'autres cultures et de l'ouverture à d'autres langues. C'est donc dans une perspective de promotion du français, mais aussi de valorisation du plurilinguisme, que le Gouvernement entend conduire une politique des langues renouvelée et dynamisée. Trois domaines appellent plus particulièrement son attention, et fournissent d'ores et déjà matière à des projets concrets. Dans le monde de l'entreprise, l'exercice d'un droit au français reste plus que jamais nécessaire. Les organisations syndicales représentatives en font à juste titre un combat exemplaire.

C'est pour apporter des réponses aux entreprises qui souhaitent développer une politique linguistique qu'a été mis en oeuvre le projet Bonnes pratiques linguistiques en entreprise, réalisé conjointement en France par la délégation générale à la langue française et aux langues de France (DGLFLF) et au Québec par l'Office québécois de la langue française. Il a pour objectif de mettre en évidence des initiatives qui, dans le monde du travail, permettent la pratique du français et du multilinguisme face à la pression exercée par la globalisation. Les entreprises qui ont accepté de participer en France à ce projet se situent dans des domaines comme la banque, l'hôtellerie, l'énergie, la communication, les industries du luxe et de la cosmétique, l'électronique, l'assurance, dans lesquels le français est encore très présent, mais où son avenir dépend d'une gestion appropriée des pratiques linguistiques. Des exemples ont parallèlement été relevés au Québec. Le projet est dans sa phase finale de réalisation et sera présenté sous forme d'un Guide des bonnes pratiques linguistiques en entreprise lors d'un colloque des Organismes francophones de politique et aménagement linguistiques (OPALE) qui se tiendra à Montréal début octobre 2012. Dans l'univers numérique, la langue française se signale par un dynamisme dont témoigne le nombre de pages en français sur les réseaux. Il revient au ministère de la Culture et de la Communication de favoriser cette tendance et notamment l'accès aux données culturelles. Ainsi, ce ministère travaille étroitement avec l'Institut national de recherche en informatique et en automatique (INRIA) et l'association Wikimedia France sur le projet DBpedia en français. Son objet est de s'appuyer sur l'encyclopédie Wikipédia francophone pour favoriser l'émergence de nouveaux services culturels innovants, en tirant parti des ressources offertes par le web sémantique. Ce projet va dans le sens de la politique de l'État pour valoriser le maillage culturel des territoires français et francophones. Le développement de la traduction doit par ailleurs être favorisé parce qu'il permet la circulation des oeuvres et des idées et constitue un des meilleurs antidotes au monolinguisme, avec l'apprentissage des langues étrangères (qui ne saurait en aucune manière se résumer à l'apprentissage d'une seule langue). Traduire vers d'autres langues, c'est aussi préserver la fonctionnalité du français dans notre pays lui-même. Le ministère de la Culture et de la Communication soutient de nombreux programmes favorisant la traduction et la formation des traducteurs. Il s'est ainsi récemment associé à la publication d'un État des lieux de la traduction en Méditerranée. Un colloque de restitution de cette ambitieuse étude sera organisé à l'occasion de la « Journée européenne des langues », le 26 septembre 2012. En ce qui concerne la situation dans les médias, si le Conseil Constitutionnel a rappelé le principe supérieur de la liberté de pensée et d'expression, dans sa décision du 29 juillet 1994, ce principe a été tempéré par l'article 20-1 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, introduit par la loi du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française, qui prescrit l'emploi obligatoire du français dans les émissions et les messages publicitaires diffusés par les services de communication audiovisuelle. L'utilisation de langues étrangères n'est pas pour autant proscrite, sous réserve qu'il soit recouru à une traduction en français, « aussi lisible, audible ou intelligible que la présentation en langue étrangère », ainsi qu'en dispose le quatrième alinéa de l'article 20-1 de la loi du 30 septembre 1986. Le législateur a confié à une autorité administrative indépendante, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), la mission de veiller à la défense et à l'illustration de la langue et de la culture française dans la communication audiovisuelle. Il est donc responsable de l'application, dans ce secteur, de la loi du 4 août 1994. Les actions menées par le CSA pour assurer le respect de la langue française dans les programmes audiovisuels sont nombreuses. Dans les conventions des principales chaînes de télévision, le CSA a introduit l'obligation de désigner un conseiller qualifié dans le domaine de la langue française. Ces responsables interviennent régulièrement auprès des rédactions pour rappeler les règles relatives au bon usage de la langue française. Sans qu'il soit possible d'imposer aux médias audiovisuels l'usage d'une terminologie officielle, ainsi que l'a rappelé le Conseil Constitutionnel, l'autorité de régulation mène des actions tendant à sensibiliser les diffuseurs à la qualité de la langue française employée. Les termes recommandés par la commission générale de terminologie et de néologie, publiés au Journal officiel, sont repris dans La Lettre du CSA. Le CSA transmet aux diffuseurs les fascicules de terminologie édités par la délégation générale à la langue française et aux langues de France. Il établit également des relevés linguistiques, complétés par les courriers des auditeurs et téléspectateurs. Les incorrections les plus fréquentes ou les plus significatives font chaque mois l'objet d'articles dans La Lettre du CSA. Il a également créé sur son site Internet une rubrique consacrée à la langue française, qui indique la terminologie recommandée au Journal officiel. Si des progrès peuvent, à n'en pas douter, encore être réalisés, ces mesures constituent néanmoins un dispositif efficace propre à assurer le respect de la langue française dans les médias audiovisuels. Il sera préservé. Enfin, la langue française est un des socles sur lequel doit se bâtir un État exemplaire. La loi du 4 août



1994 impose aux administrations et agents publics l'emploi des termes et expressions nouveaux proposés par les commissions de terminologie pour désigner en français les concepts et réalités qui apparaissent sous des appellations étrangères, notamment dans les domaines économique, scientifique et technique.