

Collana
“*lingue sempre meno straniere*”
8

Giovanni Agresti, Daniela Puolato

“Les représentations sociales de la langue française à Naples. De l’enquête de terrain aux débouchés didactiques”

ISBN - 978-2-88943-002-4

EAN - 978-2-88943-002-4

I edizione Rocco Marcozzi Editeur, La Chaux-de-Fonds, NE, Suisse 2015

copyright © 2020 Rocco Marcozzi Editeur, La Chaux-de-Fonds, NE, Suisse

La proprietà letteraria e tutti gli altri diritti relativi alla presente pubblicazione sono riservati a norma di Legge e a norma delle convenzioni internazionali. Il presente libro non può essere integralmente o parzialmente riprodotto, adattato, tradotto o trasmesso in qualsiasi forma e modo e con nessun mezzo (meccanico o elettronico) senza l'autorizzazione scritta dei rispettivi autori



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI
FEDERICO II

Ouvrage publié avec le concours du Dipartimento di Studi Umanistici - Università degli Studi di Napoli “Federico II” - Projet de recherche “70% - 2018”.

Finito di stampare nel mese di novembre 2020
presso Inprinting s.r.l. Camerino. Italia

Rocco Marcozzi Editeur Sàrl
2300 La Chaux-de-Fonds, NE, Suisse

<http://www.roccomarcozziediteur.ch>



Il logo e "Rocco Marcozzi Editeur" sono marchi registrati.
Tutti i diritti sono riservati.

Les représentations sociales de la langue française à Naples

De l'enquête de terrain aux débouchés didactiques

Giovanni Agresti

Daniela Puolato



Rocco Marcozzi Editore

Table des matières

Introduction. Le français à Naples, une langue... étrangère ?.....	5
1. Enquête quanti-quali	
Quinze idées générales sur le français, à Naples	15
1.1 L'outil d'enquête et le questionnaire. La méthode d'analyse combinée des représentations sociales	15
1.2 Commentaire des résultats. Données agrégées et analyses par variable (sexe, lieu, établissement)...	22
1.3 Bilan et ouvertures didactiques. Réflexivité phonologique, socialisation des représentations, didactique de la (F/f)rancophonie.	47
2. Enquête qualitative	
La langue française dans la parole des étudiant-e-s napolitain-e-s.....	49
2.1. Méthodologie et caractéristiques de l'échantillon.....	49
2.2. Dynamiques représentationnelles du français à Naples. Dimension évaluative et connivences implicites	59
2.3. L'utilité du français : un trait représentationnel masqué ?	107
2.4. Les enjeux représentationnels des affinités linguistiques et culturelles entre français et napolitain.....	116
2.5. La langue française : évocations symboliques	125
2.6. « Stratégies » de promotion du français : le point de vue des étudiant-e-s napolitain-e-s	157
Clôture.....	167
Références	175
Annexes	187

Introduction

Le français à Naples, une langue... étrangère ?¹

1. Naples, un terrain... francophone ?

Il suffit d'y séjourner quelque temps pour le constater : les Français aiment Naples. Autour de Palazzo Reale, Castel dell'Ovo, via Toledo... la langue française résonne bien souvent, désormais intégrée dans le paysage sonore urbain. Bien entendu, cette présence ne date pas d'hier, même si une histoire sociale du français à Naples reste à écrire. Si les Français aiment cette ville, et le cadre qui l'enveloppe – plongée dans l'histoire antique entre Pompéi et le Vésuve ; romantisme mondain entre Sorrente et Capri ; âge des Bourbons entre le palais royal de Caserte et celui de Capodimonte ; magnificences musicales et réminiscences littéraires entre le Théâtre San Carlo et le Café Gambrinus, etc. –, quel est le rapport des Napolitains vis-à-vis de la langue-culture française – et francophone ?

Cette question est d'autant plus légitime que le français ne participe pas uniquement du paysage *sonore* de la ville – en raison de la présence, surtout, des nombreux touristes qui la sillonnent et la découvrent au quotidien, l'hiver comme l'été. Le français investit en effet également le paysage *visuel* napolitain, et ce sous forme d'enseignes de commerce, de tags, d'affiches, de panneaux touristiques etc. qui vont au-delà des clichés et qui débordent largement les domaines d'usage attendus (mode vestimentaire, produits de beauté, hôtellerie...) et dont cette fois-ci les auteurs sont, vraisemblablement, des gens du lieu.

Un nombre considérable d'hybridations lexicales, à savoir des mots en langue locale (et non en italien) directement dérivés du français (quelques

¹ La présente Introduction (comme d'ailleurs l'ouvrage dans son ensemble) a été conçue conjointement par les deux auteurs. Cela dit, on peut attribuer plus spécialement à Giovanni Agresti les §§ 1 et 3 et à Daniela Puolato le § 2.

exemples devenus classiques : *sciantosa*, de « chanteuse » ; *tirabusciò*, de « tire-bouchon » ; *scemanfù*, de « je m'en fous » ...), montrent jusqu'à quel point il y a porosité entre les deux univers linguistico-culturels. Il y a donc un dialogue, une interaction entre la ville de Naples et la logosphère francophone, qu'il est intéressant d'approfondir : d'abord pour aller au-delà de la simple curiosité dialectophile ou folklorique ; ensuite, pour mettre à contribution ces dialogue et interaction aussi bien en termes théoriques (sociolinguistique) que didactiques.

En effet, plusieurs questionnements s'ouvrent à partir des constats que nous venons de formuler. En termes théoriques, il y a lieu de s'interroger déjà quant au statut du français à Naples : s'agit-il d'une langue étrangère ? Pas tout à fait. S'agit-il d'une langue seconde ? Pas sûr non plus... Pourrait-on parler dès lors de « francophonie latente » à Naples ? Pourquoi pas ! Et quels sont ces sujets plurilingues francophones qui évoluent dans l'espace napolitain ? Que des Français, que des Européens ? Ou bien aussi des Africains des anciennes colonies françaises nouvellement installés dans cette capitale méditerranéenne ? Surtout des touristes ou des fonctionnaires d'institutions internationales, ou alors d'abord des travailleurs précaires, des migrants ? Des individus seuls ou bien des personnes regroupées en famille ou en communauté ? etc. Par ailleurs, qu'est-ce qu'il nous raconte ce riche corpus visuel d'occurrences diverses en langue française qui parsème la ville et ses alentours ? Pour répondre à cette dernière question, nous avons amorcé depuis quelques années un repérage et une analyse systématiques de ces occurrences et avons déjà produit deux premières réflexions en ce sens (Puolato 2019 ; Agresti En préparation) qui complexifient considérablement l'image de la langue-culture française et de la francophonie à Naples.

Après ces recherches de terrain sur la francophonie visuelle napolitaine, il s'agissait pour nous de collecter l'opinion sur la langue française chez un échantillon suffisamment représentatif de la population du territoire, inaudible mais juste imaginable dans les occurrences évoquées. En termes d'analyse configurationnelle du discours, l'enjeu était de solliciter la « société présente » au-delà et par rapport à la « société absente » et à la « société latente » (Agresti 2008) plus ou moins bien détectables dans cette scripta urbaine. En un mot, il s'agissait pour nous d'aller plus loin et plus en profondeur dans la connaissance des représentations sociales de la langue-culture française à Naples. Pour ce faire, nous avons choisi de travailler sur la population étudiante des cinq universités napolitaines, à la fois vaste,

relativement homogène et plus facilement saisissable de par nos rôles institutionnels.

Par-delà l'intérêt d'étudier un tel objet en soi, fort stimulant voire fascinant, deux autres motivations majeures nous ont guidés et justifient la présente monographie ainsi que le choix de la population convoquée :

a) d'une part, l'espace urbain représente traditionnellement, dans le cadre des recherches en sociolinguistique, un contexte d'analyse privilégié en raison de son caractère pluri- et multilingue, de la grande diversité des espaces d'interaction ainsi que des variables (diaphasique, diagénique, diamésique, diagénérationnelle, diatopique...) qui rentrent à tout moment en ligne de compte. Dans cette perspective, la ville de Naples a tout pour être considérée un terrain exemplaire : ville très ancienne, à la mémoire stratifiée ; ville à la fois des institutions (chef-lieu régional, ancienne capitale au statut de métropole) et populaire² ; ville multi-ethnique, ville à la fois cosmopolite et très ancrée dans les traditions locales. D'où notre propos de travailler sur Naples en fonction, aussi, de la mise au point d'une méthode d'enquête transférable à d'autres contextes urbains comparables ;

b) d'autre part, le choix de la population étudiante, composée de plusieurs centaines de répondant-e-s ayant choisi, à différentes étapes de leurs cursus, la langue, la linguistique et/ou la littérature françaises, a été fait aussi en fonction d'une étude exploratoire visant une meilleure connaissance de l'imaginaire de nos étudiant-e-s. Notre enquête, si elle nous renseigne quant à l'image (positive, négative, neutre...) de la langue-culture française et, plus largement, quant au-x lien-s qui uni-ssen-t celle-ci à nos étudiant-e-s, nous informe également sur les désirs, les idées reçues, les goûts et les préférences de cette population dont trop souvent nous échappent les identités et les tensions. En une formule : l'étude des représentations sociales éclaire non seulement l'objet d'étude, mais aussi et sans

² Ailleurs nous avons remarqué : « Le peuple napolitain, quelle que soit l'acception que l'on voudra accorder au praxème « peuple », malgré d'indéniables changements intervenus ces vingt dernières années, habite encore le cœur historique de la ville [...] C'est peut-être le seul cas de figure de ce genre dans l'Europe contemporaine des grandes villes, où en général les couches populaires ont été repoussées dans les franges d'agglomération et dans les couronnes périurbaines » (Agregti 2020 : 127).

doute d'abord les sujets qui sont habités ou qui réfléchissent à ce dernier. La connaissance de ce que pense de la langue-culture française notre population étudiante peut par ailleurs s'avérer stratégique en termes d'ajustement des programmes et, plus largement, en termes d'organisation de l'enseignement et de sélection des contenus. Comme nous le soulignerons plus bas et dans les conclusions, des représentations négatives entravent parfois lourdement l'apprentissage d'un objet culturel, et notamment d'une langue... étrangère. Difficile de bien apprendre l'anglais si, idéologiquement, l'on déteste l'hégémonie économique-politique et culturelle anglo-américaine ; difficile, de même, de se lancer dans l'apprentissage du français si l'on est habitué par l'idée qu'il s'agit d'une langue démodée ou en déclin... et ainsi de suite.

Ces observations nous rappellent le poids parfois décisif des représentations sociales des langues, c'est-à-dire du niveau émique du lien à la langue/aux langues/à une langue en particulier. Ce que nous croyons d'une langue ouvre la voie, barre la route, aménage le chemin que nous avons à parcourir pour l'apprendre : tantôt autoroute, tantôt sentier tordu de montagne, tantôt sables mouvants. D'où la nécessité de bien cerner la notion de « représentation sociale » (désormais RS) et de l'appliquer à bon escient aux langues (à protéger, à apprendre, à transmettre...). Voyons cela de plus près.

2. Les représentations sociales : notion et perspectives

Formulée dans le cadre de la psychologie sociale, la Théorie des Représentations Sociales (Moscovici 1961) occupe une place centrale dans le domaine des sciences humaines et sociales. Son large essor a donné naissance à une pluralité d'orientations, applications et méthodologies, dont nous ne présentons ici qu'un aperçu sans prétention d'exhaustivité³. Celui-ci porte sur quelques points saillants de la notion de « représentation sociale », notamment par rapport à sa définition, à ses fonctions et à sa structure.

Il s'agit d'une structure mentale ou cognitive, stockée en mémoire et formée d'« un ensemble d'informations, de croyances, d'opinions et d'attitudes à propos d'un objet donné » (Abric 1994 : 19). En effet, une RS

³ Pour une synthèse, voir Rateau, Lo Monaco (2013).

n'existe que par rapport à un « objet » (concret, abstrait, social, symbolique, etc.). Faisant suite aux travaux de Durkheim (1898), Moscovici (1961) définit les RS comme des « univers d'opinions » qui se construisent au cours des interactions quotidiennes au moyen de deux processus cognitifs majeurs, c'est-à-dire l'« objectivation » et l'« ancrage ». L'un entraîne le passage de l'abstrait au concret, alors que l'autre produit une familiarisation de l'étrange. D'après Moscovici (1988 : 220), « all representations are at the interface of two realities: psychic reality, in the connection it has with the realm of the imagination and feelings, and external reality which has its place in a collectivity and is subject to group rules »⁴. La RS est en effet également tributaire d'un contexte social, dont elle traduit la pensée, et peut donc être caractérisée comme suit : « *une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social* » (Jodelet 1989 : 36) (soulignement de l'autrice). La RS est donc, plus spécifiquement, « une structure *sociocognitive*, reflétant bien plus la place similaire qu'occupent plusieurs individus dans la société, que leurs personnalités ou expériences propres » (Lo Monaco, Lheureux 2007 : 56). En tant que manifestation du « sens commun », la connaissance associée aux RS s'oppose au savoir scientifique, mais « elle est tenue pour un objet d'étude aussi légitime que [ce dernier] en raison de son importance dans la vie sociale, de l'éclairage qu'elle apporte sur les processus cognitifs et les interactions sociales » (Jodelet 1989 : 36). C'est que les RS constituent un système interprétatif « régissant notre relation au monde et aux autres » : elles « orientent et organisent les conduites et les communications sociales [...] [et] interviennent dans des processus aussi variés que la diffusion et l'assimilation des connaissances, le développement individuel et collectif, la définition des identités personnelles et sociales, l'expression des groupes, et les transformations sociales » (Jodelet 1989 : 36-37). Elles engendrent également des « prises de position qui sont liées à des insertions spécifiques dans un ensemble de rapports sociaux » (Doise 1990 : 127, cité dans Lo Monaco, Lheureux 2007 : 57).

⁴ « toutes les représentations sont à l'interface entre deux réalités : la réalité psychique, avec les connections qu'elle a avec le royaume de l'imagination et des sensations, et la réalité extérieure qui se situe dans une collectivité et est sujette aux règles du groupe » (traduction dans Lo Monaco, Lheureux 2007 : 57).

Les RS assument, inévitablement, plusieurs fonctions. Servant de « grille de lecture et de décodage » de la réalité, elles produisent un système d'anticipations et d'attentes qui oriente, voire détermine, les comportements des individus (Abric 1987 : 202). De plus, elles aident à comprendre et à expliquer la réalité (fonction de « savoir »), font partie intégrante de la construction de l'identité d'un groupe (fonction « identitaire »), justifient *a posteriori* une prise de position ou un comportement (fonction « justificatrice ») (Abric 1994 : 13-17).

Quant au contenu des RS, constitué d'informations, d'opinions, de croyances, d'attitudes, etc. – les éléments de la représentation –, l'approche structurale permet de passer de la conception d'un simple « univers d'opinions » à une conception en termes d'« univers structurés » (Rateau, Lo Monaco 2013 : 11). Selon Abric, une RS se compose d'un « noyau central » et d'une « périphérie ». Le premier correspond à « tout élément qui joue un rôle privilégié dans la représentation en ce sens que les autres éléments en dépendent directement car c'est par rapport à lui que se définissent leur poids et leur valeur pour le sujet » (Abric 1987 : 65). Il suffit qu'un seul élément du noyau central varie pour que les groupes aient des RS similaires mais non identiques. La conséquence en est qu'ils perçoivent et interprètent la réalité de manière différente les uns par rapport aux autres. En effet, le noyau central assure une fonction génératrice de sens et une fonction organisatrice. Le noyau contient les éléments porteurs de la signification de la RS et détermine l'organisation des éléments dits « périphériques » : « si le noyau central peut se comprendre comme la partie abstraite de la représentation, le système périphérique doit être entendu comme sa partie concrète et opérationnelle » (Rateau, Lo Monaco 2013 : 10). En outre, le noyau central se caractérise par sa stabilité et par sa relative indépendance du contexte (Abric 1994 : 28) : il est « trans-situationnel » (Rateau, Lo Monaco 2013 : 10). Le système périphérique permet, en revanche, d'adapter la représentation aux différents contextes sociaux : « ils constituent en effet l'interface entre le noyau central et la situation concrète dans laquelle s'élabore ou fonctionne la représentation » (Abric 1994 : 25). Les RS ne peuvent se comprendre qu'à travers une analyse combinée des éléments centraux et périphériques.

Toutefois, il est possible que les individus n'expriment pas tous les éléments de la représentation qu'ils ont d'un objet. En effet, il faut admettre l'existence d'éléments « masqués » par les sujets. Ces éléments latents ou implicites constituent la « zone muette » ou « cachée » d'une RS (Guimelli,

Deschamps 2000 : 53). Ce masquage résulte d'un procédé d'« auto censure » dont le sujet se sert pour donner une bonne image de lui-même et qui consiste à ne pas énoncer les aspects représentationnels qui enfreignent les normes et les valeurs sociales (Guimelli, Deschamps 2000, Lo Monaco, Guimelli 2008). Le risque de masquage augmente ou diminue en fonction de la pression normative ressentie par les sujets (répondre en son nom propre *vs* répondre au nom d'un groupe). Toutefois, le masquage ne concernerait que les RS portant « sur des objets imprégnés par des valeurs sociales reconnues et partagées » (Guimelli, Deschamps 2000 : 40), des objets affectés d'une forte charge normative.

Une RS se transforme suite à l'émergence de nouvelles pratiques sociales, adoptées par un groupe et avec lesquelles elle devient incompatible.

Parmi les multiples techniques d'analyse des RS, l'association libre de mots constitue l'une des plus favorisées en raison de sa vocation à relever des représentations spontanées et, surtout, de sa simplicité (information riche recueillie en peu de temps, nombre réduit de réponses consistant souvent en un seul mot) (Moliner, Lo Monaco 2017). Selon Abric (1994 [2002] : 65), cette méthode « permet de réduire la difficulté ou les limites de l'expression discursive ». En outre, la production discursive favorise le masquage des éléments représentationnels. Les procédures associatives reposent sur le principe de rendre manifeste l'existence d'un lien entre un mot inducteur (l'objet de la représentation) et un induit (Flament et Rouquette 2003) qui coïncide avec les mots ou les expressions qui viennent à l'esprit. En raison de son caractère spontané, les induits donneraient accès aux éléments constitutifs de la RS de la notion ou de l'objet à l'étude. Toutefois, toutes les réponses induites n'ont pas la caractéristique d'être des éléments constitutifs de la RS. C'est pourquoi elles doivent être soumises à l'analyse prototypique (Vergès 1992, 1994) qui consiste à croiser la fréquence d'apparition des réponses associatives avec leur position, au début ou à la fin, dans la liste des évocations (critère du rang d'apparition). Les éléments les plus fréquemment mentionnés dans les premiers rangs constituent les traits sémantiques saillants de l'inducteur. Ce critère se fonde sur le postulat que, lors d'une tâche d'évocation libre, les éléments (mots, expressions, idées) les plus importants seraient mentionnés les premiers, ce qui est loin d'être une condition d'énonciation systématique. Abric (2003) suggère alors de substituer le critère du rang d'apparition avec le critère du rang d'importance : on demande aux répondant-e-s de ranger par ordre

d'importance les induits qu'ils ont énoncé. Le croisement entre la fréquence et le rang d'importance permet d'identifier les éléments qui peuvent être intégrés dans le noyau central de la représentation, ceux qui appartiennent à la première et deuxième périphérie (éléments plus ou moins importants du système périphérique) et ceux qui constituent des éléments « contrastés »⁵. Ces derniers se rapportent à des sous-groupes de taille réduite qui les jugent importants (Abric 2003). L'enquête par questionnaire, constitué le plus souvent de questions fermées ou à choix multiple, reste la méthode la plus utilisée (Maurer 1999 : 181), surtout dans une phase exploratoire pour mieux cerner les aspects saillants de la problématique envisagée⁶.

En tant que processus d'acquisition de connaissances, situation d'échange communicationnel et dimension d'appropriation cognitive et affective d'un nouvel univers de significations, l'enseignement/apprentissage d'une langue étrangère mobilise inévitablement la représentation que le sujet a des langues qu'il apprend. Comme annoncé en § 1, le contenu positif ou négatif de ces représentations concourt à stimuler ou à entraver l'acquisition d'une langue autre (Castellotti, Moore 2002 : 10) et, bien avant cela, le refus ou le désir de cette langue. D'où la portée aussi fortement didactique de notre étude.

3. Notre étude

La richesse des approches, des méthodes et des instruments potentiellement mobilisables dans l'étude des RS impose des choix au moment d'étudier les représentations du français dans le contexte qui est le nôtre. C'est pourquoi, dans les deux chapitres qui constituent le corps du présent ouvrage, nous avons abordé le même problème auprès de la même population mais en adoptant deux démarches distinctes.

Dans le premier chapitre (« Quinze idées générales sur le français, à Naples »), la réflexion use de la méthode d'analyse combinée des

⁵ Il existe plusieurs méthodes pour décider de la centralité effective des éléments susceptibles d'appartenir au noyau central : évocation hiérarchisée, modèle des schèmes cognitifs de base (SCB), mise en cause du noyau central (MEC), test d'indépendance au contexte (TIC) (pour une présentation synthétique de ces méthodes, voir Lo Monaco, Lheureux 2007).

⁶ L'entretien semi-directif et le dessin sont également des méthodes utilisées pour l'étude des RS.

représentations sociales, élaborée par Bruno Maurer il y a quelques années (Maurer 2013). Il s'agit d'une enquête quali-quantitative menée à l'aide d'un questionnaire à 15 items résultant d'une pré-enquête réalisée auprès de la même population sondée. Cette méthode permet d'étudier les degrés d'adhésion ainsi que de consensus et, par leur croisement, met en relief le niveau d'« enracinement » de chaque RS.

Dans le deuxième chapitre (« La langue française dans la parole des étudiant-e-s napolitain-e-s »), par rapport à la précédente l'analyse se veut davantage qualitative car elle prend en compte une palette plus large de RS et fait la part belle à la subjectivité des réponses. Ces dernières valorisent précisément, parfois en la thématisant, l'interaction des deux sphères linguistico-culturelles (française et napolitaine), et ce à travers le prisme de plusieurs dimensions : évaluative, utilitaire, interlinguistique-interculturelle. Par ailleurs, dans une perspective anthropolinguistique, le français y est aussi associé à des éléments qui ont trait au corps et à la perception sensorielle du sujet.

Les deux chapitres débouchent sur des considérations de synthèse voire sur de véritables propositions didactiques. La dialectique entre la langue de l'ici et celle de l'ailleurs montre que dans la réalité il y a recoupement et que le français est loin d'être une langue tout à fait externe au répertoire des étudiant-e-s napolitain-e-s. D'où l'intérêt de viser le français aussi à partir du napolitain et, inversement, de valoriser le napolitain à partir de la langue-culture française et des « lieux » qu'elle occupe. Sans doute, est-ce ce que l'Institut français de Naples est en train de faire à travers les cours de langue napolitaine qu'il vient d'organiser⁷. En ce qui nous concerne, le présent ouvrage est là aussi pour permettre un rapprochement ultérieur de ces deux langues-cultures qui, depuis le Moyen Age, n'ont jamais eu de cesse de se parler.

Naples-Bordeaux, octobre 2020

⁷ <https://www.napolidavivere.it/2020/10/13/corso-gratuito-di-lingua-napoletana-allistituto-francese-grenoble-di-napoli/>

1.

Enquête quanti-quali

Quinze idées générales sur le français, à Naples⁸

L'étude des RS, étude classiquement émique, est grandement redevable des instruments utilisés pour réaliser la recherche. Voilà pourquoi, dans le présent ouvrage, nous avons cru nécessaire de mettre à contribution plusieurs méthodes d'analyse afin d'éclairer de manière complexe un objet culturel particulièrement riche et idéologiquement marqué. Ce chapitre présente les résultats de l'enquête menée à travers la méthode d'analyse combinée des RS des langues. Notre objectif est d'aiguiser le regard et de restituer, en ces années 2018-2020, une image aussi fiable que possible de la perception de la langue-culture française chez des populations étudiantes évoluant dans la ville de Naples – et, par là même, interagissant avec cette dernière⁹.

1.1 L'outil d'enquête et le questionnaire. La méthode d'analyse combinée des représentations sociales

L'outil utilisé pour développer notre enquête est la MAC, ou méthode d'analyse combinée des RS des langues. Il s'agit d'une démarche articulée en cinq phases mise au point par Bruno Maurer (2013) et expérimentée, en ce qui nous concerne, dans le cadre de terrains divers¹⁰. Nous avons eu la

⁸ Le présent chapitre a été rédigé par Giovanni Agresti.

⁹ Le statut de Naples, ville multilingue et, plus précisément, « francophone », a été déjà questionné par quelques études. Les deux auteurs de la présente monographie ont quant à eux abordé le sujet dans Puolato (2019 et 2020) et Agresti (En préparation).

¹⁰ Nous signalons au moins l'enquête sur l'enseignement du français en Italie dans le secondaire (Agresti 2016), ainsi que les enquêtes sur plusieurs langues minoritaires d'Italie : le francoprovençal des Pouilles (Agresti 2017), le frioulan (Agresti, Pallini 2016),

chance de partager directement avec l'auteur la réflexion qui a permis d'aboutir à cette méthode, qui s'avère à la fois économique et à haut rendement¹¹. De cette réflexion on retiendra surtout la double insatisfaction qui l'a provoquée :

- a) d'une part, le manque structurel de moyens (le chercheur universitaire n'est pas l'INSEE ni l'ISTAT et n'a ni les moyens économiques, ni le pouvoir contraignant pour obliger des masses conséquentes de population à renseigner des questionnaires complexes) ;
- b) d'autre part, le risque que le chercheur court toujours (notamment dans ce genre d'enquêtes émiques) de projeter ou verser dans le questionnaire sa propre idéologie au lieu de faire remonter les idées circulant au sein de la population enquêtée.

Dans les paragraphes suivants nous montrerons les différentes phases de la démarche MAC, de la pré-enquête aux commentaires en aval de l'administration du questionnaire concernant les RS de la langue française à Naples.

1.1.1 Phase 1. La pré-enquête

Afin de conjurer le risque d'autoréférentialité du chercheur, une *pré-enquête* s'impose qui est menée auprès d'un échantillon restreint mais représentatif de la même population qui sera, par la suite, sondée moyennant le véritable questionnaire¹². C'est la Phase 1 de l'enquête MAC. Ainsi, au début de

l'occitan de Guardia Piemontese (Agresti, Pallini 2017), le romani (Agresti 2015) et l'arbèresh de Civita (Agresti 2018 : 114-140).

¹¹ Nous avons en effet pris part au projet, cofinancé par la MSH de Montpellier, dénommé « Représentations des langues et des identités en Méditerranée en contexte plurilingue ». Ce projet, dirigé par Bruno Maurer, a été mené à bien entre 2013 et 2015 avec le soutien institutionnel principal de la Maison des Sciences de l'Homme de Montpellier, mais aussi de l'EA 739 Dipralang, de l'Université de Tlemcen (Algérie) et de l'association LEM-Italia (Italie). Les contributions issues de ce projet de recherche ont été publiées dans le n° 3 de *Circula. Revue d'idéologies linguistiques* (Maurer *et al.* 2016). Numéro en libre accès en ligne : <http://circula.recherche.usherbrooke.ca/numero-3/>

¹² La pré-enquête peut prendre plusieurs formes, suivant les contraintes (temporelles, économiques, logistiques etc.) qui l'encadrent et en fonction de la population enquêtée (entretiens individuels, focus groups, prise de note cachée en observateur externe, travail sur des sources secondaires etc.).

l'année universitaire 2017-2018, dans le cadre de notre cours de Linguistique française à destination des étudiants en Licence 2 « Lettres modernes » de l'Université Federico II de Naples, avons-nous proposé aux quelques soixante étudiant-e-s présent-e-s en salle une tâche très simple : indiquer, sur une feuille blanche, en une vingtaine de minutes, ce que la langue française représente pour eux/elles. Nous avons par la suite collecté cet ensemble d'idées et avons, avec ce matériau¹³, fabriqué le questionnaire à double contrainte que nous avons par la suite utilisé pour mener à bien l'enquête.

1.1.2 Phase 2. La fabrication du questionnaire à double contrainte

Le modèle de questionnaire « à double contrainte » a été élaboré par Maurer pour contrecarrer, autant que possible, le déficit « quantitatif » contre lequel toute enquête de ce type est destinée à se heurter, faute d'un support économique et « politique » conséquent (voir nos arguments plus haut). En une formule : il nous incombe de faire vite, bien et sans trop de dépenses. Pour atteindre cet objectif, le chercheur doit pouvoir exploiter une méthode d'enquête alliant le quantitatif au qualitatif, où la qualité des réponses assure une certaine fiabilité des résultats même lorsque l'échantillon n'est pas particulièrement vaste. Or, c'est précisément la « double contrainte » qui est censée assurer cet équilibre. De quoi s'agit-il ? Observons d'abord l'image suivante, qui reproduit à l'identique le questionnaire tel qu'élaboré par nos soins en aval de la pré-enquête et d'un premier test auprès des mêmes étudiants déjà mis à contribution :

¹³ Afin de ne pas alourdir excessivement notre exposé, nous faisons ici l'économie de cet ensemble de productions textuelles.

Les représentations sociales de la langue française à Naples

QUESTIONARIO SULLE RAPPRESENTAZIONI SOCIALI DELLA LINGUA FRANCESE A NAPOLI

Progetto di ricerca a cura di Giovanni Agresti

Università degli Studi di Napoli "Federico II"

giovanni.agresti@unina.it

Progetto in rete con le altre Università del territorio napoletano

Scegliere per ogni item una opzione delle cinque proposte, barrando la casella corrispondente. Complessivamente, ogni opzione ("Per nulla d'accordo", "Poco d'accordo", "Neutro", "Abbastanza d'accordo" e "Pienamente d'accordo") deve essere scelta 3 volte, senza eccezioni. Consigliamo di cominciare con l'indicare le opzioni "Pienamente d'accordo" e "Per nulla d'accordo", per poi passare alle valutazioni intermedie.

Residenza (Napoli città o Fuori Napoli) _____ Università _____

Data _____ Età _____ Sesso (M / F) _____ Nazionalità _____

1	La lingua francese permette di esprimere con profondità le emozioni	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo
2	La lingua francese è portatrice degli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo
3	La lingua francese è raffinata ed elegante	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo
4	La lingua francese è imperialista	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo
5	La lingua francese ha una grammatica complicata e una norma molto rigida	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo
6	La lingua francese possiede origini molto antiche	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo
7	La lingua francese è in declino sul piano della comunicazione internazionale	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo
8	La lingua francese è poco musicale	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo
9	La vera lingua francese è solo la lingua di Parigi	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo
10	La lingua francese è bella perché è inutile	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo
11	La lingua e la cultura francese fanno pensare all'amore	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo

12	La lingua francese permette di esprimere il pensiero in modo complesso	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo
13	La lingua francese è la lingua della grande letteratura e dell'arte	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo
14	La lingua francese è una lingua molto astratta	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo
15	La lingua francese è la lingua dello snobismo e dell'arroganza	Per nulla d'accordo	Poco d'accordo	Neutro	Abbastanza d'accordo	Pienamente d'accordo
	TOTALE (VERIFICARE CORRETTA DISTRIBUZIONE RISPOSTE)	3	3	3	3	3

Fig. 1 – Le questionnaire à double contrainte (méthode d'analyse combinée des représentations sociales) utilisé dans nos enquêtes

Comme annoncé, les items qui figurent dans ce questionnaire sont le résultat de l'élaboration de la masse d'idées circulant sur la langue française au sein de la population sondée. La Phase 2 consiste donc essentiellement à passer de cette masse d'informations au véritable questionnaire, destiné à l'exploitation sur une plus grande échelle. La Phase 2 est donc très délicate en ce que, lors de ce passage, l'idéologie, la subjectivité du chercheur, contournée dans la Phase 1, pourrait reprendre le dessus par rapport à la pré-enquête et, en quelque sorte, dévoyer celle-ci.

Il s'agit en effet de parvenir à des formulations (items) à la fois efficaces, clivantes et, dans l'ensemble, équilibrées. Mais, d'abord, il s'agit de sélectionner 10, 15 ou 20 items pour que le questionnaire soit traitable par le logiciel en ligne qui a été créé exprès pour les enquêtes MAC¹⁴. La Phase 2 est, finalement, une phase de sélection et reformulation. Celles-ci doivent être pensées en fonction d'une double contrainte, expliquée dans le questionnaire lui-même :

- a) par rapport à chaque item, le répondant doit cocher une case correspondant au niveau d'adhésion/rejet. Ces niveaux sont au nombre de cinq : « pas du tout d'accord » (correspondant à -2 en termes numériques), « peu d'accord » (-1), « neutre » (0), « plutôt d'accord » (+1) et « tout à fait d'accord » (+2). Par conséquent, la

¹⁴ Logiciel actuellement en refonte mais avant hébergé par le site internet de l'IUT de Béziers.

formulation de chaque item doit être aussi claire que possible, en évitant par exemple des tournures trop complexes ou déroutantes (deux informations dans le même item), des phrases négatives (du genre « la langue française n'est pas... »), des mots trop ambigus, etc. ;

- b) le répondant doit veiller à ce que chaque niveau d'adhésion soit choisi *le même nombre de fois*. Ainsi, dans un questionnaire à 15 items comme le nôtre, le répondant devra opter, sans exception, ($15 : 5 = 3$) trois fois pour « pas du tout d'accord », trois fois pour « peu d'accord », trois fois pour « neutre » et ainsi de suite. Cette deuxième contrainte peut susciter des contrariétés chez le répondant, qui pourrait la ressentir comme une limitation de sa liberté. Cependant, elle est nécessaire, car elle oblige ce dernier à hiérarchiser ses réponses par une réflexion parfois très approfondie, ce qui devrait assurer une bonne qualité des résultats de l'enquête.

Cela dit, pour qu'elle soit recevable, la deuxième contrainte doit reposer sur une sélection et une formulation une fois de plus très soignées des items du questionnaire. Pour que tout le monde puisse renseigner aisément celui-ci, il faudra en effet que les items soient répartis de manière équilibrée entre items « valorisants » et items « dévalorisants » et aussi, même si cela semble être moins important, entre ces items et les items neutres. Nous nous en expliquons.

Dans le questionnaire reproduit dans la Fig. 1, les items 1, 2, 3, 11, 12 et 13 (six) valorisent indéniablement la langue française en ce qu'ils lui attribuent des qualités, alors qu'au moins les items 4, 5, 7, 8 et 15 (cinq) véhiculent des idées négatives de la même langue et que les items 6, 9, 10 et 14 (quatre) ne sont en principe ni négatifs, ni positifs. Cette distribution nous paraît équilibrée en ce que, par exemple, un répondant « francophile » pourrait aisément adhérer (tout à fait ou un peu) aux items positifs et rejeter (tout à fait ou un peu) les items négatifs ; en revanche, un répondant « francophobe » pourrait facilement adhérer aux items négatifs et rejeter les items positifs. Un test sur les étudiants ayant participé à la pré-enquête nous a permis enfin de vérifier la recevabilité du questionnaire et donc de le valider.

1.1.3 Phase 3. L'administration du questionnaire

Afin de réussir à mener notre enquête dans les différents établissements universitaires de Naples, nous avons impliqué plusieurs collègues francisants, nos relais locaux¹⁵. Même si les terrains ne sauraient être tout à fait homogènes, nous avons privilégié – dans le cadre de filières linguistiques et littéraires (Licence et Master) – des populations d'étudiants *ayant choisi* le français (Langue et traduction ; Linguistique ; Langue et littérature...). Dans le tableau suivant nous résumons l'échantillon qui a renseigné notre questionnaire (Phase 3)¹⁶.

Date de l'enquête	Université	Étudiantes napolitaines	Étudiants napolitains	Étudiantes non-napolitaines	Étudiants non-napolitains	Total étab.t
06/12/18	Federico II	36	9	100	17	162
	L'Orientale	36	5	60	13	114
01/02/2018	Parthenope	19	19	32	19	89
	Suor Orsola Benincasa	8*		24*		32
	Vanvitelli	11	10	10**	19**	50
Total étudiant-e-s napolitain-e-s / non-napolitain-e-s		153		294		447
Total étudiantes (F) / étudiants (H)		333*** (F)		114*** (H)		

* Le chiffre cumule les étudiantes et les étudiants ; ** il s'agit dans la réalité de ravailleuses et de travailleurs ; *** le total tient compte du calcul exact des étudiantes et les étudiants, qui a été agrégé uniquement pour ce qui est de l'université Suor Orsola Benincasa.

Tab. 1 – L'échantillon qui a servi de base à notre enquête

⁵ Nous nous devons de les remercier. Il s'agit de Silvia Disegni, Daniela Puolato et Valeria Sperti (Université Federico II); de Maria Centrella et Jana Altmanova (Université L'Orientale); de Maria Giovanna Petrillo (Université Parthenope); de Alvio Patierno et Ciro Ranisi (Université Suor Orsola Benincasa); de Carmen Saggiomo (Université Luigi Vanvitelli).

⁶ Dans le Tableau 1 on n'a retenu que les questionnaires correctement remplis, qui sont d'ailleurs l'écrasante majorité (près de 95% du total). L'administration des questionnaires s'est faite en présence.

1.1.4 Phases 4 et 5. Génération des graphes et analyse des résultats

Une fois collecté les questionnaires remplis, nous avons inséré manuellement les données de chacun d'entre eux dans plusieurs feuilles de calcul Excel, une feuille pour chaque population / sous-population à enquêter¹⁷. Comme précisé plus haut, chaque niveau d'adhésion correspond à une valeur numérique allant de -2 (rejet maximum) à + 2 (adhésion maximale). Les feuilles de calcul renseignées, nous les avons chargées sur le logiciel en ligne dédié et avons généré plusieurs graphes et tableaux : les graphes proprement dits, les schémas en couronnes, le tableau des scores d'adhésion, celui du consensus et, enfin, le tableau concernant la distance entre items. Dans les paragraphes qui suivent nous observons ces résultats de près et proposons un commentaire : cette analyse constitue les Phases 4 et 5 de l'enquête. À ces cinq phases on peut ajouter un moment ultérieur de restitution publique, notamment dans certains contextes multilingues particulièrement marqués par des langues « identitaires »¹⁸.

1.2 Commentaires des résultats. Données agrégées et analyses par variable (sexe, lieu, établissement)

1.2.1 Données agrégées

Comme indiqué dans le Tab. 1, les effectifs des populations enquêtées s'élèvent à 447 répondant-e-s. Un premier aperçu des résultats de l'enquête concerne l'ensemble de ces populations. Dans le Tab. 2 nous proposons cet aperçu, qui se lit à l'aune de deux paramètres :

¹⁷ Par « population » on entend l'échantillon global des étudiant-e-s universitaires des universités napolitaines. Les « sous-populations » correspondent à des carottages distribuant cette population globale en plusieurs sous-ensembles, suivant les variantes choisies : étudiants vs étudiantes ; étudiant-e-s napolitain-es vs étudiant-e-s non-napolitain-e-s ; étudiant-e-s des différentes universités prises en compte. C'est notamment l'analyse par sous-populations que permet aussi de basculer dans l'analyse qualitative.

¹⁸ C'est notamment le cas des îlots linguistiques minoritaires (voir *supra*, note 10). Mais, à bien y voir, même dans le cas de la présente enquête, il est évident que les résultats de l'analyse peuvent être utilement mis à contribution pour esquisser les lignes directrices d'une stratégie de promotion – et, d'abord, d'enseignement – du français, qui représenterait la dernière phase du travail. Nous reviendrons sur ce point dans le paragraphe conclusif (« Bilan et ouvertures didactiques »).

- c) le score d'adhésion et
 d) le niveau de consensus. Ce niveau pourrait être également appelé niveau de dissensus, voire d'enracinement des RS.

	Items	Score d'adhésion (-2 / +2)	Niveau de consensus/dissensus (consensus max = 0)
1	La lingua francese permette di esprimere con profondità le emozioni	0,868	0,990
2	La lingua francese è portatrice degli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza	0,718	1,078
3	La lingua francese è raffinata ed elegante	1,644	0,686 MAX
4	La lingua francese è imperialista	-0,496	1,122
5	La lingua francese ha una grammatica complicata e una norma molto rigida	0,364	1,186
6	La lingua francese possiede origini molto antiche	0,892	1,031
7	La lingua francese è in declino sul piano della comunicazione internazionale	-0,418	1,219
8	La lingua francese è poco musicale	-1,331	0,952
9	La vera lingua francese è solo la lingua di Parigi	-1,317	0,892
10	La lingua francese è bella perché è inutile	-1,557	0,769
11	La lingua e la cultura francese fanno pensare all'amore	0,794	1,049
12	La lingua francese permette di esprimere il pensiero in modo complesso	0,154	1,057
13	La lingua francese è la lingua della grande letteratura e dell'arte	0,970	1,050
14	La lingua francese è una lingua molto astratta	-0,460	1,076
15	La lingua francese è la lingua dello snobismo e dell'arroganza	-0,836	1,250 MIN

Tab. 2 – Les résultats de l'enquête. Données globales agrégées

Nous avons surligné en rouge l'item qui a obtenu le score d'adhésion maximal (c'est le n. 3 : « La lingua francese è raffinata ed elegante », « La

langue française est raffinée et élégante », +1,644/+2,00) et en bleu celui qui a obtenu le score d'adhésion minimal ou plutôt de rejet maximal (c'est le n. 10 : « La lingua francese è bella perché è inutile », « La langue française est belle parce qu'elle est inutile », - 1,557/-2,00).

Cette distribution élémentaire nous paraît intéressante en ce que l'échantillon adhère globalement à l'idée que la langue française est « belle » (ou plutôt « raffinée » et « élégante »), tout en rejetant l'idée que cette beauté découlerait de son « inutilité » présumée, citation éventuelle du célèbre propos de Théophile Gautier¹⁹. On peut en déduire que la beauté de la langue est en quelque sorte intrinsèque au français, ce qui est confirmé par le rejet plutôt massif de son présumé manque de musicalité (c'est l'item n. 8 : « La lingua francese è poco musicale », « La langue française est peu musicale », -1,331/-2,00).

Par ailleurs, si la langue française n'est pas belle *parce que* « inutile », il y a lieu de se demander si elle est ou non « (in)utile » tout court pour notre échantillon. Or, à ce sujet on peut observer que l'utilité d'une langue est une qualité très ambiguë et donc difficilement saisissable : utile à qui ou pour quoi, et dans quel contexte ? Si cette observation est parfaitement légitime²⁰, il n'en demeure pas moins que, lorsqu'il s'agit de porter un jugement sur les langues, l'utilité est fonction de sa valeur instrumentale ou alors, en termes économiques, de sa rentabilité. Dans cette perspective, la langue qui est universellement perçue comme étant la plus utile au monde est sans doute, de nos jours, l'anglais global ; à l'opposé, les langues qui seraient le moins utiles seraient des langues en voie de disparition, parlées par une poignée de locuteurs, généralement vieux et isolés.

Quoi qu'il en soit, l'item n. 1, qui concerne une propriété soi-disant intrinsèque du français (« La lingua francese permette di esprimere con profondità le emozioni », « La langue française permet d'exprimer avec

¹⁹ C'est la théorisation de « l'art pour l'art », apparue dans la préface de Gautier à *Mademoiselle de Maupin* en 1834, mais en réalité précédée ou partagée par d'autres précurseurs (Victor Cousin, Benjamin Constant, Edgar Allan Poe...): « À quoi bon la musique ? à quoi bon la peinture ? Qui aurait la folie de préférer Mozart à M. Carrel, et Michel-Ange à l'inventeur de la moutarde blanche ? Il n'y a de vraiment beau que ce qui ne peut servir à rien ; tout ce qui est utile est laid. [...] Je préfère à certain vase qui me sert un vase chinois, semé de dragons et de mandarins, qui ne me sert pas du tout ».

²⁰ Au Tribunal de Paris la maîtrise de la langue française est indispensable pour l'accusé, mais dans la province italienne le français n'a généralement pas sa place, sauf si vous vous trouvez au Val d'Aoste ou dans des cadres très particuliers et aléatoires – jumelages, événements institutionnels impliquant des pays francophones etc.

profondeur les émotions ») obtient un score positif de +0,068/+2,00. Elle aurait donc au moins cette fonction. Dans la sphère de la culture, des émotions et des sentiments, en plus de l'item n. 1 il faut considérer l'item n. 11 (« La lingua e la cultura francese fanno pensare all'amore », « La langue et la culture française font penser à l'amour », +0,794/+2,00) ainsi que l'item n. 13 (« La lingua francese è la lingua della grande letteratura e dell'arte », « La langue française est la langue de la grande littérature et de l'art », +0,970/+2,00). Ce bloc d'items reflète une image globale du français langue littéraire, porteuse d'émotions et « sentimentale ».

Un autre bloc d'items, apparemment opposé au premier, concerne en revanche le français langue de la logique et de la rigueur. C'est le cas de l'item n. 5 (« La lingua francese ha una grammatica complicata e una norma molto rigida », « La langue française possède une grammaire compliquée et une norme très rigide », +0,364/+2,00), de l'item n. 12 (« La lingua francese permette di esprimere il pensiero in modo complesso », « La langue française permet d'exprimer la pensée de manière complexe », +0,154/+2,00) et enfin de l'item n. 14 (« La lingua francese è una lingua molto astratta », « La langue française est une langue très abstraite », -0,460/-2,00). Ces trois items se situent dans la partie centrale du Graphe 1 (voir *infra*), à savoir la région occupée par les représentations peu polarisées (neutres, légèrement positives ou légèrement négatives). On peut en conclure que ce second bloc, par rapport au premier, caractérise moins la perception du français chez notre échantillon. Quelques carottages sont porteurs, nous semble-t-il, d'informations significatives : on pourra par exemple comparer l'item n. 1 (« Le français permet d'exprimer avec profondeur les émotions ») à l'item n. 12 (« La langue française permet d'exprimer la pensée de manière complexe »), séparés de (0,868 – 0,154) 0,714/4,00. Cet écart (0,714) serait à l'image de l'écart au niveau des RS de notre population entre le français langue des émotions et le français langue de la pensée rationnelle, pour peu que l'on considère les émotions comme étant opposées à la raison (ce qui est, du moins à notre sens, loin d'être une évidence). Pour conclure, on observera que le caractère prétendument « abstrait » du français passe mal en langue italienne, où l'adjectif *astratto* est, surtout chez les étudiant-e-s, synonyme de « flou », « confus », « peu

parlant », « distant », « rasoir »²¹, alors qu'en français il jouit, pour ainsi dire, d'une riche tradition de discours autorisés concluant à l'universalité du français précisément en raison de son caractère de langue capable d'exprimer les nuances les plus fines et abstraites de la pensée. Les RS des langues, qui finalement se résument à une série de discours, de propos sur les langues, sont conditionnées aussi par la « mémoire interdiscursive » (Courtine 1981 ; Lecomte 1981 ; Moirand 2004 ; Paveau 2014) propre à chaque communauté linguistique.

Le français langue de pouvoir peut bien représenter un troisième bloc d'items. Un pouvoir « soft », diplomatique, sans doute, pour ce qui est de l'item n. 2 (« La lingua francese è portatrice degli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza », « La langue française est porteuse des idéaux de liberté, égalité et fraternité », +0,718/+2,00), la devise républicaine étant évidemment familière à nos répondant-e-s ; un pouvoir géopolitique davantage « musculaire » pour ce qui est de l'item n. 4 (« La lingua francese è imperialista », « La langue française est impérialiste », -0,496/-2,00) ou alors lié à la francophonie, comme dans l'item n. 7 (« La lingua francese è in declino sul piano della comunicazione internazionale », « La langue française est en déclin sur le plan de la communication internationale », -0,418). On observe que ces deux derniers items sont rejetés, même si de manière assez légère, par notre échantillon d'étudiant-e-s : cela restitue une image globale d'une langue perçue comme porteuse d'idéaux universels et finalement peu « agressive » sur le plan international, bien que loin de décliner.

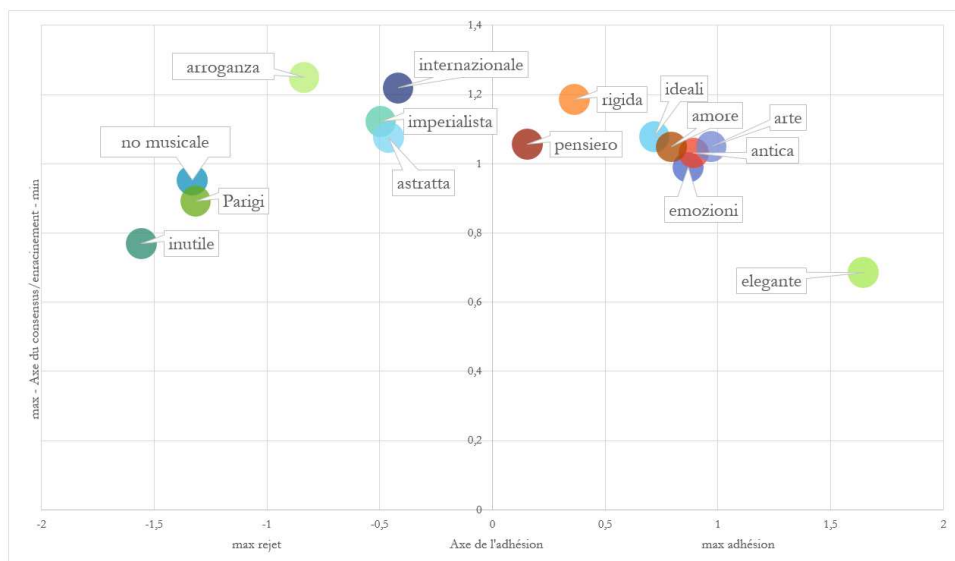
Un dernier ensemble d'items regroupe des formulations diverses qui semblent converger en une idée « généalogique », « centraliste » voire « aristocratique » de la langue. Il s'agit de l'item n. 6 (« La lingua francese possiede origini molto antiche », « La langue française possède des origines très anciennes », +0,892/+2,00), du n. 9 (« La vera lingua francese è solo la lingua di Parigi », « La vraie langue française n'est que la langue de Paris », -1,317) ou du n. 15 (« La lingua francese è la lingua dello snobismo e dell'arroganza », « La langue française est la langue du snobisme et de l'arrogance », -0,836). Il en ressort une image globale de langue qui se veut ancienne, de prestige, mais qui, d'après nos répondant-e-s, est loin d'être,

²¹ On entendra facilement, de la bouche d'un-e étudiant-e italien-ne, du lycée comme de l'université, que telle discipline (ou tel enseignement) est abstraite au sens de difficile à suivre, peu intéressante, peu concrète.

encore de nos jours, langue de la « cour » ou, plus laïquement, de la capitale, ou élitiste.

Nous n'avons pris en compte, jusque-là, que les scores d'adhésion obtenus par les différents items. Mais il faut également considérer les niveaux de consensus de chacun d'entre eux. Ce dernier est largement (mais pas totalement, à bien y voir) indépendant du score d'adhésion : il indique le degré d'uniformité des réponses données : d'autant plus celles-ci sont uniformes (positives, négatives ou neutres), d'autant plus le niveau de consensus est proche du 0 (dans ce dernier cas, tous les répondant-e-s ont répondu de la même manière). Les résultats agrégés de notre enquête montrent que l'item ayant obtenu le niveau de consensus le meilleur (0,686) est celui qui a en même temps obtenu le score d'adhésion le plus élevé, à savoir l'item n. 3 (« La langue française est raffinée et élégante »). À l'opposé, l'item ayant obtenu le niveau de consensus le plus faible (réponses très dispersées) est le n. 15 (« La langue française est la langue du snobisme et de l'arrogance »), avec 1,25.

Le graphe qui suit spatialise aussi bien le score d'adhésion (axe des abscisses) que le niveau de consensus (axe des ordonnées). Il en résulte trois points marqués qu'il convient de considérer afin d'évaluer les différents résultats : α) le coin en bas à droite (+2 en abscisse, 0 en ordonnée) est le lieu du graphe où convergent adhésion et consensus maximum : tou-te-s les répondant-e-s adhèrent tout à fait à l'item ; β) le coin en bas à gauche (-2 en abscisse, 0 en ordonnée) est le lieu du graphe où convergent rejet et consensus maximum : tou-te-s les répondant-e-s rejettent tout à fait l'item ; χ) le point en haut au milieu du graphe (0 en abscisse, $\pm 1,4$ en ordonnée) est le lieu du graphe où se situent les items les plus flous : adhésion neutre et consensus éclaté, lorsque la moyenne du score d'adhésion est 0 mais les écarts d'opinion entre les différent-e-s répondant-e-s est très élevé.



Graph 1 – Les résultats de l'enquête (données globales agrégées)

Dans cette perspective, l'axe des abscisses, correspondant à l'ordonnée 0, finit par ressembler à une véritable ligne de terre, horizon d'enracinement des différentes RS. Par conséquent, les points α et β sont les pôles de l'enracinement, des représentations cristallisées, alors que le point χ représente le pôle du flou et de la dispersion. Ce constat implique que, du point de vue de l'intervention pédagogique, les items placés au milieu en haut sont ceux qui peuvent être le plus facilement modifiés – en positif évidemment –, alors que les items tendant à α ou β sont difficilement modifiables au vu de leur profond enracinement dans les esprits des répondant-e-s.

1.2.2 Variation diagénique. Étudiantes vs étudiants

Les données agrégées donnent un aperçu global qui, par définition, est surtout quantitatif. À partir de ces résultats d'ensemble, il est fort intéressant d'effectuer des sondages croisés, des comparaisons qui permettraient de basculer, un tant soit peu, également du côté de l'analyse qualitative.

La première variation prise en compte concerne la variable sexe : il est en effet fort intéressant d'étudier le rapport à la langue française chez les

étudiantes par rapport aux étudiants. De manière impressionniste, pour les Italiens l'« accent » français (ou plutôt la nasalité caractérisant la langue et sa prosodie) est souvent perçu comme efféminé²² ; par ailleurs, les cursus linguistico-littéraires et, plus largement, les cursus ayant trait à l'esthétique et à la culture, domaines où la langue-culture française s'est abondamment illustrée, sont plus souvent choisis par les étudiantes. En effet, comme on pouvait s'y attendre, dans notre échantillon la proportion des femmes est largement supérieure à celle des hommes (presque triple : 333 contre 114). Néanmoins, la taille de l'ensemble de la population masculine est largement suffisante pour qu'elle soit considérée comme représentative.

Dans le Tab. 3 nous comparons les deux sous-populations du point de vue des scores d'adhésions aux différents items. Nous avons surligné en rouge celui qui a obtenu le score d'adhésion le plus important (le n. 3) et en bleu clair celui qui a obtenu le score de rejet le plus élevé (le n. 10). En ce qui concerne ces deux items, et d'ailleurs la plupart de ceux qui forment le questionnaire, nous observons une certaine homogénéité dans les réponses des deux sous-populations : celles-ci présentent des variations tout à fait moindres, et donc négligeables. À cinq exceptions près, où la variation est plus poussée (au moins de $\pm 0,2$) : nous avons surligné en gris ces items, qui sont le n. 5, le n. 7, le n. 9, le n. 13 et surtout le n. 15. Ce dernier item (« La langue française est la langue du snobisme et de l'arrogance ») est plus fortement rejeté par les étudiantes (-0,954) que par les étudiants (-0,491). Globalement – non pas en termes absolus mais uniquement par rapport aux étudiantes (F) –, les étudiants (H) considèrent que le français n'est pas si compliqué que cela, qu'il est un peu en déclin à l'internationale, qu'il n'est pas complètement faux de penser que c'est d'abord et surtout la langue de Paris, qu'il n'est pas tout à fait vrai que c'est la langue de la grande littérature et de l'art et, surtout, qu'il n'est pas tout à fait erroné de penser que le français est la langue du snobisme et de l'arrogance.

²² Pas uniquement les Italiens, à en croire quelques témoignages comme celui qui a été publié dans cette page web : <https://fr.quora.com/Les-Fran%3%A7ais-sont-le-sommet-de-la-masculinit%C3%A9-et-de-la-virilit%C3%A9-alors-pourquoi-l'accent-fran%3%A7ais-est-il-si-eff%C3%A9min%C3%A9>

	Items	Score d'adhésion (-2 / +2) F	Score d'adhésion (-2 / +2) H
1	La lingua francese permette di esprimere con profondità le emozioni	0,852	0,912
2	La lingua francese è portatrice degli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza	0,735	0,666
3	La lingua francese è raffinata ed elegante	1,687	1,517
4	La lingua francese è imperialista	-0,471	-0,570
5	La lingua francese ha una grammatica complicata e una norma molto rigida	0,432	0,166
6	La lingua francese possiede origini molto antiche	0,933	0,771
7	La lingua francese è in declino sul piano della comunicazione internazionale	-0,468	-0,271
8	La lingua francese è poco musicale	-1,339	-1,307
9	La vera lingua francese è solo la lingua di Parigi	-1,360	-1,192
10	La lingua francese è bella perché è inutile	-1,579	-1,491
11	La lingua e la cultura francese fanno pensare all'amore	0,822	0,710
12	La lingua francese permette di esprimere il pensiero in modo complesso	0,132	0,219
13	La lingua francese è la lingua della grande letteratura e dell'arte	1,030	0,798
14	La lingua francese è una lingua molto astratta	-0,471	-0,429
15	La lingua francese è la lingua dello snobismo e dell'arroganza	-0,954	-0,491

Tab. 3 – Les résultats de l'enquête (scores d'adhésion) : étudiantes (F) vs étudiants (H)

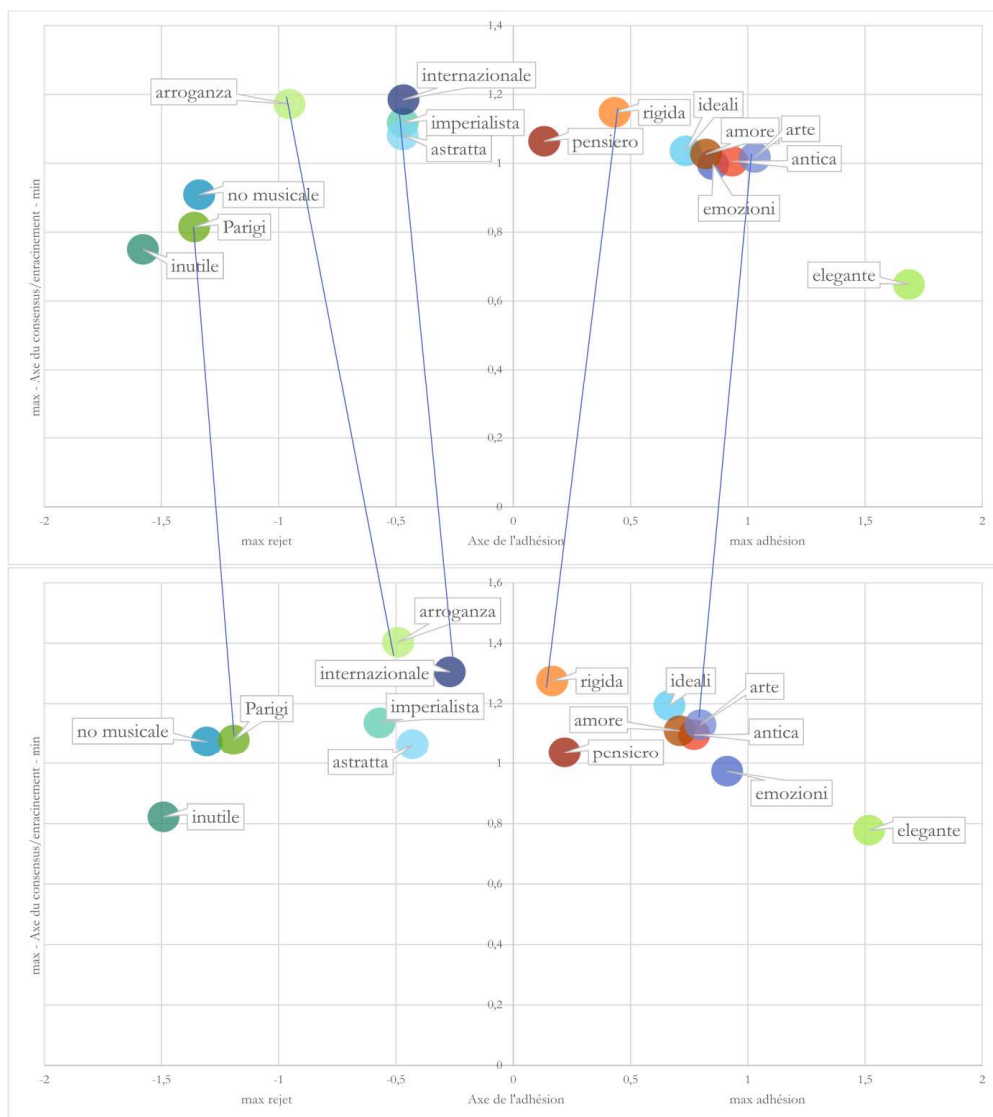
Aussi en ce qui concerne les niveaux de consensus (Tab. 4), c'est encore une fois l'item n. 3 qui atteint le niveau le plus élevé aussi bien chez les étudiantes (0,648) que chez les étudiants (0,778). En revanche, le niveau de dissensus le plus élevé concerne chez les (F) l'item n. 7 (1,185) et chez les (H) le n. 15 (1,403). Du côté des variations les plus significatives on se bornera à souligner uniquement l'item n. 9 : le rejet du rôle linguistiquement centralisateur de la capitale est rejeté surtout par les étudiantes qui, à ce sujet, répondent de manière assez uniforme. Dans les Graphes 2 et 3 nous résumons tous ces résultats et comparons les deux sous-populations et les variations les plus significatives.

Les représentations sociales de la langue française à Naples

	Items	Niveau de consensus/dissensus (cons. max = 0) F	Niveau de consensus/dissensus (cons. max = 0) H
1	La lingua francese permette di esprimere con profondità le emozioni	0,996	0,973
2	La lingua francese è portatrice degli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza	1,036	1,194
3	La lingua francese è raffinata ed elegante	0,648	0,778
4	La lingua francese è imperialista	1,118	1,136
5	La lingua francese ha una grammatica complicata e una norma molto rigida	1,148	1,275
6	La lingua francese possiede origini molto antiche	1,006	1,097
7	La lingua francese è in declino sul piano della comunicazione internazionale	1,185	1,305
8	La lingua francese è poco musicale	0,909	1,073
9	La vera lingua francese è solo la lingua di Parigi	0,815	1,079
10	La lingua francese è bella perché è inutile	0,750	0,822
11	La lingua e la cultura francese fanno pensare all'amore	1,027	1,110
12	La lingua francese permette di esprimere il pensiero in modo complesso	1,064	1,037
13	La lingua francese è la lingua della grande letteratura e dell'arte	1,017	1,130
14	La lingua francese è una lingua molto astratta	1,082	1,064
15	La lingua francese è la lingua dello snobismo e dell'arroganza	0,996	1,403

Tab. 4 – Les résultats de l'enquête (niveaux de consensus) : étudiantes (F) vs étudiants (H)

Les représentations sociales de la langue française à Naples



Graphes 2 et 3 – Les résultats de l'enquête (scores d'adhésion, niveau de consensus) : étudiantes (F), en haut, vs étudiants (H), en bas

1.2.3 Variation diatopique. Naples vs espace extérieur

La deuxième variation prise en compte est la variation diatopique. Il s'agit essentiellement de comparer les RS du français auprès de deux populations : a) les étudiant-e-s originaires de la ville, napolitain-e-s ; b) les étudiant-e-s originaires de l'extérieur de Naples, non napolitain-e-s. Même si les trajectoires individuelles présentent une complexité qui échappe à toute schématisation (on peut parfaitement imaginer un-e étudiant-e napolitain-e résidant à Caserte et venant suivre ses cours universitaires à Naples ; on peut également imaginer un-e étudiant-e provenant de la province voire d'une autre région mais ayant des attaches familiales sur Naples etc.), sur un échantillon suffisamment grand on peut espérer apprécier des variations sensibles qui pourraient confirmer ou infirmer une hypothèse qui ne manque pas de nous fasciner : le regard sur la langue française pourrait dépendre en quelque mesure de l'inscription de l'observateur, du répondant, dans un maillage – et dans une mémoire – qui est à la fois urbain, linguistique et culturel. Or, à Naples, comme rappelé dans l'Introduction au présent volume, la langue française a occupé par le passé et occupe encore de nos jours une place significative, ce qui nous pousse à croire que, en quelque sorte, la langue française n'y est pas tout à fait étrangère.

Cela dit, le Tab. 5 compare ces deux sous-populations et, globalement, nous pouvons affirmer que la variation diatopique est moins importante que la variation diagénique. Les deux sous-populations prises ici en compte partagent en effet leurs représentations sur le français de manière tout à fait remarquable. Non seulement les items qui obtiennent le score d'adhésion / de rejet le plus important sont les mêmes (respectivement le n. 3 et le n. 10), mais à une exception près, il n'y a jamais de variation significative entre les étudiant-e-s napolitain-e-s et celles et ceux de l'extérieur. L'item qui fait une exception est le n. 15, plus clivant et plus nettement rejeté par l'échantillon des « non-napolitain-e-s ».

Les représentations sociales de la langue française à Naples

	Items	Score d'adhésion (-2 / +2) Naples	Score d'adhésion (-2 / +2) Hors Naples
1	La lingua francese permette di esprimere con profondità le emozioni	0,856	0,886
2	La lingua francese è portatrice degli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza	0,674	0,709
3	La lingua francese è raffinata ed elegante	1,681	1,649
4	La lingua francese è imperialista	-0,409	-0,501
5	La lingua francese ha una grammatica complicata e una norma molto rigida	0,356	0,449
6	La lingua francese possiede origini molto antiche	0,962	0,924
7	La lingua francese è in declino sul piano della comunicazione internazionale	-0,537	-0,4
8	La lingua francese è poco musicale	-1,386	-1,324
9	La vera lingua francese è solo la lingua di Parigi	-1,393	-1,313
10	La lingua francese è bella perché è inutile	-1,568	-1,584
11	La lingua e la cultura francese fanno pensare all'amore	0,848	0,732
12	La lingua francese permette di esprimere il pensiero in modo complesso	0,166	0,184
13	La lingua francese è la lingua della grande letteratura e dell'arte	0,962	1,026
14	La lingua francese è una lingua molto astratta	-0,522	-0,483
15	La lingua francese è la lingua dello snobismo e dell'arroganza	-0,727	-0,954

Tab. 5 – Les résultats de l'enquête (scores d'adhésion) : étudiant-e-s (ville de Naples) vs étudiant-e-s (hors Naples)

Même du point de vue des niveaux de consensus les différences entre les sous-populations prises en compte nous semblent assez négligeables.

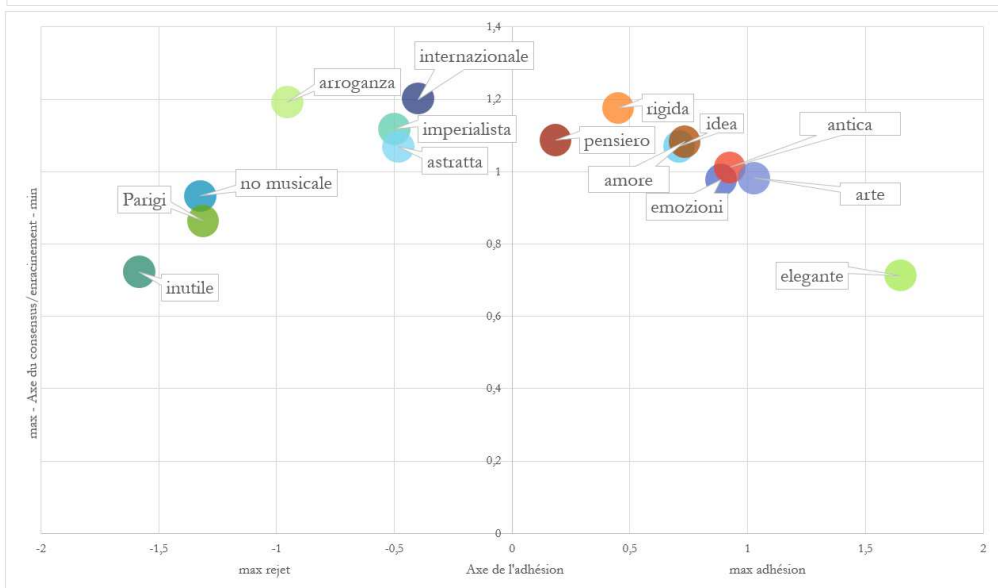
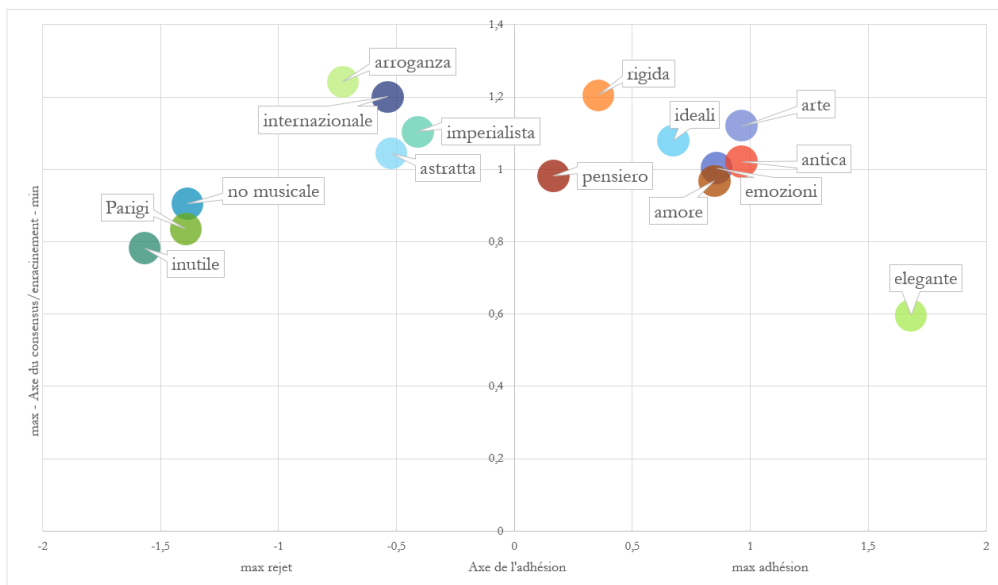
Les représentations sociales de la langue française à Naples

	Items	Niveau de consensus/dissensus (cons. max = 0) Naples	Niveau de consensus/dissensus (cons. max = 0) Hors Naples
1	La lingua francese permette di esprimere con profondità le emozioni	1,004	0,978
2	La lingua francese è portatrice degli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza	1,080	1,070
3	La lingua francese è raffinata ed elegante	0,596	0,713
4	La lingua francese è imperialista	1,104	1,118
5	La lingua francese ha una grammatica complicata e una norma molto rigida	1,205	1,176
6	La lingua francese possiede origini molto antiche	1,021	1,012
7	La lingua francese è in declino sul piano della comunicazione internazionale	1,200	1,202
8	La lingua francese è poco musicale	0,905	0,933
9	La vera lingua francese è solo la lingua di Parigi	0,835	0,863
10	La lingua francese è bella perché è inutile	0,783	0,723
11	La lingua e la cultura francese fanno pensare all'amore	0,968	1,083
12	La lingua francese permette di esprimere il pensiero in modo complesso	0,982	1,087
13	La lingua francese è la lingua della grande letteratura e dell'arte	1,121	0,982
14	La lingua francese è una lingua molto astratta	1,044	1,069
15	La lingua francese è la lingua dello snobismo e dell'arroganza	1,242	1,192

Tab. 6 – Les résultats de l'enquête (niveaux de consensus) : étudiant-e-s (ville de Naples) vs étudiant-e-s (hors Naples)

Dans les Graphes 4 et 5 nous résumons tous ces résultats et comparons les deux sous-populations.

Les représentations sociales de la langue française à Naples



Graphes 4 et 5 – Les résultats de l'enquête: étudiant-e-s (ville de Naples) vs étudiant-e-s (hors Naples)

1.2.4 Variation d'établissement

La troisième variation étudiée concerne la « variation d'établissement », à savoir la variation des RS de la langue française auprès des différentes populations étudiantes. Ce carottage n'a de sens que si l'on considère deux éléments : a) le choix d'un cursus particulier (Licence et/ou Master) ; b) les « traditions » d'études – et, plus largement, les idéologies et les politiques (linguistiques et autres) d'établissement – caractérisant, de manière plus ou moins sensible, les différentes universités de la ville.

Le premier élément semble de prime abord davantage fondé : le choix de suivre un cours de langue française dans le cadre d'une licence de Lettres modernes n'est pas tout à fait la même chose que de suivre un cours de langue française sur objectifs spécifiques dans un cursus d'Économie ou de Sciences politiques. Le second élément, quant à lui, doit sans doute être croisé avec la variation diatopique sondée plus haut : tout établissement – siège central et antennes décentralisées – est inscrit dans un maillage urbain qui est par sa nature variable et porteur de variations, même minimales.

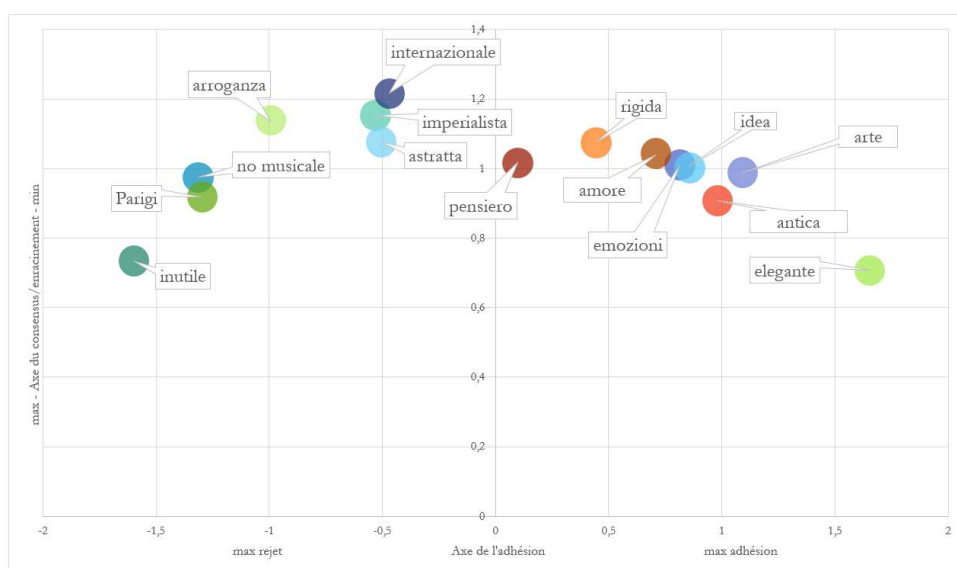
Quoi qu'il en soit, voici dans les graphes, tableaux et schémas suivants les résultats par établissement. Ces résultats pourraient utilement inspirer dans l'avenir des pratiques ou orientations pédagogiques visant à contrecarrer les représentations négatives collées au français, source évidente de blocage dans l'apprentissage de la langue.

	Items	Score d'adhésion (-2 / +2)	Niveau de consensus/dissensus (cons. max = 0)
1	La lingua francese permette di esprimere con profondità le emozioni	0,814	1,010
2	La lingua francese è portatrice degli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza	0,858	1,002
3	La lingua francese è raffinata ed elegante	1,654	0,707
4	La lingua francese è imperialista	-0,530	1,153
5	La lingua francese ha una grammatica complicata e una norma molto rigida	0,444	1,074
6	La lingua francese possiede origini molto antiche	0,981	0,908

Les représentations sociales de la langue française à Naples

7	La lingua francese è in declino sul piano della comunicazione internazionale	-0,469	1,216
8	La lingua francese è poco musicale	-1,314	0,974
9	La vera lingua francese è solo la lingua di Parigi	-1,296	0,918
10	La lingua francese è bella perché è inutile	-1,598	0,734
11	La lingua e la cultura francese fanno pensare all'amore	0,709	1,043
12	La lingua francese permette di esprimere il pensiero in modo complesso	0,098	1,016
13	La lingua francese è la lingua della grande letteratura e dell'arte	1,092	0,989
14	La lingua francese è una lingua molto astratta	-0,506	1,076
15	La lingua francese è la lingua dello snobismo e dell'arroganza	-0,993	1,139

Tab. 7 – Les résultats de l'enquête (niveaux de consensus) : étudiant-e-s de l'Université Federico II

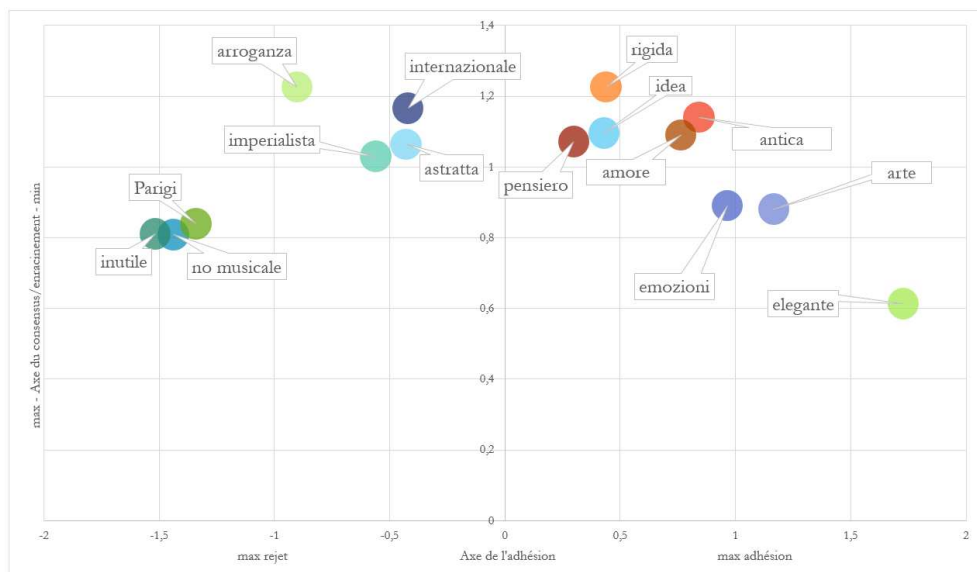


Graph 6 – Les résultats de l'enquête (adhésion et consensus) : étudiant-e-s de l'Université Federico II

	Items	Score d'adhésion (-2 / +2)	Niveau de consensus/dissensus (cons. max = 0)
1	La lingua francese permette di esprimere con profondità le emozioni	0,964	0,891
2	La lingua francese è portatrice degli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza	0,429	1,096
3	La lingua francese è raffinata ed elegante	1,728	0,613
4	La lingua francese è imperialista	-0,561	1,030
5	La lingua francese ha una grammatica complicata e una norma molto rigida	0,438	1,226
6	La lingua francese possiede origini molto antiche	0,842	1,141
7	La lingua francese è in declino sul piano della comunicazione internazionale	-0,421	1,166
8	La lingua francese è poco musicale	-1,438	0,809
9	La vera lingua francese è solo la lingua di Parigi	-1,342	0,839
10	La lingua francese è bella perché è inutile	-1,517	0,811
11	La lingua e la cultura francese fanno pensare all'amore	0,763	1,091
12	La lingua francese permette di esprimere il pensiero in modo complesso	0,298	1,072
13	La lingua francese è la lingua della grande letteratura e dell'arte	1,166	0,881
14	La lingua francese è una lingua molto astratta	-0,429	1,064
15	La lingua francese è la lingua dello snobismo e dell'arroganza	-0,903	1,226

Tab. 8 – Les résultats de l'enquête (niveaux de consensus) : étudiant-e-s de l'Université L'Orientale

Les représentations sociales de la langue française à Naples



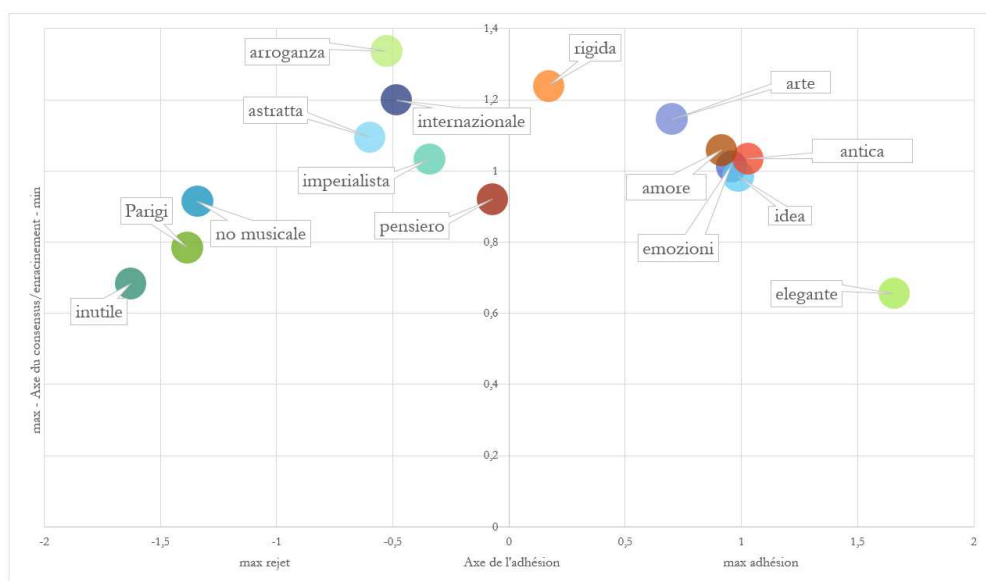
Graphe 7 – Les résultats de l'enquête (adhésion et consensus) : étudiant-e-s de l'Université L'Orientale

	Items	Score d'adhésion (-2 / +2)	Niveau de consensus/dissensus (cons. max = 0)
1	La lingua francese permette di esprimere con profondità le emozioni	0,957	1,013
2	La lingua francese è portatrice degli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza	0,985	0,985
3	La lingua francese è raffinata ed elegante	1,657	0,656
4	La lingua francese è imperialista	-0,342	1,033
5	La lingua francese ha una grammatica complicata e una norma molto rigida	0,171	1,239
6	La lingua francese possiede origini molto antiche	1,028	1,035
7	La lingua francese è in declino sul piano della comunicazione internazionale	-0,485	1,2
8	La lingua francese è poco musicale	-1,342	0,915
9	La vera lingua francese è solo la lingua di	-1,385	0,785

Les représentations sociales de la langue française à Naples

	Parigi		
10	La lingua francese è bella perché è inutile	-1,628	0,684
11	La lingua e la cultura francese fanno pensare all'amore	0,914	1,059
12	La lingua francese permette di esprimere il pensiero in modo complesso	-0,071	0,921
13	La lingua francese è la lingua della grande letteratura e dell'arte	0,7	1,146
14	La lingua francese è una lingua molto astratta	-0,6	1,095
15	La lingua francese è la lingua dello snobismo e dell'arroganza	-0,528	1,337

Tab. 9 – Les résultats de l'enquête (niveaux de consensus) : étudiant-e-s de l'Université Parthenope



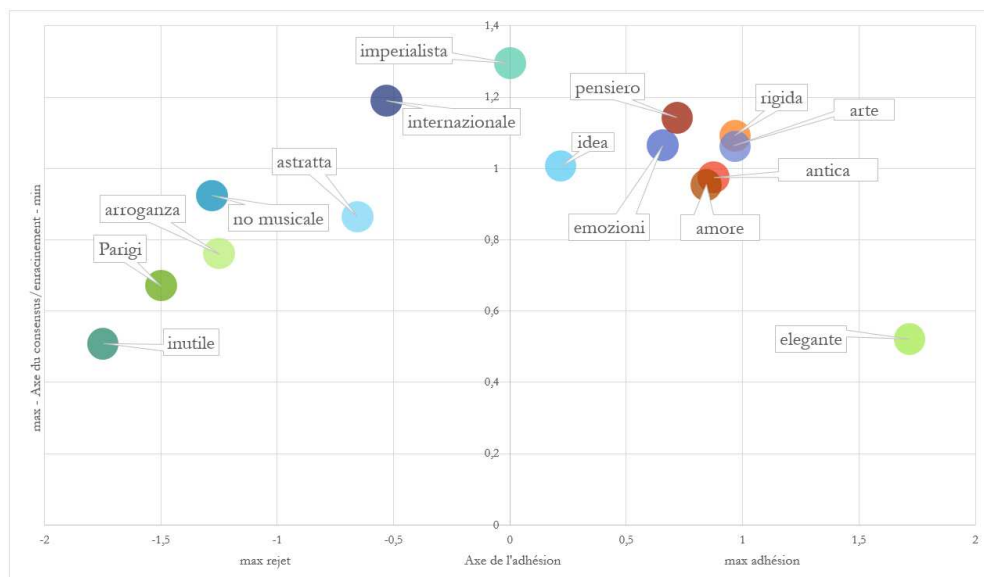
Graph 8 – Les résultats de l'enquête (adhésion et consensus) : étudiant-e-s de l'Université Parthenope

Les représentations sociales de la langue française à Naples

	Items	Score d'adhésion (-2 / +2)	Niveau de consensus/dissensus (cons. max = 0)
1	La lingua francese permette di esprimere con profondità le emozioni	0,656	1,065
2	La lingua francese è portatrice degli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza	0,218	1,007
3	La lingua francese è raffinata ed elegante	1,718	0,522
4	La lingua francese è imperialista	0	1,295
5	La lingua francese ha una grammatica complicata e una norma molto rigida	0,968	1,092
6	La lingua francese possiede origini molto antiche	0,875	0,975
7	La lingua francese è in declino sul piano della comunicazione internazionale	-0,531	1,190
8	La lingua francese è poco musicale	-1,281	0,924
9	La vera lingua francese è solo la lingua di Parigi	-1,5	0,672
10	La lingua francese è bella perché è inutile	-1,75	0,508
11	La lingua e la cultura francese fanno pensare all'amore	0,843	0,954
12	La lingua francese permette di esprimere il pensiero in modo complesso	0,718	1,142
13	La lingua francese è la lingua della grande letteratura e dell'arte	0,968	1,062
14	La lingua francese è una lingua molto astratta	-0,656	0,865
15	La lingua francese è la lingua dello snobismo e dell'arroganza	-1,25	0,762

Tab. 10 – Les résultats de l'enquête (niveaux de consensus) : étudiant-e-s de l'Université Suor Orsola Benincasa

Les représentations sociales de la langue française à Naples

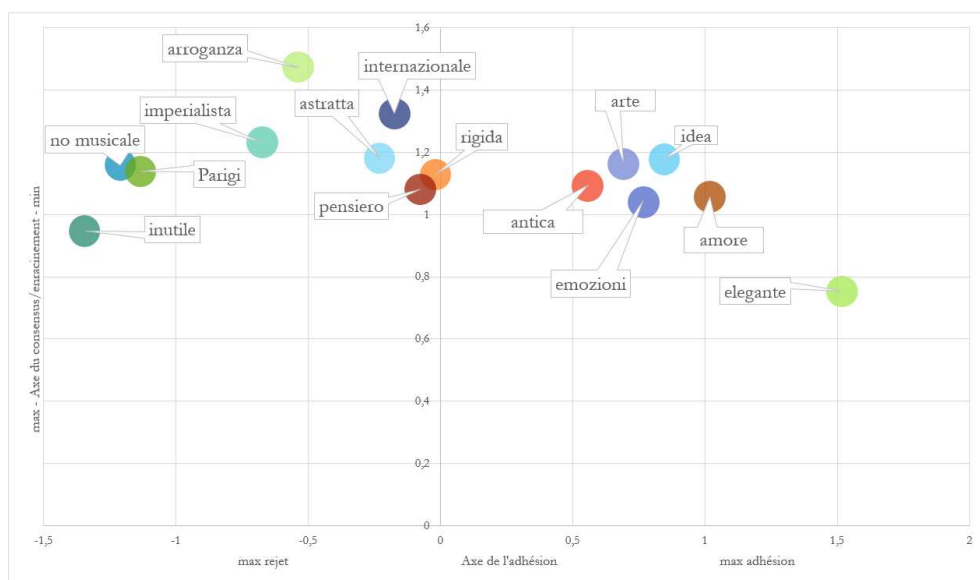


Graph 9 – Les résultats de l'enquête (adhésion et consensus) : étudiant-e-s de l'Université Suor Orsola Benincasa

	Items	Score d'adhésion (-2 / +2)	Niveau de consensus/dissensus (cons. max = 0)
1	La lingua francese permette di esprimere con profondità le emozioni	0,769	1,040
2	La lingua francese è portatrice degli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza	0,846	1,177
3	La lingua francese è raffinata ed elegante	1,519	0,753
4	La lingua francese è imperialista	-0,673	1,232
5	La lingua francese ha una grammatica complicata e una norma molto rigida	-0,019	1,128
6	La lingua francese possiede origini molto antiche	0,557	1,092
7	La lingua francese è in declino sul piano della comunicazione internazionale	-0,173	1,324
8	La lingua francese è poco musicale	-1,211	1,160
9	La vera lingua francese è solo la lingua di	-1,134	1,138

	Parigi		
10	La lingua francese è bella perché è inutile	-1,346	0,947
11	La lingua e la cultura francese fanno pensare all'amore	1,019	1,057
12	La lingua francese permette di esprimere il pensiero in modo complesso	-0,076	1,081
13	La lingua francese è la lingua della grande letteratura e dell'arte	0,692	1,163
14	La lingua francese è una lingua molto astratta	-0,230	1,181
15	La lingua francese è la lingua dello snobismo e dell'arroganza	-0,538	1,474

Tab. 11 – Les résultats de l'enquête (niveaux de consensus) : étudiant-e-s de l'Université Vanvitelli



Graph 10 – Les résultats de l'enquête (adhésion et consensus) : étudiant-e-s de l'Université Vanvitelli

Dans le dernier tableau (Tab. 12) nous tentons une comparaison, uniquement pour ce qui est des scores d'adhésion, entre les différents

établissements. On remarquera que l'item n. 3 est celui qui obtient partout le score le plus élevé ; de même, l'item n. 10 est celui qui obtient le score de rejet le plus important. Si ces deux repères ne varient pas d'un établissement à l'autre, en ce qui concerne les autres items il en va différemment. Pour simplifier la lecture du tableau nous avons négligé les micro-variations et avons uniquement mis en relief, pour chaque item, les résultats le plus éloignés entre eux, qui figurent sur un fond gris. Cette visualisation permet de saisir au moins un aspect assez significatif : 7 fois sur 15 (items n. 4, 5, 7, 9, 10, 12, 14), les scores d'adhésions les plus éloignés concernent toujours deux établissements, à savoir Suor Orsola Benincasa et Luigi Vanvitelli. Il faut préciser à ce sujet qu'une partie des répondant-e-s de cette dernière université est formée par des travailleu(r/se-s), qui pourraient appartenir à une classe d'âge différente. Pour conclure, nous pouvons mettre l'accent sur quelques écarts particulièrement marqués, supérieurs à 0,5 : c'est le cas de l'item n. 2 (« La langue française est porteuse des idéaux de liberté, égalité et fraternité »), qui obtient une adhésion assez nette auprès des étudiant-e-s francisant-e-s de l'Université Parthenope (+0,985) et très mitigée à l'Université Suor Orsola Benincasa (+0,218) ; ou alors c'est le cas de l'item n. 4 (« La langue française est impérialiste »), +0,00 à Suor Orsola Benincasa et -0,673 à Luigi Vanvitelli ; ou encore l'item n. 5 (« La langue française possède une grammaire compliquée et une norme très rigide »), qui obtient +0,968 à Suor Orsola Benincasa et -0,019 à Luigi Vanvitelli ; ou enfin de l'item n. 12 (« La langue française permet d'exprimer la pensée de manière complexe »), avec un score de +0,718 à Suor Orsola Benincasa et -0,076 à Luigi Vanvitelli.

Items	Score d'adhésion (-2 / +2) Federico II	Score d'adhésion (-2 / +2) L'Orientale	Score d'adhésion (-2 / +2) Parthenope	Score d'adhésion (-2 / +2) Suor Orsola Benincasa	Score d'adhésion (-2 / +2) Luigi Vanvitelli
1 La lingua francese permette di esprimere con profondità le emozioni	0,814	0,964	0,957	0,656	0,769
2 La lingua francese è portatrice degli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza	0,858	0,429	0,985	0,218	0,846
3 La lingua francese è raffinata ed elegante	1,654	1,728	1,657	1,718	1,519
4 La lingua francese è imperialista	-0,530	-0,261	-0,342	0	-0,673
5 La lingua francese ha una grammatica complicata e una norma molto rigida	0,444	0,438	0,171	0,968	-0,019
6 La lingua francese possiede origini molto antiche	0,981	0,842	1,028	0,875	0,557
7 La lingua francese è in declino sul piano della comunicazione internazionale	-0,469	-0,421	-0,485	-0,531	-0,173
8 La lingua francese è poco musicale	-1,314	-1,438	-1,342	-1,281	-1,211
9 La vera lingua francese è solo la lingua di Parigi	-1,296	-1,342	-1,385	-1,5	-1,134
10 La lingua francese è bella perché è inutile	-1,598	-1,517	-1,628	-1,75	-1,346
11 La lingua e la cultura francese fanno pensare all'amore	0,709	0,763	0,914	0,843	1,019
12 La lingua francese permette di esprimere il pensiero in modo complesso	0,098	0,298	-0,071	0,718	-0,076
13 La lingua francese è la lingua della grande letteratura e dell'arte	1,092	1,166	0,7	0,968	0,692
14 La lingua francese è una lingua molto astratta	-0,506	-0,429	-0,6	-0,656	-0,230
15 La lingua francese è la lingua dello snobismo e dell'arroganza	-0,993	-0,903	-0,528	-1,25	-0,538

Tab. 12 – Les résultats de l'enquête (scores d'adhésion) : étudiant-e-s de toutes les universités

1.3 Bilan et ouvertures didactiques : réflexivité phonologique, socialisation des représentations, didactique de la (F/f)rancophonie

La méthode MAC débouche classiquement sur un diagnostic : les RS se trouvant à proximité du point χ sont celles à la fois neutres en termes d'adhésion/rejet et dispersées au niveau du consensus, alors que les RS se trouvant à proximité des pôles α et β sont à la fois polarisées et enracinées, par conséquent très peu modifiables. À ce diagnostic peut utilement suivre une intervention pédagogique, visant moins à améliorer l'image globale de la langue française chez notre public qu'à proposer à ce dernier des contenus inattendus, modifiant voire bouleversant certaines idées reçues sur le français.

Si l'on accepte facilement l'idée que l'apprentissage d'une langue-culture – apprentissage particulièrement onéreux en termes de temps et, plus en général, d'investissement personnel – est grandement favorisé par le « désir de langue » (Giordan 2010) qui participe de la motivation, notre enquête nous aura appris au moins que la langue-culture française est porteuse de RS globalement positives chez nos répondant-e-s : les items que l'on peut partiellement ou totalement considérer comme « négatifs », à savoir les n. 4, 7, 8, 10, 15, sont tous rejetés avec plus ou moins de force.

Sur cette base on pourra introduire, dans le cadre des différents cours, quelques éléments pouvant (re)mettre en question certaines convictions et permettant, par là, d'aller plus loin et plus en profondeur dans la connaissance de la langue. Si, par exemple, l'idée que la langue française serait « peu musicale » est rejetée par la majorité des étudiant-e-s, on pourrait consacrer à la notion de « musicalité » dans la langue une unité didactique, où l'oxytonie si caractéristique du français serait comparée à la diversité de l'accentuation de langues comme l'italien ou même de langues de France comme l'occitan ou le corse. Cette réflexion pourrait déboucher tout naturellement sur la remise en question de la musicalité du français, mais pourrait également stimuler la réflexivité des apprenant-e-s, informé-e-s par ailleurs que l'« accent chantant » est, pour la plupart des Français, précisément celui, entre autres, des Italiens, des Corses et des Occitans.

La réflexivité est un élément à poursuivre et à susciter systématiquement en didactique, car il permet à l'apprenant de prendre conscience de sa manière de se situer par rapport à l'objet qu'il étudie et donc de s'autonomiser. Par ailleurs, dans la perspective qui est la nôtre (celle des « langues toujours moins étrangères »), la pratique de la réflexivité peut

susciter chez l'apprenant un particulier « lien à la langue » destiné à s'intégrer dans son vécu de sujet plurilingue. Dans ce sens, la présentation de cette même recherche pourrait utilement faire l'objet d'une autre unité didactique, véritable miroir où la classe pourrait se reconnaître, ou pas.

Le rejet du caractère « impérialiste » du français (item n. 4) est à notre sens très salubre en ce que les langues ne sont jamais à la tête d'armées mais tout au plus à la suite de ces dernières, et dans tout les cas au service tant de la guerre que de la paix – une chose étant la langue, autre chose étant le discours qui l'actualise, pour le meilleur et pour le pire. Ces considérations sont d'autant plus nécessaires si l'on pense aux conflits sociolinguistiques que vivent nombre de citoyen-ne-s africain-e-s dans les anciennes colonies françaises, tiraillé-e-s entre une langue française langue d'État et une langue française finalement peu parlée par les populations et donc presque langue étrangère. Une réflexion sur ces thèmes, avec un approfondissement autour de la notion, multiple et dynamique, de (F/f)rancophonie (Erfurt 2013) – qui permettrait par ailleurs d'approfondir ce qui se cache derrière le rejet de l'item n. 9 (« La vraie langue française n'est que la langue de Paris ») ou de l'item n. 7 (« La langue française est en déclin sur le plan de la communication internationale ») – pourrait bien faire l'objet d'une unité didactique.

Il n'y a là que quelques suggestions ponctuelles. D'une manière générale, l'idée est de co-construire le cours (de grammaire, de civilisation, de linguistique ou même de littérature) avec les apprenants. Ou, plus exactement, à partir de leurs idées sur la langue-culture française. Si le vrai apprentissage peut être défini comme une prise de risques, comme une sortie de la zone de confort intellectuelle de l'apprenant, l'analyse des RS de la langue française définit le périmètre initial de cet espace connu et « sécurisé » que l'enseignant se doit d'ouvrir, voire de briser, pour le transformer en un champ critique extrêmement fécond.

2.

La langue française dans la parole des étudiant-e-s napolitain-e-s²³

Pour étudier, selon une perspective quali-quantitative, les RS du français chez les étudiant-e-s des universités napolitaines, nous avons adopté deux méthodes différentes, l'une associative (association libre de mots) et l'autre interrogative (différentes questions portant sur le français). L'évaluation des résultats s'appuie sur le seul critère de la fréquence, étant donné que les réponses induites ne constituent que très rarement des réponses multiples. Pour ce qui est des réponses aux questions ouvertes, les réponses uniques tendent à être majoritaires par rapport aux réponses multiples.

2.1 Méthodologie et caractéristiques de l'échantillon

Le questionnaire utilisé (voir Fig. 2) a été rédigé principalement à partir de questions élaborées par une vingtaine d'étudiant-e-s inscrit-e-s dans le cursus de Master en *Lingue e Letterature moderne europea* (Langues et Littératures modernes européennes) du *Dipartimento di Studi Umanistici* (Département d'Études Humanistes) de l'Université de Naples Federico II. Nous leur avons demandé de penser à trois questions concernant le français qu'ils-elles auraient voulu poser à leurs collègues ou à des ami-e-s qui connaissent le français ou qui sont en train de l'apprendre. Une fois les questions recueillies, nous avons demandé à des enseignant-e-s de Français Langue Étrangère (désormais FLE) de choisir celles qui leur paraissaient les plus pertinentes pour les finalités de notre enquête. Les questions qui ont été sélectionnées au moins deux fois ont servi de point de départ à l'élaboration du questionnaire. Cette démarche nous a évité de construire notre outil d'enquête entièrement sur la base de notre propre point de vue (de

²³ Le présent chapitre a été rédigé par Daniela Puolato.

chercheuse, de locutrice de FLE, de Napolitaine). Nous avons cependant ajouté trois tests d'association libre de mots²⁴.

LA LINGUA FRANCESE: IL PUNTO DI VISTA DEGLI STUDENTI DEGLI ATENEI NAPOLETANI/CAMPANI			
Data			
Residenza	Napoli <input type="checkbox"/>	Provincia di Napoli <input type="checkbox"/>	Altro (dove?)
Età	Sesso M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>		Nazionalità
Anno di Corso	Laurea Triennale <input type="checkbox"/>	Laurea Magistrale <input type="checkbox"/>	
Corso di Studi in		Università	
Quali lingue studi all'università?			
Quale/i lingua/e hai studiato alle scuole superiori?			
Ambizioni lavorative / lavoro auspicato			
Volontà/desiderio/progetti di trasferimento all'estero		Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
1.	In quali circostanze la lingua francese entra nel tuo quotidiano?		
2.	Cosa ti fa sentire un po' francese?		
3.	In che modo faresti avvicinare un/a tuo/a amico/a alla lingua e alla cultura francese?		
4.	Se ti dico "lingua francese", a quale parte del corpo la associ spontaneamente?		
5.	Che sbocco lavorativo potrebbe avere il francese nel contesto		

²⁴ Les mêmes tests associatifs ont également été utilisés lors d'une enquête sur les RS du français chez les immigrants africains francophones vivant à Naples et à Castel Volturno. Les résultats sont présentés dans Puolato (2020).

- napoletano al di fuori dell'insegnamento?
6. Perché il francese, in genere, è legato all'idea di raffinatezza, eleganza, ecc.?
 7. Secondo te, il francese rappresenta una lingua adatta ad ambiti quali il giornalismo oppure l'editoria? Sì No
 8. Potrebbe un napoletano riuscire a parlare meglio in francese rispetto ad una persona che proviene da un'altra città italiana? Sì No
Perché?
 9. Se ti dico "lingua francese", a quale
a) verbo la assoceresti?
b) sostantivo
c) aggettivo
d) oggetto
e) persona / personaggio
 10. Perché la tonalità del francese è così delicata?
 11. Pensi che irancesi siano molto legati alla "purezza" della loro lingua? Sì No
 12. Pensi che, in quanto ad espressività, il francese sia una lingua più profonda dell'italiano? Sì No
a) Secondo te, la maggiore espressività/profondità di una lingua dipende dalla sua capacità di...
 13. In che modo lo studio e l'approfondimento della lingua e della cultura francese può influire sulla formazione dei giovani?
 14. Rispetto alle altre lingua straniere studiate all'università, cosa ti dà il francese in termini di sbocchi professionali?
 15. a) Quale parola napoletana regaleresti alla lingua francese?

b) E quale espressione (modi di dire, proverbi, ...)?

16. Pensi che il francese meriti ancora di essere insegnato come lingua obbligatoria nella scuola secondaria di I grado o dovrebbe essere sostituito da altre lingue considerate più utili?
Sì No, dovrebbe essere sostituito da altre lingue

17. Se ti dico “lingua francese”, a quale colore la associ spontaneamente?

18. Se dovessi fare lo sponsor della lingua francese, come penseresti di presentarla?

Fig. 2 – Questionnaire d’enquête

Les questions 11-16 ne feront pas ici l’objet d’une analyse détaillée²⁵. Elles ne sont pas proprement de nature évaluative et, de plus, impliquent une comparaison entre le français et d’autres langues (italien, napolitain, langues étrangères étudiées à l’Université)²⁶. Deux raisons principales justifient leur présence dans le questionnaire. La première est l’exigence de recueillir des données variées pouvant enrichir notre compréhension du rapport que la population enquêtée entretient avec le français. La deuxième se relie à la nécessité d’interrompre la succession des questions portant exclusivement sur le français et sur son évaluation, afin de contourner, dans la mesure du possible, les effets d’induction des réponses dus à la présentation du questionnaire (ordre des questions, effets de contexte, effet de contamination, etc.). Nous avons proposé la plupart des tests d’association de mots sous forme d’une question unique pour pallier à l’effet de lassitude qu’aurait pu produire la longueur du questionnaire. La diversité des mots inducteurs n’annule évidemment pas le risque de contamination entre les réponses, mais semble l’avoir en partie limité, comme le montre le tableau

²⁵ Exception faite pour la question n. 15, le questionnaire a été analysé dans son intégralité dans le mémoire de Master de Maddalena Grazia Strignano, *L’image de la langue française : représentations sociolinguistiques des apprenants de FLE des universités de la Campanie*, discuté à l’Université de Naples Federico II en mars 2020. Les données présentées ici ont été partiellement remaniées.

²⁶ En particulier, les réponses à la question n. 15 requièrent une analyse linguistique et culturelle qui nous amènerait trop loin par rapport au cadre théorique des RS.

13, où sont indiquées les réponses à la question 9 relatives aux cinq premiers questionnaires exploités :

D9	VERBO	SOSTANTIVO	AGGETTIVO	OGGETTO	PERSONA/PERSONNAGGIO
Q1	aimer	nd	petit	Tour Eiffel	Coco Chanel
Q2	cantare	melodia	elegante	Torre Eiffel	Stromae
Q3	parlare	melodia	calma	libro	nd
Q4	écouter	poème	génial	parfum	Camus
Q5	parlare	baguette	raffinato	libro	Proust, Napoleone Bonaparte

Tab. 13 – Exemples de réponses au test d’association de mots de la question 9²⁷.

La peur d’être mal jugé à travers ses réponses (« réaction de prestige » provoquée surtout par les questions commençant par *à votre avis, selon vous*) est partiellement contrecarrée par la modalité de soumission du questionnaire (remplissage assuré par les répondant-e-s eux-elles-mêmes et pas d’interviews en face-à-face) et/ou par la garantie d’anonymat. En outre, les répondant-e-s avaient la possibilité de répondre « librement » aux questions posées, même de répondre négativement, « je ne sais pas » ou de ne pas répondre, ce qui leur permettait également d’adhérer aux présupposés présents dans certaines questions (par exemple la n. 2, la n. 6 ou la n. 10) ou de les refuser.

En ce qui concerne la typologie des questions, le questionnaire se compose majoritairement de questions ouvertes, auxquelles les enquêté-e-s pouvaient même donner plusieurs réponses. On connaît bien les inconvénients d’une telle démarche qui complexifie remarquablement l’analyse des données collectées, qui augmente les taux de non réponse, de réponses superficielles ou floues. Nous l’avons quand même préférée pour les avantages qu’elle présente : variété des informations recueillies, « spontanéité » des réponses, valorisation des répondant-e-s auquel-le-s on « donne la parole », exploitation du verbatim. L’écart entre le taux de réponse obtenu et celui de non réponse, la qualité des réponses données, la richesse des informations fournies constituent en quelque sorte un indicateur de la « fiabilité » des résultats et de leur valeur qualitative. En nous plaçant dans une perspective d’analyse quali-quantitative, lors de l’interprétation des résultats, nous prendrons en compte les tendances significatives aussi bien que non significatives.

²⁷ D et Q constituent, respectivement, les abréviations des mots italiens *Domanda* (question) et *Questionario* (questionnaire).

Dans beaucoup de cas, les réponses libres correspondent donc à des réponses multiples. Pour éviter d'accroître les typologies de réponse et de complexifier le traitement des données, nous ne tenons compte que du nombre d'occurrences de chaque réponse prise séparément et non pas des différentes combinaisons de réponses obtenues. Les pourcentages sont calculés sur l'échantillon global ou sur les sous-échantillons liés aux variables diagénique, diatopique et à celle représentée par les filières d'études, linguistiques vs non linguistiques. Puisque les réponses ne sont pas mutuellement exclusives et ne sont pas non plus exhaustives, la somme des pourcentages est supérieure à 100% (Blalock 1984 : 54), sauf évidemment pour les questions qui prévoient une réponse dichotomique (oui / non) ou une réponse unique (tests d'association de mots).

Les réponses qui portent sur un même sujet (la gastronomie, la mode, les voyages, etc.) ont été regroupées pour former des catégories de réponses (désormais catégorie-s). Elles constituent les composantes représentationnelles. Le critère de la saillance, c'est-à-dire la fréquence d'occurrence d'une réponse donnée, et le critère de l'importance, lié à l'ordre d'apparition des différentes réponses, dans les cas de réponses multiples²⁸, permettent d'identifier les items ou éléments représentationnels potentiellement centraux de la RS du français (Rojana-Anun 2005 : 87). En ce qui concerne les tests d'association libre de mots, ils prévoient une connexion forcée entre le mot inducteur et l'induit, qui doit être recherché dans un domaine notionnel spécifique (parties du corps, classes grammaticales, couleurs).

Le questionnaire a été distribué aux étudiant-e-s indépendamment de leur niveau de français, donc même aux débutant-e-s, raison pour laquelle il a été rédigé en italien. L'échantillon comprend, au total, 295 étudiant-e-s²⁹.

²⁸ Le pourcentage de réponses multiples est toujours minoritaire par rapport au pourcentage de réponses uniques. En outre, l'élément mentionné en premier coïncide, généralement, avec l'élément mentionné le plus fréquemment comme réponse unique, ce qui permet de considérer les éléments initiaux d'une liste comme ceux qui ont, tendanciellement, le plus d'importance, même si on n'a pas demandé aux enquêté-e-s d'ordonner leurs évocations selon l'importance qu'ils/elles leurs attribuaient (critère de l'importance).

²⁹ Comme le questionnaire ne prévoyait pas de questions concernant la biographie langagière des étudiant-e-s de nationalité étrangère, ni sur leur temps de permanence à Naples, nous ne les avons pas inclus-es dans l'échantillon. Il ne s'agit d'ailleurs que de onze étudiant-e-s. Les nationalités indiquées sont les suivantes : française, anglaise, italo-algérienne, sud-africaine, marocaine (2 cas), péruvienne, russe, espagnole, sri-lankaise, ukrainienne.

Ils/elles ont rempli le questionnaire au cours des leçons de l'année académique 2017-2018 (entre le mois de décembre et le mois de mai) à la présence de l'enseignant³⁰.

Les Universités concernées par l'étude sont les suivantes : *Università degli Studi di Napoli Federico II* (en abrégé FII), *Università degli Studi di Napoli L'Orientale* (en abrégé OR), *Università degli Studi di Napoli Parthenope* (en abrégé PT), *Università degli Studi Suor Orsola Benincasa* (en abrégé SOB) et *Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli* (en abrégé LV). Les étudiant-e-s ont été sélectionné-e-s sur la base de leur choix du français comme langue étrangère parmi les enseignements prévus par les différents cursus. Voici le tableau concernant la distribution des étudiant-e-s selon l'Université fréquentée et les Diplômes concernés³¹ :

³⁰ Nous remercions Frédéric Taboin, Philippe Théveny, Sylvie Tisné (Université Federico II), Angela Buono (Université L'Orientale), Maria Giovanna Petrillo (Université Parthenope), Alvio Patierno (Université Suor Orsola Benincasa), Carmen Saggiomo (Université Luigi Vanvitelli) pour leur disponibilité qui a permis de mener à terme notre enquête.

³¹ L'offre de cours en langues étrangères varie selon les cursus considérés. Les cursus qui mènent à un Diplôme en Langues Étrangères (*Lingue, culture e letteratura moderne* ; *Lingue e letteratura moderne europee* ; *Lingue e culture comparate* ; *Lingue, letteratura e culture dell'Europa e delle Americhe* ; *Mediazione linguistica e culturale culturale* ; *Lingue e culture moderne*) requièrent l'apprentissage de deux langues étrangères. Pour ce qui est des Diplôme en Lettres modernes (*Lettere moderne*), en Sciences Politiques (*Scienze politiche*) et en Économie (*Economia e commercio* et *Management delle imprese internazionali*), l'offre de formation prévoit une seule langue (anglais, français, espagnol ou allemand). Pour plus de renseignements sur l'organisation des études en relation aux différents Diplômes, voir les sites suivants : <http://studiumanistici.dip.unina.it/it/didattica/corsi-di-laurea/> (FII), <http://www.unior.it/didattica/17159/2/lauree-e-lauree-magistrali.html> (OR), <http://www.jeanmonnet.unicampania.it/didattica/corsi-di-studio/scienze-politiche#piano-di-studi> (LV), <https://www.uniparthenope.it/didattica/corsi-di-studio/offerta-formativa-20172018> (PT), <https://www.unisob.na.it/universita/facolta/lettere/lepre/programmi.asp?vr=1&mod=el> (SOB).

Les représentations sociales de la langue française à Naples

Universités et Diplômes	Nombre d'étudiant-e-s
FEDERICO II (FII)	TOTAL 104
<i>Master</i>	
Lingue e letteratura moderna europea (LLME)	20
<i>Licence</i>	
Lettere moderne (LM)	11
Lingue, culture, letteratura moderna europea (LCLME)	73
L'ORIENTALE (OR)	TOTAL 111
<i>Licence</i>	
Lingue e culture comparate (LCC)	23
Lingue, letterature e culture dell'Europa e delle Americhe (LLCEA)	24
Mediazione linguistica e culturale (MLC)	64
LUIGI VANVITELLI (LV)	TOTAL 30
<i>Licence</i>	
Scienze politiche (SP)	30
PARTHENOPE (PT)	TOTAL 30
<i>Licence</i>	
Economia e commercio (EC)	1
Management delle imprese internazionali (MII)	29
SUOR ORSOLA BENINCASA (SOB)	TOTAL 20
<i>Licence</i>	
Lingue e culture moderne (LCM)	20

Tab. 14 – Composition de l'échantillon

Avant d'aborder l'analyse des réponses concernant les RS du français, nous donnerons quelques indications sur la provenance des participant-e-s à l'enquête, sur les langues qu'ils/elles étudient à l'université et qu'ils/elles

ont étudiées au collège et au lycée, sur la profession qu'ils/elles souhaitent exercer et sur leur prédisposition à s'installer à l'étranger.

L'échantillon se compose d'étudiant-e-s de nationalité italienne, majoritairement de sexe féminin. Les étudiantes sont au nombre de 213 (soit 72% du total), tandis que les étudiants sont au nombre de 71 (soit 24% du total)³². La plupart des enquêté-e-s sont âgé-e-s de 18 à 30 ans³³. Ceux-celles qui habitent Naples sont au nombre de 62 (soit 21%), tandis que ceux-celles qui habitent hors Naples (voir § 1.2.3) sont au nombre de 233 (soit 79%)³⁴.

Parmi les langues étudiées à l'université, le français (222 réponses, 75%) et l'anglais (145 réponses, 49%) occupent la première place. Le choix de l'espagnol est également considérable (44 réponses, 15%). D'autres langues sont aussi mentionnées, mais leur pourcentage est très réduit³⁵. La triade anglais-français-espagnol réapparaît par rapport aux langues étrangères étudiées au collège et au lycée, avec la seule différence que le taux relatif au choix de l'anglais est beaucoup plus élevé (266 réponses, 90%). Suivent l'espagnol (105, 36%) et le français (154, 52%)³⁶. Ces données reflètent en partie les tendances concernant l'apprentissage des langues étrangères au sein de l'Union Européenne où l'anglais, le français, l'allemand et l'espagnol sont les langues les plus étudiées³⁷.

³² Onze questionnaires (4%) sont dépourvus de l'indication concernant le sexe.

³³ Tenant compte de l'échantillon complet, les étudiants sont âgés de 18 à 61, tandis que les étudiantes ont entre 18 et 50 ans (4 étudiantes n'ont pas précisé leur âge et un-e étudiant-e n'a pas répondu aux questions concernant son sexe et son âge). Les répondant-e-s qui ont un âge compris entre 30 et 61 ans ne sont qu'au nombre de 20 (7% du total).

³⁴ Ce sous-groupe inclut également les étudiant-e-s résidant à Caserte (38, 13%), Avellino (7, 2%), Bénévent (7, 2%), Salerne (18, 6%) et leurs respectives provinces, ainsi que ceux-celles (17,6%) qui proviennent d'autres régions italiennes (Lombardie, Piémont, Émilie-Romagne, Molise, Toscane, Basilicate, Latium, Pouilles et Sicile).

³⁵ Les langues indiquées sont l'allemand, l'arabe, le catalan, le chinois, l'hindi, l'indonésien, le japonais, le portugais et le russe. Leurs pourcentages varient entre 1% (portugais et chinois) et 7% (allemand). Un groupe de 32 étudiant-e-s n'a indiqué aucune langue.

³⁶ On a enregistré 20 cas de non réponse (7%). Parmi les autres langues mentionnées, seul l'allemand atteint un pourcentage de 14% (42 réponses). D'autres langues, telles que l'arabe, le catalan, le chinois, le grec, le latin, le russe et l'urdu, constituent des occurrences tout à fait sporadiques (entre 1% et 4%).

³⁷ Voir l'étude de l'Eurostat : <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7879493/3-23022017-AP-FR.pdf/0b5913c7-59c3-473b-870d-4819533a8128>.

En ce qui concerne le métier qu'ils/elles souhaitent exercer, 37% (108) des répondant-e-s veut devenir enseignant-e³⁸, 21% (79) aimerait travailler comme traducteur-trice ou interprète, tandis que 16% (46) préférerait travailler au sein d'une entreprise³⁹. Il existe une correspondance assez nette entre la profession à laquelle ils/elles aspirent et le cursus fréquenté : la préférence pour l'enseignement caractérise tout particulièrement les étudiant-e-s inscrit-e-s aux cours de Langues étrangères de la FII et, dans une moindre mesure, ceux-elles qui fréquentent les cursus de Lettres modernes du même établissement et de Médiation linguistique et culturelle de l'OR (ceux-ci souhaitent travailler comme interprète). Ce choix concerne également un petit groupe d'étudiant-e-s de Langues étrangères de la FII. Les étudiant-e-s qui suivent une formation en Médiation linguistique et culturelle espèrent travailler surtout comme médiateur linguistique et culturel. Les étudiant-e-s du cursus en Management international des entreprises aimeraient travailler comme manager. La profession de traducteur est désirée surtout par les étudiant-e-s en Langues étrangères, en Langues et cultures modernes et en Médiation linguistique et culturelle.

Quant à la question concernant le désir de partir vivre à l'étranger, la majeure partie des étudiant-e-s (238, soit 81%) répondent affirmativement. Les étudiant-e-s qui ont répondu négativement sont au nombre de 47 (soit 16%) ; 3% n'ont donné aucune réponse. Ces chiffres confirment les données d'une enquête effectuée par l'ISTAT en 2017, selon lesquelles 28.000 diplômé-e-s, âgé-e-s de 25 ans et plus, sont parti-e-s travailler à l'étranger en raison des difficultés d'insertion sur le marché du travail en Italie, mais également dans la perspective d'une meilleure rémunération⁴⁰.

³⁸ Deux étudiantes souhaitent devenir linguistes et deux autres désirent devenir chercheuses.

³⁹ 15% (43 étudiant-e-s) n'ont pas répondu à la question. L'hôtesse de l'air et des professions liées aux secteurs de l'édition et du journalisme sont mentionnées respectivement par 7% et 6% de l'échantillon (21 étudiantes et 17 étudiant-e-s). Seul 4% des enquêté-e-s (13 répondants) voudraient travailler dans le secteur du tourisme, tandis que 10% (29) indiquent des métiers divers (auteurs, compositeurs, ambassadeurs, etc.) ou répondent « je ne sais pas ».

⁴⁰ Istituto nazionale di statistica, 2018. *Migrazione interna e migrazioni internazionali della popolazione residente, anno 2017*, <https://www.istat.it/it/files//2018/12/Report-Migrazioni-Anno-2017.pdf>.

2.2 Dynamiques représentationnelles du français à Naples : dimension évaluative et connivences implicites

2.2.1 Dans quelles circonstances le français entre-t-il dans votre vie quotidienne ? (D1)

La question de savoir dans quelle mesure le français fait partie de la vie quotidienne des enquêté-e-s a été posée pour vérifier le rôle éventuel de cette langue en dehors du contexte universitaire. Les réponses obtenues sont représentées dans le graphique ci-dessous⁴¹ :

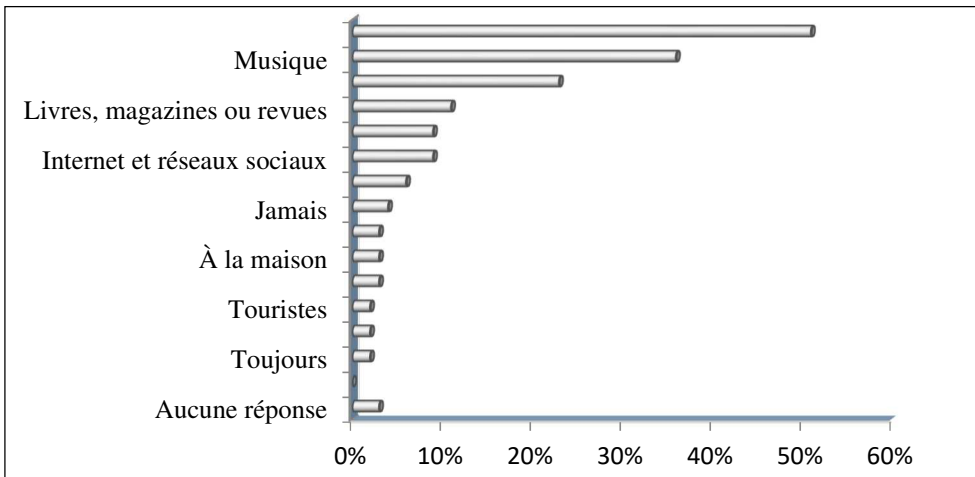


Fig. 3 – Circonstances où le français entre dans la vie quotidienne des enquêté-e-s

La réponse la plus fréquente était tout à fait prévisible. Les activités d'enseignement/apprentissage de la langue font en sorte que les étudiant-e-s sont quotidiennement exposé-e-s au français, à travers les cours de langue aussi bien qu'à travers le travail en autoapprentissage :

1. *durante i corsi che seguo all'università, ma anche a casa quando studio per conto mio* (F, 19, FII, LCLME, Q159)⁴²

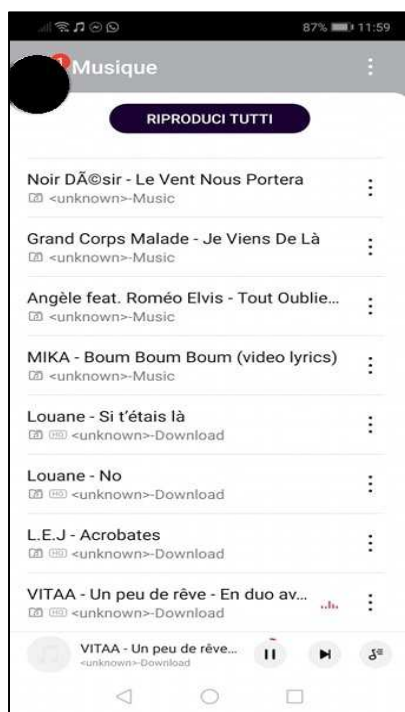
⁴¹ Pour les valeurs absolues associées aux graphiques, voir l'Annexe « Tableaux quantitatifs ».

⁴² Les réponses citées sont suivies de l'indication des variables sociolinguistiques concernant les enquêté-e-s (sexe, âge, établissement, filière d'étude) et du numéro du questionnaire.

Bien qu'on puisse inclure l'écoute de la musique en français parmi les différentes activités d'enseignement/(auto)apprentissage, la fréquence élevée de cette réponse constitue un résultat plutôt surprenant, puisqu'il s'agit d'un domaine où l'anglais règne en maître. Il existe des chansons françaises qui sont désormais devenues des « classiques » du répertoire de la musique pop et qui ont connu un très grand succès en Italie (on peut citer « C'est la ouate », Caroline Loeb, 1987 ; « Étienne », Guesch Patti, 1987 en France, 1988 en Italie ; « 7 Seconds », Youssou N'Dour et Neneh Cherry, 1994 ; « Le vent nous portera », Noir Désir, 2002). Toutefois, plus récemment, c'est le rap français qui s'impose de plus en plus. Stromae (*maestro* en verlan), le « phénomène »⁴³, auteur-compositeur et rappeur belge, ouvre la voie en séduisant les générations les plus jeunes, mais pas seulement, avec son album « Racine carrée » (2013). Les singles extraits, « Papaoutai », « Formidable » et « Tous les mêmes », sont un succès mondial. « Racine carrée » est le premier album en langue française à se classer n. 1 dans le classement FIMI (*Federazione Industria Musicale Italiana* 'Fédération de l'Industrie Musique Italienne') en 2014. À la fin de 2015, c'est le tour de Gims (ex Maître-Gims). Bertrand Dicale, auteur du *Dictionnaire amoureux de la chanson française* (2016), dit de lui qu'il reproduit bien « le théorème Aznavour. Pour expliquer son succès à l'étranger, il disait toujours : 'Je leur donne ce qu'ils n'ont pas'. Or, dans ces pays [l'Italie et l'Allemagne], il n'y a pas ce genre de musique urbaine chantée avec des sonorités africaines, qui est une représentation de la diversité en France ». Gims débarque à Milan en 2016, apparaît au festival de Sanremo (festival de la chanson italienne), donne son concert à Rome et obtient également un double disque de platine pour sa chanson « Est-ce que tu m'aimes ? » qui grimpe jusqu'à la première place du classement des singles en Italie. Actuellement, il existe plusieurs collaborations entre des rappeurs français et italiens. La première met ensemble Sfera Ebbasta et SCH qui partagent les codes de la *street*, les allusions à la criminalité et au

⁴³ Voir les sites <https://www.lefigaro.fr/musique/2013/08/20/03006-20130820ARTFIG00254-stromae-le-phenomene.php>, https://www.lexpress.fr/culture/musique/stromae-le-phenomene_1535090.html, <https://www.lapresse.ca/arts/festivals/francofolies/201406/16/01-4776126-le-phenomene-stromae.php>, etc. Pages consultées le 13/06/2020.

trafic de la drogue, ainsi que le rêve de devenir riches⁴⁴ (on y reviendra dans le § 2.2.3). On peut mentionner également Aya Nakamura, chanteuse malienne naturalisée française dont le single « Djadja » (2018) a connu un succès qui a franchi les frontières de la France. En 2019, son single « Pookie » a été proposé en deux versions revisitées bilingues français-anglais et français-italien, cette dernière avec la participation du rappeur Capo Plaza, originaire de Salerne. Ci-dessous la capture d'écran d'une ancienne étudiante à la SOB où l'on peut remarquer la présence de plusieurs titres de chansons pop et rap en français :



Le dépouillement des questionnaires n'a permis de repérer qu'une seule réponse (ex. 2) contenant une référence précise à la musique écoutée et une autre qui mentionne plus génériquement des « artistes français contemporains » (ex. 3). Toutefois, plusieurs autres réponses témoignent de

⁴⁴ Pour approfondissements voir le site <https://raphaolic.com/2018/05/25/rap-italiano-e-rap-francese-due-realta-distanti-ma-ormai-cosi-vicine/>. Site consulté le 16/06/2020.

l'importance que l'écoute de la musique en français revêt dans la quotidienneté de nos étudiant-e-s (les éléments adverbiaux « tutti i giorni » 'tous les jours' ou « specialmente » 'en particulier' » dans les énoncés 4 et 5 en donnent un exemple) :

2. *nel mio tempo libero ascolto musica francese di Maître Gims e Stromae* (F, 19, OR, MLC, Q103)
3. *attraverso brani di artisti francesi moderni* (F, 19, FII, LM, Q220)
4. *ascolto musica francese tutti i giorni* (H, 19, OR, LCC, Q31)
5. *specialmente con la musica* (H, 19, OR, MLC, Q43)

La musique peut donc constituer un point d'intersection privilégié entre la langue française et l'univers culturel, musical en l'occurrence, des jeunes, permettant à cette langue de conquérir une place de premier plan dans la vie privée des étudiant-e-s, indépendamment des activités d'apprentissage de la langue. Le lien entre ce type de réponses et la génération des jeunes se trouve confirmé également par son absence dans le groupe des étudiant-e-s travailleur-euse-s de l'Université LV.

Parmi les réponses moins fréquentes, les catégories « Films ou séries télévisées »⁴⁵, « Livres, magazines et revues », « Ami-e-s », « Internet et réseaux sociaux » font penser également à des contextes d'emploi du français qui mettent en jeu des intérêts plus diversifiés et de nature plus personnelle. Les « ami-e-s » sont associé-e-s à des ami-e-s qui vivent en France, mais parfois également aux érasmusien-ne-s français-e-s à Naples. Les « séries télévisées », les « films », les « livres » et les « magazines » sont toujours mentionnés de manière générique, tandis que la mention de l'Internet s'enrichit de différents exemples, tels que des groupes Facebook (non spécifiés), la lecture sur l'Internet (« leggendo dal web », F, 19, OR, LLCEA, Q102) ou encore le shopping en ligne sur des sites Internet français non précisés.

Une autre catégorie qui s'avère intéressante et plutôt inattendue concerne les mots empruntés au français. La réponse est d'autant plus importante que

⁴⁵ On suppose qu'il s'agit de séries françaises que les étudiant-e-s regardent en langue originale, souvent avec sous-titres, mais il est également possible qu'ils-elles pensent aux versions doublées en italien (*Law & Order Criminal Intent : Parigi, Le bureau – Sotto copertura, Profiling, Candice Renoir, Cherif, Art of Crime, Balthazar, Les Revenants, Versailles*, etc.). Il existe des sites qui proposent la vision de séries en français pour l'apprentissage de la langue (<https://www.scambieuropei.info/serie-tv-francesel/>, pour ne donner qu'un exemple).

l'anglais constitue la langue prêteuse par excellence. Le développement de la conscience des relations de longue date que le français entretient avec l'italien autant qu'avec l'anglais est un atout fondamental pour la valorisation de cette langue. Si cet aspect fait inévitablement partie intégrante d'une didactique du multilinguisme et de l'intercompréhension⁴⁶, il peut rester sous-estimé dans des approches plus traditionnelles d'apprentissage des langues étrangères. En effet, les emprunts au français constituent le moyen le plus « profond » à travers lequel le français s'enracine dans la langue et dans la culture des italophones :

6. *in determinate espressioni entrate nel lessico italiano* (F, 19, FII, LM, Q223)
7. *quando ci sono alcuni termini francesi che sono usati anche nella lingua italiana* (H, 18, OR, MLC, Q116)
8. *nei discorsi attraverso prestiti linguistici, quali trousse, baguette* (F, NR, OR, LLCEA, Q57)
9. *nel pronunciare parole francesi di uso quotidiano (foulard, Paris, croissant...)* (F, 19, OR, MLC, Q132)
10. *anche alcune parole in dialetto hanno un'origine francese, però oramai anche nel nostro linguaggio quotidiano alcune parole tipo "souvenir" è usata come fosse italiano* (F, 20, FII, LLME, Q154)
11. *corrispondenze francesi utilizzate anche in italiano (es. un'élite)* (F, 19, OR, ND, Q102)

L'une des réponses obtenues est tout à fait particulière. Bien qu'il soit difficile de comprendre à quelle catégorie de conducteurs de véhicules pense le répondant, le renvoi aux immigrés africains francophones est très intéressant dans la mesure où il met en jeu le pluri- multilinguisme des sociétés contemporaines :

⁴⁶ La perspective intercompréhensive fait son apparition dans le domaine de la didactique des langues autour des années 1990 grâce à des projets pionniers soutenus par la Commission Européenne (*Intercommunicabilità Romane, EuRom4, EuroCom, Galatea*) (Capucho 2008 : 239). Pour approfondissements voir Caddéo, Jamet (2013), De Carlo (2011), Castagne (2007). Plus récemment, l'intercompréhension constitue une approche novatrice au sein de la didactique du plurilinguisme, où toutes les langues peuvent être concernées, indépendamment de leur statut de langues officielles et/ou standard : « l'intercompréhension crée des ponts entre des langues, en ce compris les dialectes » (Sheeren 2016). Bien que sa définition conceptuelle soit relativement récente, l'intercompréhension est une modalité d'échange, « naturelle », spontanée et très ancienne, pratiquée couramment en milieu pluri-/multilingue (Janin 2016).

12. *nel rapporto con gli utenti di lingua francese, in particolare i conducenti di veicoli ed i cittadini extracomunitari* (H, 46, LV, SP, Q296)

On peut encore remarquer que les enquêtés tendent à répondre à la question concernée par des réponses uniques (151, soit 51%) aussi bien que par des réponses multiples (136, soit 46%). Parmi les réponses multiples, les catégories « À l'Université » et « Musique » occupent respectivement la première et la deuxième position. La catégorie « Musique » est également majoritaire par rapport à la troisième position, tandis que la lecture de « Livres, magazines ou revues » constitue la catégorie la plus fréquente en quatrième position.

La distribution des réponses obtenues selon le lieu de résidence donne les résultats suivants :

CATEGORIES	<i>Naples</i>		<i>Hors Naples</i>	
<i>À l'Université</i>	50%	31	51%	119
<i>Musique</i>	45%	28	33%	77
<i>Films ou séries télévisées</i>	18%	11	24%	56
<i>Livres, magazines ou revues</i>	16%	10	10%	23
<i>Ami-e-s</i>	18%	11	7%	17
<i>Internet et réseaux sociaux</i>	11%	7	8%	19
<i>Médias</i>	3%	2	6%	15
<i>Jamais</i>	5%	3	4%	10
<i>Mots français en italien</i>	0%	0	4%	9
<i>À la maison</i>	2%	1	4%	9
<i>Touristes</i>	2%	1	3%	6
<i>Au travail</i>	2%	1	4%	9
<i>Voyages</i>	3%	2	2%	5
<i>Toujours</i>	2%	1	2%	4
<i>Aucune réponse</i>	5%	3	2%	5
<i>Autre</i>	0%	0	0%	1
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	62	100%	233

Tab. 15 – Circonstances où le français entre dans la vie quotidienne des enquêtés : Napolitain-e-s vs non Napolitain-e-s⁴⁷

On remarque que les catégories « Musique » et « Films ou séries télévisées » sont moins représentées dans le groupe d'étudiant-e-s non napolitain-e-s. La même chose vaut pour la catégorie « Ami-e-s » et, dans une moindre mesure,

⁴⁷ Dans les tableaux, les couleurs grise et orange surlignent respectivement les fréquences les plus élevées et les moins élevées qui résultent intéressantes pour la comparaison entre les sous-groupes.

pour la consultation de sites internet et pour l'usage de réseaux sociaux. En général, les deux groupes affichent un comportement spéculaire : mise à part les réponses du genre « À l'Université », les catégories prédominantes dans l'échantillon global (toutes variables confondues, Fig. 3) caractérisent tout particulièrement le sous-groupe des étudiant-e-s qui habitent Naples, tandis que les catégories nettement minoritaires dans l'échantillon global tendent à devenir faiblement majoritaires dans le sous-groupe des étudiant-e-s qui habitent hors Naples. Seul-e-s ces dernier-ère-s évoquent les emprunts au français.

En corrélant les réponses avec les différentes filières universitaires, on aboutit aux résultats suivants :

CATEGORIES	<i>Langues étrangères</i>		<i>Autres filières</i>	
<i>À l'Université</i>	56%	125	35%	25
<i>Musique</i>	42%	94	15%	11
<i>Films ou séries télévisées</i>	28%	63	6%	4
<i>Livres, magazines ou revues</i>	12%	27	8%	6
<i>Internet et réseaux sociaux</i>	12%	26	0%	0
<i>Ami-e-s</i>	12%	26	3%	2
<i>Média</i>	3%	7	14%	10
<i>Jamais</i>	1%	2	15%	11
<i>Au travail</i>	2%	4	8%	6
<i>À la maison</i>	3%	6	6%	4
<i>Mots français en italien</i>	3%	7	3%	2
<i>Touristes</i>	2%	5	3%	2
<i>Voyages</i>	1%	3	6%	4
<i>Toujours</i>	2%	5	0%	0
<i>Autre</i>	0%	1	0%	0
<i>Aucune réponse</i>	2%	5	4%	3
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	224	100%	71

Tab. 16 – Circonstances où le français entre dans la vie quotidienne : filières linguistiques vs filières non linguistiques

Les catégories liées au milieu universitaire, à l'écoute de la musique, à la vision de films ou de séries télévisées, à la lecture de livres, de magazines ou de revues, à la navigation sur l'internet et à l'interaction avec des ami-e-s se rapportent majoritairement aux étudiant-e-s en Langues étrangères. En revanche, la plupart des autres catégories se rattachent surtout aux étudiant-e-s des autres filières, qui sont également ceux-celles qui estiment que le français ne fait aucunement partie de leur quotidienneté. Dans ce dernier groupe, il faut également remarquer le faible pourcentage des catégories

renvoyant à la lecture et à l'usage de l'Internet et, au contraire, le pourcentage plus élevé des catégories « À la maison » et « Voyages ». De plus, on peut signaler que les réponses « Jamais » et « Au travail » concernent presque exclusivement les étudiant-e-s travailleur-euse-s (LV, filière en SP), dont 9 ont un âge compris entre 30 et 61 ans.

Comme on peut le voir dans le tableau ci-dessous, la différenciation des réponses selon le sexe ne donne pas de résultats proprement concluants⁴⁸ :

CATEGORIES	F		H		F-NA		H-NA		F-hNA		H-hNA	
À l'Université	56%	120	37%	26	55%	26	(38%)	5	57%	94	36%	21
Musique	37%	78	30%	21	40%	19	(62%)	8	36%	59	22%	13
Films ou séries télévisées	28%	59	10%	7	19%	9	(15%)	2	30%	50	9%	5
Livres, magazines ou revues	12%	25	4%	3	15%	7	0%	0	11%	18	5%	3
Internet et réseaux sociaux	8%	18	10%	7	11%	5	(15%)	2	8%	13	9%	5
Ami(e)s	9%	20	10%	7	13%	6	(15%)	2	8%	14	9%	5
Média	7%	15	3%	2	6%	3	0%	0	7%	12	3%	2
Jamais	2%	4	11%	8	4%	2	0%	0	1%	2	14%	8
Au travail	2%	4	8%	6	2%	1	0%	0	2%	3	10%	6
À la maison	3%	6	4%	3	0%	0	(15%)	2	4%	6	2%	1
Mots français en italien	4%	8	1%	1	0%	0	0%	0	5%	8	2%	1
Touristes	2%	4	1%	1	2%	1	0%	0	2%	3	2%	1
Voyages	2%	4	4%	3	4%	2	0%	0	1%	2	5%	3
Toujours	1%	3	3%	2	2%	1	0%	0	1%	2	3%	2
Autre	0%	1	0%	0	0%	0	0%	0	1%	1	0%	0
Aucune réponse	3%	6	3%	2	4%	2	(8%)	1	2%	4	2%	1
Nbre d'étudiants	100%	213	100%	71	100%	47	100%	13	100%	166	100%	58

Tab. 17 – Circonstances où le français entre dans la vie quotidienne : étudiantes (F) vs étudiants (H)⁴⁹

Il est cependant possible d'observer que les catégories les plus fréquentes impliquent des étudiantes plutôt que des étudiants. En outre, l'activité de lecture de « Livres, magazines ou revues » est beaucoup moins présente chez les étudiants, voire absente chez ceux qui habitent Naples. Les étudiants non napolitains regardent moins les « Films ou séries télévisées ». Ce sont quasi exclusivement ces derniers qui affirment que le français est inexistant dans leur

⁴⁸ Dans les tableaux concernant la corrélation avec le sexe, la sous-population des étudiants napolitains est trop petite pour envisager des fréquences en pourcentage. C'est pourquoi elles sont mises entre parenthèses.

⁴⁹ Dans les tableaux concernant la corrélation avec la variable diagénique, NA et hNA sont les abréviations utilisées pour Naples et hors Naples.

quotidienneté, sauf en milieu professionnel. Même si les pourcentages ne sont nullement significatifs, les étudiants napolitains tendent à répondre à la question posée en faisant référence surtout à la musique. Ce sont plutôt les étudiantes, surtout non napolitaines, qui évoquent les emprunts au français et les touristes.

En général, la tendance à répondre en mentionnant les médias, la communication à la maison, notamment avec les proches vivant en France ou en Suisse, les emprunts au français et les voyages semble être l'indice d'un rapport au français structuré sur des traits plus stéréotypés et traditionnels, mais également plus diversifiés, propre au groupe des étudiants, non napolitains et qui ne sont pas inscrits à un cursus en langues étrangères. Le contexte d'apprentissage semble exercer un peu plus d'influence chez les étudiantes. Ce sont toujours les étudiantes qui affirment le plus souvent écouter de la musique en français.

2.2.2 Qu'est-ce qui vous fait sentir français ? (D2)

L'échantillon est formé pour la plupart d'étudiant-e-s italien-ne-s à part entière qui n'ont *a priori* aucune raison de se sentir français-es. La question D2 ne met donc pas en jeu l'expression d'un sentiment d'appartenance nationale ou culturelle authentique⁵⁰, mais elle vise essentiellement à relever la représentation que les enquêté-e-s ont des Français, les aspects sociaux et culturels associés aux Français, ainsi que les éléments susceptibles de refléter des sentiments d'affectivité envers les Français ou de proximité linguistique et culturelle. Les réponses recueillies sont synthétisées comme suit :

⁵⁰ Un sondage effectué par l'Institut Ipsos en 2019 auprès d'un échantillon représentatif de la population française révèle les critères qui définissent ce que signifie « être Français aujourd'hui ». La plupart des personnes interrogées (63%) considèrent l'attachement « aux valeurs de la République » (liberté, égalité, fraternité) comme l'aspect le plus significatif. Viennent ensuite le fait d'« avoir la nationalité française » (33%), de « partager un mode de vie (traditions, gastronomie...) » (33%), de « parler une langue commune, le français » (28%), de « se sentir héritier de l'histoire de France » (24%) et de « vivre sur un même territoire » (18%) (1% « ne se prononce pas ») (<https://www.leparisien.fr/politique/qu-est-ce-qu-etre-francais-aujourd-hui-un-sondage-revele-une-republique-fracturee-06-02-2019-8005248.php>, page consultée le 06/07/2020).

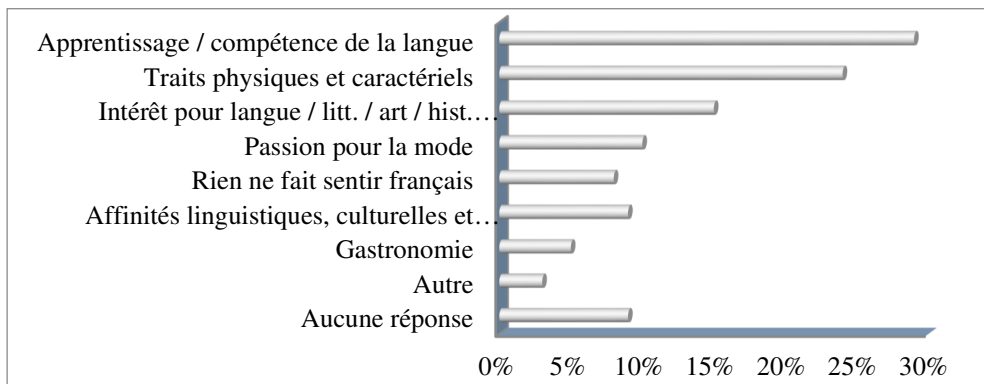


Fig. 4 – Raisons pour lesquelles les enquêtés se sentent français-es

La majorité des réponses renvoie génériquement à l'apprentissage et à la maîtrise du français (ex. 13-15) ou, plus précisément, à la capacité de communiquer dans cette langue (ex. 16-17). On remarque également qu'un nombre considérable de réponses (9%) mettent en cause la prononciation et parfois même un trait articulatoire spécifique, à savoir la consonne fricative uvulaire voisée [ʁ] (dite « erre moscia » ou « alla Francese » en italien) (ex. 18-21) :

13. *Lo studio della lingua* (F, 18, FII, LCLME, Q3)
14. *Il fatto di averlo studiato a scuola e quindi di conoscere le basi della lingua francese* (F, 19, PT, MII, Q254)
15. *Saper parlare un po' la lingua* (F, 21, OR, MLC, Q70)
16. *Riuscire a comunicare e a capire questa lingua e a volte anche a pensare in francese* (F, 22, FII, LCLME, Q197)
17. *Mi fa sentire francese il conversare in lingua con qualcun altro che invece è propriamente madrelingua* (H, 18, FII, LCLME, Q18)
18. *Una buona pronuncia* (F, 18, FII, LCLME, Q158)
19. *La capacità nella pronuncia di alcuni vocaboli* (F, 19, SOB, LCM, Q257)
20. *Il tono della lingua* (H, 51, LV, SP, Q297)
21. *La 'r' moscia* (F, 19, OR, LCC, Q92)

D'autres réponses mettent en cause des caractéristiques physiques, caractérielles ou de personnalité que les enquêtés ont tendance à s'attribuer eux/elles-mêmes. Voici quelques-uns des items recueillis :

22. *Il francese rispecchia un po' la mia personalità: raffinata ed elegante* (F, 19, FII, LCLME, Q13)

23. *Il mio essere raffinata ed elegante* (F, 19, FII, LCLME, Q25)
24. *L'eleganza nascosta che penso di avere* (F, 20, FII, LCLME, Q28)
25. *La raffinatezza* (F, 19, OR, MLC, Q97)
26. *Il fatto di sentirmi nel mio piccolo una persona raffinata* (F, 21, OR, LLCEA, Q104)
27. *L'eleganza nel modo di parlare, la raffinatezza nel comportamento e il gusto nel vestirsi bene* (F, 19, FII, MII, Q225)
28. *L'eleganza* (F, 28, SOB, LCM, Q272)
29. *Il mio essere precisa, il mio modo di vestire, il mio essere puntuale e ben organizzata, romantica, elegante* (F, 18, FII, LCLME, Q7)
30. *Il mio modo di essere molto dolce, elegante e precisa* (F, 19, OR, MLC, Q42)
31. *Mi sento francese quando leggo poesia e romanzi, quando vesto elegante, quando gusto buon cibo e quando ho discorsi intellettuali riguardo la cultura e le arti* (F, 21, OR, MLC, Q136)
32. *La pasticceria, la politica, il senso della patria e la raffinatezza* (F, 44, LV, SP, Q289)
33. *Forse il romanticismo* (H, 20, FII, MII, Q247)
34. *Il sentimentalismo profondo* (F, 22, FII, LM, Q216)
35. *L'essere romantica e sognatrice* (F, 19, OR, MLC, Q110)
36. *L'essere dolce e romantico come la lingua in questione* (H, 18, OR, MLC, Q16)
37. *Essere fine e a volte avere la puzza sotto al naso* (F, 19, FII, LCLME, Q162)
38. *Lo snobismo* (F, 23, FII, LM, Q215)
39. *Il mio lato antipatico che è proprio dei francesi in generale* (F, 19, OR, LLCEA, Q50)
40. *Mi fa sentire un po' francese la condivisione degli ideali di libertà, uguaglianza e fratellanza* (F, 19, FII, LM, Q224)
41. *Il rispetto dei valori di libertà e uguaglianza; e poi sono nato il 14 luglio!* (H, 19, OR, LCC, Q31)
42. *Le calme et le confort* (F, 19, FII, LCLME, Q19)
43. *Boccuccia a forma di rosa* (F, 19, OR, LCC, Q37)
44. *Capelli* (F, 50, LV, SP, Q301)
45. *Il naso all'insù* (F, 22, OR, MLC, Q73)

Ces réponses font émerger les clichés et stéréotypes habituels sur les Français qui ont trait à l'« élégance », à la « finesse », au « bon goût », au « romantisme », au « snobisme » et, dans une moindre mesure, à la « ponctualité » et à la « précision »⁵¹. Suivant l'hypothèse selon laquelle le positionnement politique de l'individu est, dans une large mesure, ancré dans sa personnalité (Freitag 2017), on a rangé dans ce même ensemble de réponses le rappel aux valeurs de la République, dont la devise « liberté, égalité, fraternité » est l'un des symboles les plus connus et significatifs de la France. Certaines caractéristiques n'apparaissent que sporadiquement : c'est le cas du « calme » et du « confort », à entendre, probablement, comme

⁵¹ Ces deux dernières propriétés sont couramment rattachées également à des populations étrangères autres que les Français, comme les Allemands ou les Suisses en premier lieu.

l'association d'un état physique et psychique de l'individu ou comme des attributs environnementaux (les deux adjectifs se retrouvent, par exemple, dans plusieurs descriptions de régions et de résidences de vacances situées en France). Parfois, ce sont les traits physiques qui sont mentionnés pour exprimer ce qui peut faire sentir français. Étant donné que les caractéristiques du visage sont censées identifier des types de personnalité (Haner 2013), ce n'est peut-être pas un hasard que seules les parties du visage soient indiquées, en particulier la bouche, les cheveux et le nez. Toutefois, la prise en compte de ces éléments pourrait s'expliquer également par la présence d'expressions linguistiques italiennes et, encore une fois, par l'influence de l'image stéréotypée des Français. La comparaison mise en œuvre pour décrire un trait physique personnel, « *boccuccia a forma di rosa* »⁵² (ex. 43), combine la bouche et la fleur, deux éléments qui appartiennent au lexique de l'amour et du romantisme. La mention des cheveux (ex. 44) se relie à l'existence de la coupe de cheveux appelée en italien *taglio alla francese* ou *caschetto francese* ou (*taglio*) carré. Il en va de même pour le nez retroussé dont l'équivalent italien est *naso all'insù* ou *alla francese*.

15% des répondant-e-s expriment, le plus souvent de façon générique, parfois en indiquant des éléments précis (ex. 49-51, 54), leur propre intérêt non seulement pour la langue, la culture, la littérature et l'art français mais aussi pour l'histoire de la France :

46. *La passione per questa lingua* (F, 18, PT, MII, Q255)
47. *La passione per la lingua e la cultura francese* (F, 20, SOB, LCM, Q259)
48. *La mia calma e pacatezza nel porgermi, l'interesse per la storia, per la letteratura e l'arte della Francia* (F, 19, OR, LCC, Q53)
49. *Mi piacciono le crêpes, mi piace l'arte francese e amo molti stilisti francesi* (F, 19, OR, ND, Q102)
50. *La mia passione per l'impressionismo francese* (F, 20, OR, LLCEA, Q105)
51. *La mia pronuncia, l'amore per il Medioevo (francese)* (NR, 19, FII, LCLME, Q165)
52. *L'amore per la sua storia* (F, 18, FII, LCLME, Q168)

⁵² En italien, il existe la tournure lexicalisée *bocca a forma di cuore* ('bouche en forme de cœur'). L'expression employée par l'étudiante fait penser, du moins pour un Italien de la génération des adultes, à la « *bocca di rosa* » de Fabrizio De André (auteur-compositeur italien parmi les plus importants). Dans l'une de ses chansons les plus célèbres, lancée en 1967, et dont le titre est « *Bocca di rosa* », la métaphore désigne une femme qui aime l'amour physique en lui-même, sans être une prostituée, signification qui lui est erronément attribuée selon l'interprétation la plus courante.

53. *Il fatto di parlare e scrivere in lingua francese e la cultura letteraria della Francia, di cui sono appassionato, per non parlare dei profumi francesi* (H, 21, FII, LCLME, Q177)
54. *Danza classica* (F, 19, FII, LCLME, Q27)

Les réponses qui constituent des tendances nettement minoritaires sont encore plus intéressantes dans la mesure où elles ne reproduisent pas des opinions toutes faites sur les Français, mais mettent en avant un sentiment d'appartenance européen et méditerranéen que les multiples affinités linguistiques, historiques, culturelles entre la France et l'Italie contribuent à créer :

55. *Il fatto di essere europeo* (F, 19, OR, MLC, Q41)
56. *Essere in Europa – il Mediterraneo – origine latina e cristiana* (H, 61, LV, SP, Q277)
57. *L'appartenenza alla stessa famiglia linguistica* (M, 19, OR, MLC, Q60)
58. *La similitudine della lingua* (F, 48, LV, ND, Q286)
59. *La somiglianza della loro cultura* (H, 44, LV, SP, Q295)

Dans le cadre de la thématique traitée, le rappel de la domination française et des traces qu'elle a laissées dans la culture et dans la langue napolitaine est un aspect particulièrement important. En effet, le passé historique commun crée chez les Napolitain-e-s la conscience d'un rapport privilégié entre les deux cultures, ce qui pourrait contribuer au maintien, encore de nos jours, d'une sorte de « francophonie latente » dans la ville parthénopéenne. Les déclarations qui suivent amènent à découvrir toutes les facettes de cette francophonie latente et à mieux comprendre la manière dont elle est susceptible d'influencer l'apprentissage et la diffusion du français à Naples :

60. *Ancora oggi a Napoli si può ammirare l'impronta francese, dovuta alla dominazione passata; vicinanza culturale e geografica* (F, ND, OR, LLCEA, Q57)
61. *La nostra storia con Giocchino Murat* (ND, ND, LV, SP, Q279)
62. *Mi fa sentire francese il fatto che sono consapevole di vivere in una città che ha avuto influenze sociali e culturali dal francese* (F, 24, FII, LCLME, Q153)
63. *La lingua napoletana, la storia e la filosofia* (F, 26, FII, LCLME, Q193)
64. *Il dialetto napoletano* (H, 19, PT, MII, Q228)
65. *Il dialetto napoletano come la parola buttegl* (H, 19, PT, MII, Q246)
66. *Alcune parole in dialetto napoletano* (F, 20, PT, MII, Q251)

L'importance de la mode dans les représentations stéréotypées du peuple français en fait une catégorie de réponse à part entière. Le stéréotype en question apparaît sous forme de référence générique à la mode, présentée

parfois comme une véritable passion, à sa propre façon de s'habiller (ex. 67-71) ou à des vêtements et accessoires bien précis, comme le béret basque, le T-shirt à rayures⁵³ et les parfums, dont le mythique N° 5 de Chanel :

67. *L'amore per la moda e la cucina* (F, ND, FII, LCLME, Q29)
68. *La passione della moda* (H, 19, PT, MII, Q244)
69. *L'appartenenza all'unione Europea, il gusto per la moda e la cucina raffinata* (H, 19, OR, LCC, Q82)
70. *L'abbigliamento* (H, 20, OR, LCC, Q48)
71. *Il modo di vestirmi* (F, 20, FII, LLME, Q154)
72. *Indossare il cappello tipico francese* (F, 19, SOB, LCM, Q264)
73. *Una maglia a righe* (F, 20, SOB, LCM, Q265)
74. *I profumi* (F, 49, LV, SP, Q306)
75. *Chanel n5* (F, 20, OR, MLC, Q118)

La gastronomie occupe également une place de choix dans la caractérisation des Français et, par ricochet, de ce qui fait sentir français. La dégustation de la cuisine raffinée est parmi les réponses les plus fréquentes. S'y ajoute l'indication de plats particuliers, notamment les « crêpes », la « quiche lorraine », les « fromages » et l'inévitable « baguette » :

76. *Mangiare una baguette* (H, 19, FII, LCLME, Q15)
77. *L'amore per le crêpes* (F, 19, FII, LCLME, Q30)
78. *La baguette, la quiche lorraine* (F, 22, FII, LLME, Q181)
79. *Mi fa sentire un po' francese il fatto di mangiare spesso formaggi e avere la cameretta con il poster della tour Eiffel* (ND, 21, SOB, LCM, Q275)

Par rapport à la question considérée, on a enregistré un taux faible de réponses multiples (31 au total, soit 11%), parmi lesquelles les réponses qui viennent le plus fréquemment à l'esprit en première position appartiennent à la catégorie « Affinités linguistiques, culturelles et politiques » ; celles qui sont mentionnées en deuxième et troisième positions relèvent de la catégorie « Mode ».

Le tableau 18 renferme la distribution des réponses selon la variable diatopique :

⁵³ Le foulard et la veste en laine bouclée complètent la série des vêtements considérés, dans l'imaginaire collectif, comme typiquement français.

Les représentations sociales de la langue française à Naples

CATEGORIES	Naples		Hors Naples	
<i>Apprentissage/compétence de la langue</i>	24%	15	30%	70
<i>Traits physiques et caractériels</i>	21%	13	25%	59
<i>Intérêt pour la langue, la littérature, l'art et l'histoire français</i>	23%	14	13%	30
<i>Passion pour la mode</i>	11%	7	9%	22
<i>Rien ne fait sentir français</i>	5%	3	9%	21
<i>Affinités linguistiques, culturelles et politiques</i>	11%	7	9%	20
<i>Gastronomie</i>	8%	5	4%	10
<i>Autre</i>	10%	6	1%	3
<i>Aucune réponse</i>	5%	3	11%	25
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	62	100%	233

Tab. 18 – Raisons pour lesquelles les enquêté-e-s se sentent français-es : étudiant-e-s napolitain-e-s vs étudiant-e-s non napolitain-e-s

Les étudiant-e-s napolitain-e-s se montrent plus intéressé-e-s à la langue et à la culture françaises que les étudiant-e-s originaires de l'extérieur de Naples. En revanche, ces dernier-ère-s font référence majoritairement à des éléments liés à l'apprentissage et à la compétence de la langue, ainsi qu'à des traits caractériels. En outre, ils/elles ont tendance à affirmer que rien ne les fait sentir français-es ou à ne pas répondre à la question posée. La population napolitaine montre une tendance légèrement plus forte à mentionner des produits gastronomiques ou à donner des réponses qui ne peuvent être rangées dans aucune des catégories envisagées.

La différenciation des réponses selon les filières ne change pas les tendances qu'on vient de décrire, mais permet d'ajouter quelques précisions :

CATEGORIES	Langues étrangères		Autres filières	
<i>Apprentissage/compétence de la langue</i>	30%	68	24%	17
<i>Traits physiques et caractériels</i>	26%	59	18%	13
<i>Intérêt pour la langue, la littérature, l'art et l'histoire français</i>	18%	41	4%	3
<i>Passion pour la mode</i>	9%	21	11%	8
<i>Rien ne fait sentir français</i>	7%	15	13%	9
<i>Affinités linguistiques, culturelles et politiques</i>	4%	10	24%	17
<i>Gastronomie</i>	5%	11	6%	4
<i>Autre</i>	4%	8	1%	1
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	224	100%	71

Tab. 19 – Raisons pour lesquelles les enquêté-e-s se sentent français-es : filières linguistiques vs filières non linguistiques

Les catégories qui apparaissent comme les plus fréquentes au sein de l'échantillon global sont à rapporter surtout à la sous-population inscrite aux cursus en Langues étrangères. Dans la population appartenant aux autres filières, on remarque une chute de la fréquence concernant l'intérêt pour la langue et la culture françaises, ainsi qu'une incidence relativement plus élevée des réponses renvoyant aux « Affinités linguistiques, culturelles et politique » entre la France et l'Italie, mais également de la catégorie « Rien ne fait sentir français ». Le sous-groupe considéré semble moins perméable aux clichés culturels qui touchent, le cas échéant, les Français dans notre société. En particulier, ce sont les inscrit-e-s aux cursus en Sciences politiques qui répondent le plus souvent « Rien ne fait sentir français », ce qui s'explique peut-être aussi par le facteur qui différencie ce sous-groupe de l'échantillon tout entier, à savoir un âge plus avancé.

Le sexe peut également avoir une influence sur la typologie des réponses données. Les chiffres du tableau 20 montrent ce genre de relation :

CATEGORIES	F		H		F-NA		H-NA		F-hNA		H-hNA	
<i>Appr./comp. de la langue</i>	23%	48	20%	14	23%	11	(31%)	4	22%	37	17%	10
<i>Traits phys. et caract.</i>	28%	59	11%	8	28%	13	(8%)	1	28%	46	12%	7
<i>Intérêt pour la lan., la lit., l'art et l'hist. fr.</i>	17%	36	10%	7	23%	11	(23%)	3	15%	25	7%	4
<i>Passion pour la mode</i>	9%	20	13%	9	6%	3	(31%)	4	10%	17	9%	5
<i>Rien ne fait sentir français</i>	5%	11	17%	12	4%	2	0%	0	5%	9	21%	12
<i>Affinités ling., cult. et pol.</i>	6%	12	20%	14	11%	5	(15%)	2	4%	7	21%	12
<i>Gastronomie</i>	5%	10	6%	4	6%	3	(15%)	2	4%	7	3%	2
<i>Autre</i>	3%	6	0%	0	2%	1	0%	0	2%	4	2%	1
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	213	100%	71	100%	47	100%	13	100%	166	100%	58

Tab. 20 – Raisons pour lesquelles les enquêté-e-s se sentent français : étudiantes vs étudiants

La répartition des réponses selon le sexe montre clairement la corrélation entre les catégories « Traits physiques et caractériels » et « Intérêt pour la langue, la littérature, l'art et l'histoire français » et la population féminine. Les étudiants non napolitains sont ceux qui fournissent le moins fréquemment des réponses incluses dans la catégorie envisagée. La

catégorie « Apprentissage/compétence » du français ne comporte pas des différences remarquables entre les sexes, sauf une certaine prévalence (statistiquement non significative) chez les étudiants napolitains, tandis que ceux qui proviennent de l'extérieur de la ville tendent à fournir moins fréquemment ce type de réponse. Le pourcentage de la catégorie « Intérêt pour la langue, la littérature, l'art et l'histoire français » est particulièrement bas chez la population masculine non napolitaine. Les étudiantes et les étudiants napolitain-e-s se distinguent surtout quant à la catégorie « Passion pour la mode » : les réponses qui la composent sont moins récurrentes dans le groupe des étudiantes. Les étudiants non napolitains produisent plus que les étudiantes des réponses appartenant aux catégories « Affinités linguistiques, culturelles et politiques » et « Rien ne fait sentir français », une réponse dont la fréquence est toujours assez faible chez les étudiantes.

Les étudiants semblent concevoir leur rapport au français de manière moins stéréotypée, sauf que pour l'importance accordée à l'univers de la mode (les pourcentages pour cette catégorie sont plus élevés pour les étudiants que pour les étudiantes ou presque identiques). Cette tendance peut paraître surprenante dans la mesure où elle ne se conforme pas aux stéréotypes de genre selon lesquels les femmes sont impliquées plus que les hommes dans la mode et la beauté (pour les femmes, les vêtements doivent répondre à des besoins esthétiques, tandis que pour les hommes ils n'auraient qu'une valeur purement fonctionnelle) (Benoît-Moreau *et al.* 2018). Toutefois, les catégorisations sexuées sont aujourd'hui en pleine évolution et l'industrie de la mode (tout comme celles de la parfumerie et de la cosmétique) propose, depuis déjà quelques années, des collections de vêtements non genrées (*genderless*) s'inspirant à l'affirmation d'un genre non binaire ou fluide (*gender fluid*) qui est au cœur du mouvement LGBTQ+. Il s'ensuit que les frontières du féminin et du masculin se trouvent, dans notre société, incontestablement remodelées, car la passion pour l'univers du vêtement et ses dérivés touche les hommes autant que les femmes. Sans vouloir établir un rapport direct avec la fluidité de genre, on constate que, dans l'échantillon analysé, non seulement la catégorie « Mode » est présente dans les deux sexes, mais aussi que les étudiants apparaissent même plus sensibles que les étudiantes à l'association stéréotypée entre la mode et les Français. Cette tendance est d'autant plus intéressante que les étudiants semblent, en général, concevoir leur rapport au français de manière quelque peu moins stéréotypée par rapport au groupe opposé.

2.2.3 Comment feriez-vous pour intéresser un-e ami-e à la langue et à la culture françaises ? (D3)

L'anglais, première langue internationale véhiculaire par excellence, se place en tête de la liste des langues étrangères les plus apprises dans le monde, tandis que le français occupe la deuxième position. La question posée a pour but de faire émerger les raisons pour lesquelles, d'après nos étudiant-e-s, il faudrait apprendre le français. Il suffit de jeter un coup d'œil rapide aux sites Internet dédiés à l'apprentissage du français, pour tomber sur plusieurs listes de 7 à 17 raisons qui devraient amener à apprendre le français. Pour ne donner qu'un exemple, le site « La vie en français » indique « 10 (bonnes) raisons d'apprendre le français »⁵⁴:

1. Le français est une langue d'avenir
2. Le français est une langue de voyages
3. Le français est une langue d'opportunités professionnelles
4. Le français est une langue de culture
5. Le français est une langue d'amour
6. Le français est une langue de mobilité
7. Le français est une langue pour étudier en France
8. Le français est une langue facile à apprendre pour des locuteurs d'une langue latine
9. Le français est une langue d'ouverture sur le monde
10. Le français est une langue à apprendre par envie

Voici les réponses recueillis auprès de nos répondant-e-s :

⁵⁴ <https://la-vie-en-francais.com/fr/10-bonnes-raisons-dapprendre-le-francais/> (page consultée le 20/07/2020).

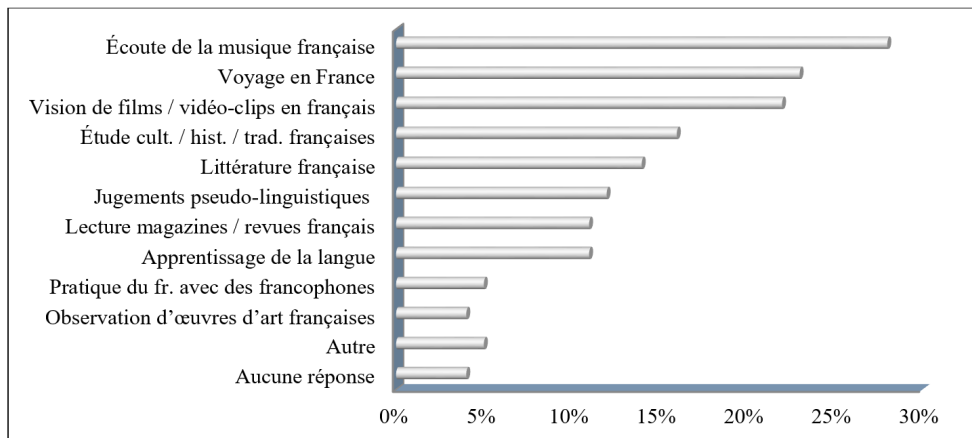


Fig. 5 – Moyens pour faire intéresser un-e ami-e à la langue et à la culture françaises

La plupart des réponses fournies rejoignent la quatrième des raisons d'apprendre la langue française listées plus haut, à savoir la culture dont elle est l'expression : aux films et à la musique français (mentionnés dans le site), on peut ajouter n'importe quelle autre ressource culturelle relevant du peuple français (littérature, presse, art, histoire, traditions, etc.). Comme dans le cas des réponses concernant les circonstances où le français entre dans la vie quotidienne, même lorsqu'il s'agit d'indiquer les moyens d'amener les autres à s'intéresser au français, la musique et les films ou les vidéo-clips en français constituent les produits culturels qui attirent l'attention d'une partie significative de la population questionnée. Les quelques réponses que nous citons contiennent toutes une référence à la musique et appartiennent donc à la catégorie « Écoute de la musique française » :

80. *Facendo ascoltare musica francese o viaggiando* (F, 18, FII, LCLME, Q9)
81. *Attraverso opere di pittori francesi, ascoltando canzoni francesi* (F, 19, FII, LCLME, Q30)
82. *Tramite la musica e la letteratura* (F, 20, OR, LLCEA, Q33)
83. *Mediante la lettura di libri, la visione di film e l'ascolto di canzoni* (F, 19, OR, LCC, Q59)
84. *Con delle canzoni in lingua* (F, 20, OR, MLC, Q94)
85. *Attraverso la musica (ultimamente va molto la trap con personaggi come SCH e i PNL)* (F, 19, OR, ND, Q102)
86. *Attraverso la musica e il cinema* (H, ND, OR, MLC, Q135)
87. *Stromae* (M, 20, FII, LCLME, Q150)

88. *Credo che far ascoltare una canzone in lingua francese sia un buon modo* (F, 22, FII, LCLME, Q186)
89. *Attraverso la musica* (H, 19, PT, MII, Q250)
90. *Attraverso la musica* (F, 28, SOB, LCM, Q272)
91. *Tramite la musica* (H, 38, LV, SP, Q281)

Lorsque les répondant-e-s mentionnent des artistes de la scène musicale française, ce sont toujours des rappeurs (Stromae, SCH, PNL). Dans la réponse n. 85, l'étudiante précise un genre particulier de rap, la trap, issu du *Dirty South* (sous-genre de *hip-hop*) dans les années 2010, dont PLN et SCH sont parmi les représentants les plus connus. Il est intéressant de souligner que les rappeurs cités ont tourné leurs clips à Scampia, quartier de la banlieue populaire de Naples, avec ses *Vele*⁵⁵ en arrière-plan, emblèmes de la *camorra* (la mafia napolitaine), du trafic de drogue et de la prostitution et décor de la série télévisée *Gomorra* qui a rencontré un succès international⁵⁶ :

le succès de la série en France n'a pas attendu les diffusions sur les chaînes nationales pour exploser. La proximité géographique, les similitudes relatives entre banlieues françaises et banlieue napolitaine, et la force de l'intrigue, ont ainsi permis d'attirer jeunes (surtout) et moins jeunes. Le petit monde du rap s'est donc, en toute logique, entaché très vite du décor de la cité napolitaine, et a commencé à balancer des références à la série dès le début de l'année 2015 (Team Mouv', 2016)⁵⁷

⁵⁵ Ensemble de sept bâtiments HLM construits entre 1962 et 1975, dont l'architecture triangulaire évoque la forme des voiles d'un bateau. Trois de ces bâtiments ont été rasés entre 1998 et 2003. Le 20 février 2020 on a procédé à la démolition de trois autres immeubles. Il ne restera alors qu'une seule *Vela* et elle fera l'objet d'une opération de requalification. Le reportage de France24 dédié aux *Vele* de Scampia est disponible à la URL <https://www.france24.com/fr/europe/20200221-%C3%A0-naples-le-quartier-de-scampia-veut-oublier-la-mafia> (page consultée le 21/07/2020).

⁵⁶ *Gomorra - La serie* (2014-2019) est librement inspirée du *best-seller* homonyme *Gomorra. Viaggio nell'impero economico e nel sogno di dominio della camorra* de Roberto Saviano (2006, Mondadori), dont le film réalisé, par Matteo Garrone, est sorti en 2008. En 2007, le roman, traduit par Vincent Raynaud, a été publié en France chez Gallimard, sous le titre *Gomorra. Dans l'empire de la Camorra*. En 2018, une nouvelle édition est parue chez le même éditeur.

⁵⁷ <https://www.mouv.fr/rap-fr/gomorra-nouvelle-obsession-du-rap-francais-240941> (page consultée le 21/07/2020). *Le Monde* a consacré plusieurs articles à la série phénomène *Gomorra*: voir, entre autres, les sites https://www.lemonde.fr/television-radio/article/2015/01/16/gomorra-ou-les-saigneursnapolitains_4558118_1655027.html?xtmc=gomorra&xtcr=21 et

En effet, les *Vele* trônent derrière le duo parisien PLN dans le clip de *Le monde ou rien* (2015)⁵⁸, « l'un des plus grands succès de l'histoire du rap français »⁵⁹. Scampia et Marseille sont les lieux de tournage du morceau de SCH *Gomorra* (2015)⁶⁰ dont le titre scelle explicitement le lien entre l'univers de *Gomorra* et le rap français⁶¹ : « SCH, [...], met en parallèle la ville de Marseille et la ville de Naples et le destin commun de leurs périphéries » (Masoni 2019).

L'ambiance mafia, Scampia et Naples constituent également le décor du clip *Napoli* (2017)⁶² du rappeur français Sadek qui dans le refrain chante « J'm'endors en comptant mes billets / J'm'en bats les couilles d'mes abonnés / Qui me suivra dans ma folie ? / Si j'fais la guerre à Napoli ». Scampia et les *vele* sont choisis également pour la réalisation du clip de la chanson en langue napolitaine *È meglio pe' loro* (2018)⁶³ du rappeur Vale Lambo, originaire de Secondigliano, quartier contigu à Scampia. La liste des rappeurs français séduits par *Gomorra* est cependant beaucoup plus longue :

On pourrait dresser la liste, non exhaustive, des rappeurs français faisant référence à la série *Gomorra* dans leurs textes, qu'ils désirent s'inventer un personnage de mafieux et jouer sur leur image, ou mettre en garde la jeunesse contre la violence de ce milieu, ou simplement se saisir de références partagées : Lacrim, Sofiane, YL, Ninho, Seth Gueko, Soprano, DTF, Melan, Sadek, Jok'Air, Sinik, L'Algérino, Alonzo, Ixzo, Jeff le Nerf, etc. (Masoni 2019).

L'association rap-crime organisé n'est pas une nouveauté (on parle de *mafia rap*, de rap *mafioso*, de *gangsta rap* ou *g-rap*). Ce qui est nouveau, c'est le « sentiment d'identification » des rappeurs français aux personnages mis en scène dans la série *Gomorra*⁶⁴, et non pas, comme il arrive bien plus

https://www.lemonde.fr/culture/article/2019/03/30/gomorra-a-la-conquete-du-monde_5443590_3246.html (pages consultées le 21/07/2020).

⁵⁸ Vidéo-clip officiel disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=umF1kfVujh>.

⁵⁹ <https://www.lesinrocks.com/2016/03/22/actualite/actualite/reportage-au-c%c5%93ur-de-scampia-quartier-mafieux-devenu-un-lieu-de-tournage-pour-pnl-ou-gomorra/> (page consultée le 21/07/2020).

⁶⁰ Vidéo-clip officiel disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=CXIBfrwMRQI>.

⁶¹ <https://biiinge.konbini.com/popculture/gomorra-rap-francais-analyse/>, (page consultée le 21/07/2020).

⁶² Vidéo-clip officiel disponible sur https://www.youtube.com/watch?v=nNqSHKuG_zY.

⁶³ Vidéo-clip officiel disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=re1q9gWdOy4>.

⁶⁴ « J'suis plus Savastano que Ciro » (PLN), « Mourir jeune comme Daniele », « J'suis attendu chez toi comme Don Pietro » (SCH). Don Pietro est le leader du clan Savastano

fréquemment, à ceux des films et des séries de gangsters américains ; c'est la référence aux réalités sociales, économiques, culturelles des banlieues de n'importe quelle ville du monde, mais dont le microcosme napolitain de Scampia, pris en emblème⁶⁵, est rapproché des banlieues françaises, ce qui conduit à une sorte d'assimilation entre les deux contextes⁶⁶. Masoni (2019) écrit :

Le discours sur les périphéries se diffuse. Les accointances se nouent. Les acteurs de la série *Gomorra* rendent hommage à la musique de SCH. Salvatore Esposito (@SalvioEspo, 3-11-2015, 16.36), en promotion pour la saison 2 de la série, le cite et se voit remercié en italien par l'intéressé (@Sch_Mathafack, 5-11-2015, 14.38). De même son travail est-il relayé par Vincenzo Fabricino, qui interprète le rôle de Pitbull dans la série, et joue aussi dans le clip de SCH.

Les liens qui s'établissent entre Scampia et les banlieues françaises, entre l'imaginaire de *Gomorra* et celui du rap français, entre les acteurs de *Gomorra* et les rappeurs français, entre ces derniers et les rappeurs napolitains favorisent la construction de relations d'affinité, de complémentarité, de complicité, basées sur le partage de sentiments, d'émotions, d'expériences, de rêves, bref d'une seule et même quotidienneté vécue, directement ou indirectement. Le français – un français qui se place souvent, mais pas forcément, « en marge du bon usage » (Ghio 2014) –, et le napolitain sont les moyens d'expression de cette quotidienneté. Le rap français est donc susceptible de rapprocher les jeunes non francophones du français et d'éveiller, de manière spontanée et authentique, leur intérêt d'apprendre cette langue, et cela à plus forte raison dans le contexte

(nom inventé). Son fils, Gennaro, appelé Genny, lui succédera dans le rôle de boss du clan. Ciro, au service de Don Pietro et lié à Genny par une amitié fraternelle, deviendra un traître du clan. Ciro, vedette de la série, et Genny sont les personnages les plus aimés. Daniele est un jeune garagiste, piégé par Ciro qui lui ordonne d'assassiner un homme sans lui dire qu'il s'agit d'un associé important du clan rival des Savastano et qui, par une volonté de vengeance, sera à son tour assassiné.

⁶⁵ « Selon Salvatore Esposito [l'acteur qui joue le rôle de Genny Savastano dans la série] la beauté de la ville de Naples et de sa langue est un prétexte pour raconter les problèmes de toutes les autres villes du monde. Si *Gomorra* est une métaphore de la criminalité internationale, elle est aussi une métaphore des banlieues, qui en raconte les dynamiques communes : l'amour fraternel, les relations conflictuelles père / fils, la violence pour obtenir le pouvoir » (Masoni 2019).

⁶⁶ Voir le site <https://blogs.mediapart.fr/kunta-q/blog/040217/la-serie-phenomene-gomorra-est-elle-revelatrice-de-levolution-du-rap-francais> (page consultée le 21/07/2020).

napolitain, devenu un univers de référence musical, fictionnel, médiatique, social, etc., commun aux rappeurs et aux auditeurs de rap français et napolitains.

Poursuivant l'analyse des moyens qui, selon nos répondant-e-s, seraient en mesure d'intéresser au français leur groupe de pairs, nous quittons le monde de la musique pour aborder celui des voyages. En effet, apprendre le français pour voyager constitue la catégorie la plus fréquente après l'écoute de la musique en français :

92. *Fare un viaggio in un paese francofono* (F, 22, FII, Q185)
93. *Con un viaggio in paesi francofoni* (F, 19, OR, LCC, Q37)
94. *Rendendolo partecipe agli incontri che si tengono al Grenoble o ancora meglio organizzando un viaggio in un posto dove la lingua è ufficiale* (ND, 18, FII, LCLME, Q7)
95. *Andando a fare un viaggio in Francia* (H, 19, FII, LCLME, Q15)
96. *Portandolo in Francia* (F, 19, OR, MLC, Q124)
97. *Facendogli vedere la bellezza della Francia* (F, 19, OR, MLC, Q144)
98. *Portandolo a Parigi, se ne innamorerebbe com'è successo a me* (F, 20, FII, LCLME, Q28)
99. *Portandolo a Parigi* (F, 19, OR, MLC, Q65)
100. *Facendogli visitare Parigi* (H, 20, OR, LLCEA, Q101)
101. *Portandolo nel cuore di Parigi* (F, 22, PT, MII, Q234)
102. *Portandolo a Parigi, soprattutto al Louvre e a Disneyland* (F, 20, OR, LLCEA, Q105)
103. *Facendogli vedere la torre Eiffel* (F, 20, PT, MII, Q247)
104. *Lo porterei a Strasburgo per fargli vedere quanto sia importante capire di avere qualcosa in comune con la cultura francese* (F, 19, OR, MLC, Q41)

Bien que le français soit parlé sur tous les cinq continents, les réponses obtenues ne concernent l'ensemble des pays francophones que de façon très minoritaire (ex. 92-94). Force est de constater que ce n'est pas l'utilité du français comme langue véhiculaire internationale qui entre en jeu, mais plutôt un lien affectif privilégié avec la France (ex. 95-97) et, surtout, avec Paris (ex. 98-101) et ses symboles (102-103), ce qui ramène cette typologie de réponses à l'image stéréotypée du français. La réponse qui figure au numéro 104 de la liste des exemples cités est, d'une certaine façon, plus intéressante. À travers l'exemple de la ville de Strasbourg, siège de multiples institutions européennes (le Conseil de l'Europe, le Parlement européen, etc.), l'étudiante semble vouloir évoquer le rayonnement international de la France et, par conséquent, de la langue française. Selon son avis, il faudrait prendre conscience que la proximité culturelle entre la

France et l'Italie représente un atout permettant de tirer partiellement partie du même rayonnement culturel dont jouit la France.

Pour ce qui concerne les autres catégories, la « Vision de films/vidéo-clips en français », l'« Étude de la culture, de l'histoire et des traditions françaises » et la « Littérature française » auraient pu former une catégorie unique « Culture française » réunissant la plupart des réponses fournies (153, soit 52%). Nous avons préféré de répartir les items en plusieurs catégories pour mieux apprécier l'incidence de chacune des différentes manifestations de la culture (lettres, art, modes de vie, traditions, etc.) quant à la construction des RS du français. Comme le montre la figure 5, la vision de films et vidéo-clips l'emporte sur l'intérêt pour la « culture française », envisagée globalement, ainsi que sur des produits culturels spécifiques, comme l'histoire, les traditions et la littérature. En raison du caractère central de la littérature dans l'apprentissage des langues étrangères à l'université, nous rapportons quelques-unes des réponses recueillies :

105. *Per condurre a avvicinare una persona al francese, inizierei a parlare delle origini della letteratura* (F, 19, OR, MLC, Q125)
106. *Avvicinandolo a qualche classico della letteratura francese, magari in versione semplificata proprio perché si tratterebbe di principianti* (F, 20, FII, LCLME, Q183)
107. *Facendogli conoscere alcune opere letterarie. È stata la letteratura che mi ha fatto innamorare del francese* (F, 19, FII, LCLME, Q21)
108. *Parlandogli dei miei autori preferiti* (F, 19, OR, LLCEA, Q113)
109. *Le farei ascoltare la musicalità del linguaggio e le consiglierei qualche autore di letteratura francese. Per esempio Montaigne* (F, 19, FII, LCLME, Q13)
110. *Gli farei sicuramente leggere "Alla ricerca del tempo perduto" di Proust* (F, 23, FII, LM, Q215)
111. *Proponendogli di leggere un romanzo di Dumas* (H, 42, LV, SP, Q285)

Certaines des réponses citées font apparaître une conception de la littérature comme discipline (ex. 105-106), tandis que d'autres insistent plutôt sur l'aptitude de la littérature à mobiliser des émotions qui peuvent être transmises des œuvres littéraires à la langue dans laquelle elles sont écrites (ex. 107-108). Il arrive également que certains auteurs soient mentionnés de manière explicite (ex. 109-111).

Parmi la liste des dix bonnes raisons d'apprendre le français figure l'importance de pouvoir communiquer dans cette langue, au cas où on devrait tomber amoureux-euse d'un-e francophone. Tel est le sens qu'il faut donner à « le français est une langue d'amour ». Toutefois, indépendamment

de ce cas particulier, la qualification du français comme langue d'amour⁶⁷ nous ramène aux stéréotypes à l'égard du français. La question posée suscite principalement des jugements linguistiques⁶⁸ :

112. *Le farei ascoltare la musicalità del linguaggio...* (F, 19, FII, LCLME, Q13)
113. *Gli direi che è una lingua gentile e affascinante grazie alla sua musicalità* (F, 18, FII, LCLME, Q17)
114. *Facendogli/le ascoltare musica francese o una persona madrelingua, in modo da fargli capire quanto la pronuncia francese sia musicale ed attraente* (F, 21, OR, LCLME, Q104)
115. *Mostrandogli il fascino della lingua* (F, 19, OR, LLCEA, Q50)
116. *Illustrandogli la bellezza della fonetica* (H, 28, OR, MLC, Q54)
117. *Perché è raffinata ed elegante* (F, 49, LV, SP, Q294)
118. *Mostrandogli la bellezza della letteratura e della lingua, la quale ritengo sia molto elegante* (H, 19, OR, MLC, Q86)

Les étudiant-e-s se représentent le français comme une langue « musicale », « fascinante », « attrayante », « élégante », « raffinée », « agréable ». Si la plupart des réponses obtenues recourent à des formulations stéréotypées réitérées, simples, quasi automatiques, dans d'autres cas, quoique exceptionnels, le stéréotype et sa formulation semblent impliquer une réflexion plus personnelle et intime où l'élégance et le raffinement cèdent la place à la mélancolie et au féérique⁶⁹ :

119. *Parlando del retrogusto amaro che questa città [Parigi] possiede, del suo sfondo malinconico ma allo stesso tempo fiabesco in cui si può rivivere e vivere una favola* (F, 19, FII, LM, Q214)

Deux des réponses fournies sont même une sorte d'invitation à dépasser les stéréotypes négatifs qui touchent les Français (fainnants, impolis, arrogants, etc.) aussi bien que leur langue, en l'occurrence réputée « féminine » ou, plus couramment, « efféminée » :

120. *Accettando che poi alla fine i francesi non sono così male* (H, 28, OR, MLC, Q84)

⁶⁷ <https://www.lefigaro.fr/langue-francaise/expressions-francaises/le-francais-langue-la-plus-romantique-du-monde-20191028> (pages consultées le 25/07/2020).

⁶⁸ Voir la note 74.

⁶⁹ À Paris, le circuit dans le carrosse de Cendrillon fusionne romantisme et fabuleux. <https://www.hotel-design-secret-de-paris.com/blog/fr/romance-paris/dites-taime-carrosse-cendrillon/>, <https://www.parigi.it/it/parigi-romantica-in-carrozza.php> (pages consultées le 31/07/2020).

121. *Spiegandogli che una tra le lingue più parlate e richieste in ambito lavorativo e che soprattutto non dovrebbe avere pregiudizi nei riguardi della lingua francese considerandola "femminile"* (F, 19, OR, LLCEA, Q78)

Cette dernière réponse est parmi les rares cas où les étudiant-e-s font référence à la diffusion du français dans le monde et à son utilité :

122. *Dimostrando la bellezza e soprattutto l'utilità di questa lingua* (F, 22, FII, LCLME, Q181)

123. *In quanto la ritengo una lingua utile ed elegante* (F, 19, SOB, LCM, Q257)

124. *Dicendogli che è una lingua molto diffusa nel mondo* (F, 20, OR, LCC, Q63)

Une seule étudiante indique l'importance de maîtriser plusieurs langues, dont le français, dans le monde actuel, surtout parce qu'elles facilitent une plus grande ouverture d'esprit :

125. *Sicuramente le parlerei degli aspetti positivi nel saper parlare francese e che al giorno d'oggi le lingue sono fondamentali e soprattutto perché bisogna avere una mentalità aperta* (F, 19, FII, LCLME, Q6)

La diffusion du français dans le monde ne constitue une réponse unique que dans un seul cas (ex. 124). En effet, l'argument de la diffusion, tout comme celui de l'utilité du français sont évoqués toujours en combinaison avec les stéréotypes sur le français (ex. 121-123). De plus, il faut remarquer que l'absence de toute précision concernant et l'utilité du français et sa diffusion, ainsi que la généricité du rapport établi entre la maîtrise des langues étrangères et l'ouverture d'esprit, confèrent à ces réponses un certain degré de stéréotypie. Pour cette raison, et compte tenu également de leur sporadicité, les réponses considérées ont été incluses dans la catégorie « Jugements pseudo-linguistiques attribués au français ».

Force est de constater que parmi les raisons pouvant inciter à apprendre le français, les prévisions sur l'avenir du français⁷⁰, les perspectives d'emploi

⁷⁰ Selon le rapport de l'OIF (2019 : 34), l'avenir de la francophonie dépend des cinq éléments suivants :

- « → la mondialisation
- les nouveaux modes de communication
- la croissance démographique africaine
- la mobilité des francophones
- la baisse du niveau de français ».

liées à la maîtrise du français⁷¹ ou l'importance de développer des compétences linguistiques transversales⁷² sont complètement passées sous silence. Il en va de même pour la possibilité de se rendre en France ou dans un pays francophone pour y étudier la langue. Les ressemblances avec l'anglais ou la parenté avec l'italien et/ou avec les autres langues romanes, en tant que facteurs de facilitation à l'apprentissage du français, restent toute à fait négligées, ce qui démontre un manque de conscience translinguistique (*crosslinguistic awareness*)⁷³ chez nos étudiants. Il n'existe qu'une seule réponse portant sur les similitudes lexicales entre le français et le napolitain :

126. *Mostrando la somiglianza di alcune parole napoletane a quelle francesi* (H, 19, OR, LCC, Q31)

En outre, il faut tenir compte de l'augmentation du nombre de francophones d'ici à 2070 (tout particulièrement en Afrique), de la place du français dans les systèmes scolaires (comme langue d'enseignement ou étrangère) et de la qualité même de son enseignement (OIF, 2019 : 37). Concernant les mouvements démographiques au sein de l'espace francophone, voir Marcoux et Richard (2017). Parmi les nombreux sites Internet qui traitent du statut du français comme langue internationale et de son avenir, nous renvoyons à <https://lactualite.com/societe/la-langue-francaise-na-pas-dit-son-dernier-mot-2/> (page consultée le 01/08/2020).

⁷¹ Personne n'indique, par exemple, la présence du français comme langue de travail au sein de plusieurs organisations internationales, notamment européennes, ni la présence d'un grand nombre de fonctionnaires internationaux qui travaillent dans des villes francophones, ni son importance au niveau des échanges commerciaux dans le monde (surtout, mais pas seulement, dans le secteur Luxe, Mode, Beauté), ni même son rôle de 4^{ème} langue la plus utilisée sur l'Internet. Pour plus de renseignements sur l'essor de la francophonie à l'époque contemporaine, voir Foucher (2013) et Maugey (2017).

⁷² La pratique de l'intercompréhension en langues romanes constitue à bien des égards un atout pour la communication au niveau international. Rappelons que les romanophones sont majoritaires dans le monde, qu'un tiers des États membres de l'ONU et de l'UNESCO sont des pays de langue romane, ce qui donne à ces langues un « potentiel politique » considérable, et, plus en général, que l'intercompréhension dans un nombre élevé de langues, à l'oral et encore plus à l'écrit, représente une compétence exploitable sur le marché du travail (Evenou 2016 : 71-73).

⁷³ White et Horst (2012 : 182) définissent la conscience translinguistique comme « the ability to reflect upon similarities and differences across languages » (« l'habileté à réfléchir sur les similarités et les différences entre les langues » [notre traduction]). Pour une réflexion sur les recherches récentes concernant ce concept et ses implications futures, voir, entre autres, Svalberg 2016.

En définitive, d'après les données présentées dans la figure 5, exception faite pour la référence à la musique, il est évident que les arguments par lesquels les étudiant-e-s napolitain-e-s pensent persuader un-e ami-e à apprendre le français sont pour la plupart de nature stéréotypée ou plus ou moins liés à l'expérience d'apprentissage de la langue. Cette tendance reflète une certaine forme de superficialité qui amène au choix de suivre un cursus universitaire de langue-culture française et, en même temps, souligne l'importance des images stéréotypées, donc de la dimension socio-affective, dans les parcours d'enseignement/apprentissage des langues-cultures étrangères. L'absence de raisons spécifiques pouvant donner envie d'apprendre le français se traduit également dans le nombre élevé de réponses multiples (124 sur 295, soit 42%), dont plusieurs des réponses citées plus haut sont des exemples. Nous en ajoutons encore quelques-unes :

127. *Presentandogli innanzitutto il cibo, la musica, i film e l'abbigliamento* (F, 20, OR, LLCEA, Q39)
128. *Gli consiglieri dei libri da leggere in francese, video, film da vedere in lingua francese, documentari sulla Francia* (F, 20, OR, LCC, Q45)
129. *Gli parlerei della cultura, della letteratura. Gli farei ascoltare della musica o magari vedere un film cult della loro tradizione* (F, 19, OR, MLC, Q51)
130. *Tramite le canzoni, la storia della Francia, film, libri* (F, 23, FII, LCLME, Q178)

Dans l'ensemble des réponses multiples (124 au total), l'« Écoute de la musique française » constitue la réponse la plus fréquemment donnée en premier (29 occurrences, soit 23%). Suivent respectivement à la deuxième et troisième place la « Vision de films en français » ou l'« Écoute de la musique française » (27 occurrences dans les deux cas, soit 22%) et la « Lecture de magazines ou de revues français » (6 occurrences) (en quatrième position, on trouve 3 *items* de la catégorie « Vision de vidéo-clips en français »).

La répartition des données globales selon la variable diatopique ne produit pas d'écart statistiques remarquables :

CATEGORIES	<i>Naples</i>		<i>Hors Naples</i>	
<i>Écoute de la musique française</i>	35%	22	26%	61
<i>Voyage en France</i>	21%	13	24%	56
<i>Vision de films/vidéo-clips en français</i>	24%	15	22%	51
<i>Étude de la culture, de l'histoire et des traditions françaises</i>	19%	12	15%	34
<i>Grâce à la littérature française</i>	10%	6	15%	35
<i>Jugements pseudo-linguistiques attribués au français</i>	15%	9	11%	26

Les représentations sociales de la langue française à Naples

<i>Lecture de magazines ou de revues français</i>	16%	10	9%	22
<i>Apprentissage de la langue</i>	6%	4	12%	27
<i>Pratique du français avec des francophones</i>	5%	3	5%	12
<i>Observation d'œuvres d'art françaises</i>	3%	2	4%	9
<i>Autre</i>	3%	2	5%	12
<i>Aucune réponse</i>	5%	3	4%	9
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	62	100%	233

Tab. 21 – Moyens pour faire intéresser un-e ami-e à la langue et à la culture françaises : étudiant-e-s napolitain-e-s vs étudiant-e-s non napolitain-e-s

On peut signaler tout de même une fréquence plus élevée des catégories « Écoute de la musique française », « Étude de la culture française... », « Lecture de magazines ou de revues français », ainsi que la tendance à répondre par un jugement esthétisant sur le français au sein de l'échantillon napolitain. En revanche les catégories « Voyage en France, « Grâce à la littérature française » et « Apprentissage de la langue » doivent être rattachées surtout au groupe non napolitain.

En ce qui concerne les résultats se rapportant aux filières d'étude, le tableau 22 montre que les deux sous-populations se différencient quant aux catégories les plus fréquentes :

<i>Catégories</i>	<i>Langues étrangères</i>		<i>Autres filières</i>	
<i>Écoute de la musique française</i>	34%	76	10%	7
<i>Voyage en France</i>	20%	45	34%	24
<i>Vision de films/vidéo-clips en français</i>	24%	53	18%	13
<i>Étude de la culture, de l'histoire et des traditions françaises</i>	17%	37	13%	9
<i>Grâce à la littérature française</i>	17%	38	4%	3
<i>Jugements pseudo-linguistiques attribués au français</i>	14%	30	7%	5
<i>Lecture de magazines ou de revues français</i>	13%	28	6%	4
<i>Apprentissage de la langue</i>	11%	24	10%	7
<i>Pratique du français avec des francophones</i>	5%	12	4%	3
<i>Observation d'œuvres d'art françaises</i>	4%	10	1%	1
<i>Autre</i>	5%	11	4%	3
<i>Aucune réponse</i>	3%	7	7%	5
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	101%	224	100%	71

Tab. 22 – Moyens pour faire intéresser un-e ami-e à la langue-culture françaises : filières linguistiques vs filières non linguistiques

La catégorie « Écoute de la musique française » se rapporte surtout au groupe majoritaire, ainsi que les réponses renvoyant à la littérature et, plus

en général, à la lecture ou qui constituent des jugements sur la langue. Quant aux étudiant-e-s des autres filières, ils-elles optent surtout pour le « Voyage en France ». Ils-elles n'évoquent presque jamais des œuvres d'art. Ces types de réponses variés peuvent être un indice du rapport différent que les répondant-e-s entretiennent avec la langue considérée : quotidien et/ou personnel vs sporadique et/ou abstrait, concret vs neutre.

La variable diagénique engendre, elle aussi, des différences dans la typologie des *items* :

CATEGORIES	F		H		F-NA		H-NA		F-hNA		H-hNA	
<i>Écoute de la musique française</i>	33%	70	41%	29	36%	17	(31%)	4	32%	53	43%	25
<i>Voyage en France</i>	21%	44	30%	21	19%	9	(23%)	3	21%	35	31%	18
<i>Vision de films/vidéo-clips</i>	23%	49	21%	15	23%	11	(31%)	4	23%	38	19%	11
<i>Culture, histoire, traditions fr.</i>	17%	37	15%	11	13%	6	(31%)	4	19%	31	12%	7
<i>Grâce à la littérature française</i>	15%	33	8%	6	13%	6	0%	0	16%	27	10%	6
<i>Jugement pseudo-linguistique</i>	15%	32	10%	7	15%	7	(15%)	2	15%	25	9%	5
<i>Lecture de magaz. / revues fr.</i>	13%	27	7%	5	19%	9	(8%)	1	11%	18	7%	4
<i>Apprentissage de la langue</i>	8%	18	17%	12	4%	2	(15%)	2	10%	16	17%	10
<i>Pratique du français</i>	6%	13	3%	2	4%	2	(8%)	1	7%	11	2%	1
<i>Observation d'œuvres d'art fr.</i>	4%	8	1%	1	4%	2	0%	0	4%	6	2%	1
<i>Autre</i>	5%	10	6%	4	2%	1	(8%)	1	5%	9	5%	3
<i>Aucune réponse</i>	4%	9	4%	3	4%	2	0%	0	4%	7	5%	3
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	213	100%	71	100%	47	100%	13	100%	166	100%	58

Tab. 23 – Moyens pour faire intéresser un-e ami-e à la langue et à la culture françaises : étudiantes vs étudiants

Comme le montre le tableau 23, les deux catégories majoritaires en relation à l'échantillon global émanent des étudiants plus que des étudiantes, notamment de ceux qui habitent hors Naples. Ce sont toujours les étudiants qui tendent, plus que les étudiantes, à mentionner l'« Apprentissage de la langue », faisant référence aux cours universitaires en général ou, parfois, à des notions de variation sociolinguistique :

131. *Coinvolgendolo/a a seguire un corso all'università oppure attraverso l'esperienza "viaggio"* (H, 19, FII, LCLME, Q155)
132. *Facendogli/le ascoltare musica francese attuale e insegnandogli/le qualche nozione relativa all'argot e al linguaggio familiare* (H, 21, FII, LCLME, Q177)
133. *Spiegandogli delle nozioni di grammatica interessanti (ad esempio il verlan). Facendo un viaggio insieme* (H, 24, FII, LLME, Q210)
134. *Facendogli seguire un corso* (H, 19, PT, MII, Q228)

En revanche, les étudiantes sont plus penchées vers la littérature, surtout celles qui proviennent de l'extérieur de Naples, vers les jugements pseudo-linguistiques et, tout particulièrement celles qui habitent Naples, vers la lecture de magazines ou de revues.

Par rapport aux réponses à la question précédente, qui implique les enquêté-e-s eux/elles-mêmes, on remarque la réaction quelque peu différente des étudiants qui, lorsqu'il s'agit de faire intéresser quelqu'un d'autre au français, tendent à mentionner plus fréquemment des éléments qui se rapportent au domaine de l'apprentissage de la langue.

2.2.4 Pourquoi le français est-il lié à l'idée de raffinement, d'élégance etc. ? (D6)

On le sait, et plusieurs réponses fournies par nos enquêté-e-s en sont le parfait témoignage, la langue française est stéréotypiquement associée aux idées de raffinement, d'élégance, de finesse, de charme, etc. Confronté-e-s à la question d'expliquer les raisons qui font du français la langue *glamour* par excellence, les étudiant-e-s ont fourni les réponses synthétisées dans la figure 6⁷⁴ :

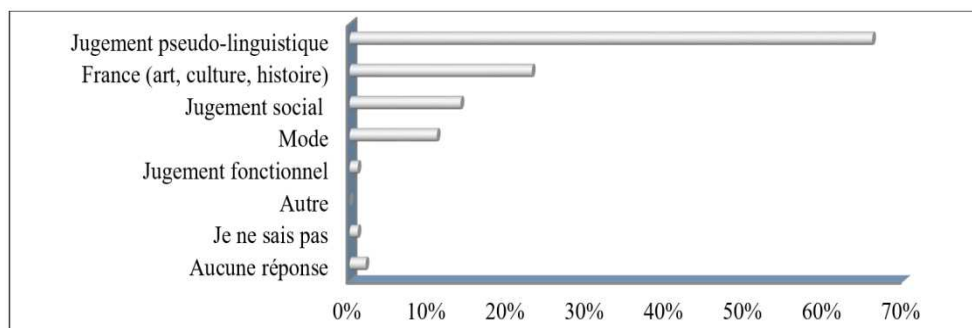


Fig. 6 – Raisons pour lesquelles le français est lié à l'idée de raffinement et d'élégance

⁷⁴ Les jugements pseudo-linguistiques, qu'ils soient de nature esthétique (*le français est beau*) ou fonctionnelle (*le français est difficile*), consistent en une projection stéréotypée (positive ou négative) des qualités que le sujet attribue aux locuteur-trice-s d'une langue donnée sur la langue elle-même. Dans les jugements dits sociaux, la référence aux locuteur-trice-s de la langue soumise à évaluation devient manifeste (*le français est beau parce que les Français sont beaux*) (Galli de' Paratesi 1985 : 159-162).

Comme le graphique ci-dessus le montre, les réponses les plus fréquentes consistent en un jugement pseudo-linguistique de nature esthétique. Ces réponses peuvent être divisées en deux groupes : celles où l'on n'indique qu'un trait linguistique, généralement phonétique, auquel on attribue de manière tautologique la caractéristique du français d'être élégant et raffiné et celles où apparaissent les qualités particulières qui expliqueraient l'élégance et la finesse de la langue. Le premier type de réponse constitue 34% (66 cas) de la catégorie « Jugement pseudo-linguistique ». Les réponses les plus récurrentes dans ce groupe sont « per la pronuncia » ('pour la prononciation') ou « per il suono/per i suoni » ('pour le-s son-s' ; l'« accent » ('accent') ne revient que 2 fois et on mentionne également l'« evoluzione » ('évolution') de la langue (1 cas). Parfois, ce sont des traits précis qui sont signalés, à savoir les phonèmes [ʃ], [s], [z], [wa], les voyelles nasales, le [ʁ] uvulaire et le phénomène de la *liaison* :

135. *Per i suoni (ch) (r) (s) (z) (oi)* (ND, 19, FII, LCLME, Q11)

136. *Per via dei molti suoni nasali di cui è costituita* (F, 19, OR, LCC, Q90)

137. *Per l'apparato fonetico molto particolare dovuto ai suoni nasali e alle liaisons, soprattutto quelle facoltative* (H, 21, FII, LCLME, Q177)

138. *Perché è una lingua con una forte tendenza alla "R" moscia* (H, 20, LV, SP, 303)

Il semblerait que des facteurs phonétiques (les nasales, le *r* grasseyé, les diphthongues) ou phonosyntaxiques (la *liaison*) généralement considérés comme des particularités du français servent également de catalyseur des idées d'élégance et de raffinement qui lui sont associées.

Pour ce qui est du deuxième groupe, les jugements portent, dans ce cas également, sur la prononciation⁷⁵ ou, génériquement, sur la langue, qualifiée de « douce » et de « musicale ». Le français est, en outre, perçu comme une langue « élégante », « raffinée », « chic », « qui a du charme », mais également « précise ». L'élégance de la langue française est souvent expliquée à travers sa caractérisation de « langue de l'amour ». De temps en temps, on voit apparaître des qualifications plus singulières. La langue est alors décrite comme une langue « non hurlée » (ex. 141) – peut-être en opposition à l'habitude qu'ont les Italiens, notamment ceux du Sud, de parler à haute voix – dépourvue de « sons trop ouverts » (ex. 141)⁷⁶, ayant

⁷⁵ L'écriture, la syntaxe et le lexique constituent des occurrences isolées.

⁷⁶ Dans l'analyse de certaines variétés d'italien régional, dont celle parlée à Milan, les « sons trop ouverts » entraînent un jugement négatif (Galli de' Paratesi 1985 : 169).

un « grand rythme » (ex. 142), un « aspect sonore » « harmonieux » (ex. 144), « subtil / délicat » (ex. 143), « souple » (ex. 145) :

139. *Perché è una lingua con suoni dolci* (F, 19, PT, MII, Q242)
140. *Perché è una lingua molto chic e raffinata* (H, 27, LV, SP, Q305)
141. *Perché ha una pronuncia molto dolce e musicale e non troppo urlata o con suoni troppo aperti* (F, 19, SOB, LCM, Q264)
142. *Perché è una delle poche lingue che hanno una grande musicalità e un grande ritmo* (F, 20, SOB, LCM, Q273)
143. *Ha una pronuncia molto sottile* (M, 40, LV, SP, Q284)
144. *Per via del suo aspetto sonoro il quale risulta più armonico rispetto ad altre lingue* (F, 18, FII, LCLME, Q3)
145. *Probabilmente perché è una lingua che risuona molto “morbida” all’udito* (H, 19, OR, MLC, Q100)
146. *È caratterizzato da un’armonia vocalica* (F, 19, OR, MLC, Q114)
147. *Per i suoni puliti e molto dolci, in francese neanche le doppie vengono pronunciate* (H, 19, FII, LCLME, Q5)
148. *Perché è piacevole all’udito, senza suoni cacofonici, sono proprio caratteristiche dei francesi* (F, 19, FII, LCLME, Q6)

La langue française, anthropomorphisée, « caresse les mots » (ex. 149), geste qui traduit métaphoriquement l’une de ses qualités les plus caractérisantes, à savoir la « douceur ». On lui reconnaît un attrait irrésistible. Ce sont les « sons » et leur mélodie qui procurent une sensation d’élégance. Voilà les traits saillants qui figent l’image du français chez les étudiant-e-s universitaires napolitain-e-s :

149. *Perché è una lingua molto morbida e accarezza le parole* (F, 18, FII, LCLME, Q17)
150. *Per il fascino che esercita* (M, 28, OR, MLC, Q54)
151. *Perché è la sensazione che ci dà quando lo ascoltiamo* (F, 19, OR, MLC, Q131)

Deux réponses se distinguent par leur singularité. La première révèle un point méthodologique dont on a fait expressément abstraction lors de la rédaction du questionnaire, c’est-à-dire de tenir pour acquis le statut de langue élégante et raffinée dont jouit traditionnellement le français. En effet, une étudiante signale, probablement, sa non adhésion à la RS du français présumée par la question ici considérée en répondant par une autre question :

152. *chi ha fatto quest’affermazione?*(F, 19, OR, MLC, Q117)

La deuxième est la seule qui fait référence au contexte napolitain en établissant une comparaison avec la langue napolitaine. L'élégance inhérente au français est alors conçue comme un élément différenciant les deux langues, sans quoi elles seraient beaucoup plus similaires :

153. *Perché se non fosse così assomiglierebbe ancor di più al nostro dialetto napoletano* (F, 19, OR, MLC, Q42)

Nous résumons dans le tableau ci-dessous les qualifications esthétisantes associées au français et qui, selon les étudiant-e-s interrogé-e-s, sont en mesure d'expliquer son image de « langue élégante et raffinée » :

armonia/armonico/armoniosa (8 occ.)		puro	sensuale
melodia/melodico (5 occ.)	51 occ.	[suoni] puliti	sinuosa
musicale/musicalità (38 occ.)			morbida-i
dolce-i/dolcezza (34 occ.)		precisione	
delicato-a (12 occ.)	47 occ.	ordine	leggera/leggiadria
soave		calma	sottile
elegante-i/eleganza (19 occ.)		pacata	fluidità
raffinata-i/raffinatezza (11 occ.)		tranquilla	scorrevole
fine/finezza (9 occ.)	40 occ.	profondità	unique
chic		lingua dell'amore	
(parole) mai grezze		con cui si parla	
suoni non troppo aperti		d'amore	
non troppo urlata		bella/bellezza	
poco marcata		piacevole	
		gradevole	

Tab. 24 – Qualifications esthétisantes attribuées à la langue française⁷⁷

Les qualifications repérées ont une valeur toujours positive et purement esthétique (aucune d'entre elles n'a un caractère affectif)⁷⁸, se rapportant

⁷⁷ Lorsqu'une qualification donnée n'est proposée que sporadiquement, le nombre d'occurrences n'est pas indiqué.

pour la plupart au champ sémantique de la beauté, déclinée sous ses différents aspects (sonore, visuel, olfactif, etc.)⁷⁹. Elles reposent sur une norme tout à fait subjective, voire fictive, qui attribue au français des qualités qui ne lui sont nullement exclusives et qui, évidemment, n'ont rien à voir avec le système linguistique en tant que tel⁸⁰.

La deuxième catégorie met en cause la France, sa culture, son art, son histoire ou ses symboles universellement reconnus, notamment Paris et la Tour Eiffel :

154. *Per il background culturale della Francia (moda, musica, cinema, cucina)* (F, 19, OR, LCC, Q92)
155. *La Francia è la patria di grandi artisti, scultori, pittori, musicisti, poeti. Tutto questo richiede alla base una grande raffinatezza ed eleganza* (F, 20, FII, LCLME, Q28)
156. *Perché è la patria della cultura impressionista* (F, 19, FII, LCLME, Q27)
157. *La Francia è sede di numerose creazioni in ambito artistico, nella moda ecc., un esempio per il mondo* (F, 19, FII, LCLME, Q30)
158. *La Francia è legata all'idea di moda, di cultura, di bellezza, di arte* (F, 20, PT, MII, Q238)
159. *Perché si caratterizza per i suoni melodici ed è la lingua della Francia, di cui Parigi spesso è identificata come emblema della raffinatezza e dell'eleganza* (F, 19, OR, LLCEA, Q74)
160. *Perché Parigi è un sinonimo di eleganza* (F, 22, PT, MII, Q234)
161. *Basta pensare Parigi rinchioda il tutto* (H, 23, LV, SP, Q291)
162. *Perché il suono delle parole francesi è dolce. Si pensa alla Torre Eiffel simbolo di amore, dolcezza, raffinatezza* (F, 23, FII, LCLME, Q211)
163. *Perché legato all'immagine de Re "Sole" e della corte di Versailles* (F, 44, LV, SP, Q289)
164. *Per la Belle époque* (F, 19, OR, LCC, Q37)
165. *Probabilmente per la posizione storica della Francia nel corso degli anni* (F, 20, OR, MLC, Q85)
166. *Per la sua storia* (F, 21, PT, MII, Q248)

⁷⁸ Lorsqu'on met en cause la caractéristique du français comme « langue de l'amour » ou langue « pour parler d'amour », ce n'est pas un sentiment personnel qui est exprimé, mais la reproduction d'un stéréotype régulièrement associé au français.

⁷⁹ Les qualifications les plus fréquentes apparaissent également dans d'autres enquêtes portant sur le rapport que les apprenants de français L2 entretiennent avec cette langue. Voir, entre autres, Janot (2017).

⁸⁰ De façon quelque peu paradoxale, les éléments linguistiques qui font la beauté du français (la prononciation, les voyelles nasales, le *r* grasseyé, etc.) coïncident avec celles que les étudiant-e-s mentionnent pour signaler les difficultés d'apprentissage principales de cette langue (Janot 2017).

En revanche, les jugements pseudo-linguistiques de nature sociale portent explicitement sur les Français, auxquels sont attribués les caractéristiques d'élégance, raffinement, etc., projetées telles quelles sur leur langue. Ce sont surtout les façons d'agir et d'être des Français qui sont évoquées, mais également leur manière de parler ou de discuter :

167. *Perché i francesi sono molto perfezionisti e anche la loro lingua e scrittura lo è* (F, 20, FII, LLME, Q154)
168. *I francesi, per antonomasia sono considerati eleganti per il loro modo di porsi, comportarsi* (F, 22, FII, LCLME, Q23)
169. *Per il modo di come una persona si pone con gentilezza e con la calma* (H, 19, FII, LCLME, Q155)
170. *Per i modi di porsi, di parlare e di affrontare determinate tematiche* (F, 19, OR, LCC, Q141)
171. *Per i suoni e i modi di fare* (F, 19, FII, LCLME, Q188)
172. *Perché il popolo francese è raffinato* (H, 19, PT, MII, Q227)
173. *Per i modi gentili e delicati che ha il popolo francese* (F, 28, SOB, LCM, Q272)
174. *Per il loro modo di fare e per la dolcezza della pronuncia della lingua* (F, 34, LV, SP, Q287)
175. *Perché i francesi credono di essere superiori agli altri popoli* (F, 19, OR, LCC, Q98)

Les données qu'on vient de présenter montrent l'existence de liens étroits entre les RS de la langue française, de la France et des Français qui partagent, en effet, plusieurs aspects de leur contenu, ce qui signifie que les trois objets considérés ont en commun certains éléments représentationnels. Cet aspect est pris en compte dans une enquête sur les RS du français menée dans cinq pays du sud-est asiatique (le Cambodge, le Laos, Singapour, la Thaïlande et le Vietnam) par Rojana-Anun (2005) auprès d'étudiant-e-s universitaires en début et en fin de cursus de licence en français. Cette étude permet de relever sept catégories communes aux trois objets en question : « mode et luxe », « études et activités scolaires », « art et culture », « langue et éléments linguistiques du français », « relations interpersonnelles », « les Français », « la France et les symboles de la France ». En particulier, Rojana-Anun (2005 : 255) constate que : « les éléments en commun entre la France et les Français sont deux fois plus nombreux que ceux entre la langue française et les deux autres objets de représentation »⁸¹.

⁸¹ Au sujet des rapports entre différentes RS, on peut rappeler que, selon Abric et Vergès (cités dans Abric 1994 : 24-25), il existe des RS autonomes et des RS non autonomes. Les premières possèdent un noyau central et des principes organisateurs qui se situent au niveau de l'objet de la représentation lui-même, tandis que les deuxièmes entretiennent des

En exprimant leurs jugements sur le français, les étudiant-e-s font référence à sa prononciation par l'expression « aspect sonore » et affirment qu'il possède un « aspect raffiné ». « Aspect » est un synonyme de « forme », « apparence », « visage », « silhouette ». Des termes comme « harmonieux-euse », « souple » sont fréquents dans le domaine de la mode (« mannequins avec un corps *harmonieux* », « une superbe étoffe souple offrant un style d'élégance et de prestige pour une entrée audacieuse et *harmonieuse* »)⁸². Même si, comme le soutient Rojana-Anun (2005 : 260), la catégorie de la mode « n'appartient, dans tous les pays [du Sud-Est de l'Asie], qu'aux représentations de la France et des Français et pas à la représentation de la langue française », il est aussi vrai que l'univers de la mode est susceptible d'exercer une influence importante sur le contenu des RS du français. En effet, il s'agit d'un des traits représentationnels dont la portée est variablement conditionnée par l'environnement socio-économique qui entoure les groupes porteurs de la RS⁸³. Dans notre échantillon, la référence à la « mode », déjà apparue parmi les éléments qui « font sentir quelque peu français » et comme un secteur qui pourrait offrir des débouchés professionnels, réapparaît, avec ses produits et ses icônes, pour expliquer l'« élégance » attribuée au français :

176. *Perché magari si associano al francese le grandi icone di stile (vedi Chanel)* (F, 24, FII, LLME, Q183)

177. *Per la moda, i profumi, gli usi e i costumi* (H, 19, OR, MLC, Q60)

178. *Perché Parigi in genere oltre a Milano è una città in cui si evidenziano la moda ed il suo mondo* (F, 19, FII, LM, Q214)

179. *Perché in genere la Francia è associata alla moda* (F, 20, PT, MII, Q235)

180. *Per i marchi di moda – profumi* (ND, ND, LV, SP, Q279)

Étant donné que pour l'échantillon sélectionné le français est une langue d'apprentissage, les données présentées sont d'autant plus intéressantes qu'elles démontrent la prépondérance des qualifications esthétisantes par rapport aux jugements fonctionnels dans la définition des RS du français. Les

relations d'emboîtement avec les représentations d'autres objets d'évaluation. Les RS associées à la langue française appartiennent plutôt à ce dernier type de RS.

⁸² Résultats de recherches sur google.

⁸³ Ainsi, parmi les pays de l'Asie du Sud-Est visés par l'enquête de Rojana-Anun, c'est au Cambodge et au Laos que les éléments liés à la mode ont la plus faible incidence sur les RS du français, la France et les Français. En effet, il s'agit des pays les plus pauvres du point de vue économique (Rojana-Anun 2005 : 260).

activités d'enseignement de la langue, les difficultés du français, les réflexions métalinguistiques qui accompagnent le parcours d'apprentissage d'une langue étrangère sont quasiment absentes. En effet, il n'existe que trois réponses basées sur des jugements qu'on peut considérer de nature fonctionnelle (le français est une langue « difficile ») ou fonctionnelle et esthétique en même temps (le français est une langue « précise », « logique », « rigide ») :

181. *Perché è una lingua estremamente precisa, logica e perché ha un suono melodico* (F, 25, FII, LCLME, Q172)
182. *Perché è una lingua particolarmente difficile da parlare correttamente, così come è difficile essere eleganti* (H, 28, OR, MLC, Q84)
183. *Perché è una lingua con una grammatica e struttura molto rigida e precisa; anche per la pronuncia* (F, 19, OR, LCC, Q46)

Le figement représentationnel qui caractérise la vision qu'ont du français nos apprenant-e-s se reflète également dans le nombre réduit de réponses multiples. Elles ne constituent que 18% (52 occurrences) de l'ensemble des réponses recueillies. Les jugements pseudo-linguistiques sont majoritairement émis en premier, suivis par l'indication de caractéristiques phonétiques particulières ou par la référence à des éléments variés concernant la France.

La variable diatopique permet de distinguer entre le groupe napolitain qui tend à émettre majoritairement des jugements pseudo-linguistiques et le groupe non napolitain, au sein duquel prévalent la référence à la France et à la mode :

CATEGORIES	<i>Naples</i>		<i>Hors Naples</i>	
<i>Jugement pseudo-linguistique</i>	82%	51	62%	144
<i>France (art, culture, histoire)</i>	11%	7	27%	62
<i>Jugement social</i>	13%	8	14%	32
<i>Mode</i>	6%	4	12%	27
<i>Jugement fonctionnel</i>	0%	0	1%	3
<i>Autre</i>	0%	0	0%	1
<i>Je ne sais pas</i>	0%	0	1%	3
<i>Aucune réponse</i>	3%	2	2%	4
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	62	100%	233

Tab. 25 – Raisons pour lesquelles le français est lié à l'idée de raffinement et d'élégance : étudiant-e-s napolitain-e-s vs étudiant-e-s non napolitain-e-s

La distribution des réponses selon les filières universitaires choisies ne laisse pas entrevoir de tendances significativement différentes par rapport à celles qui se dégagent de l'analyse générale, toutes filières confondues :

CATEGORIES	<i>Langues étrangères</i>		<i>Autres filières</i>	
<i>Jugement pseudo-linguistique</i>	71%	159	51%	36
<i>France (art, culture, histoire)</i>	22%	50	27%	19
<i>Jugement social</i>	14%	32	11%	8
<i>Mode</i>	8%	17	20%	14
<i>Jugement fonctionnel</i>	1%	3	0%	0
<i>Autre</i>	0%	1	0%	0
<i>Je ne sais pas</i>	1%	2	1%	1
<i>Aucune réponse</i>	2%	4	3%	2
<i>Mbre d'étudiant-e-s</i>	100%	223	100%	71

Tab. 26 – Raisons pour lesquelles le français est lié à l'idée de raffinement et d'élégance : filières linguistiques vs filières non linguistiques

On remarque cependant que la catégorie « Mode » s'associe à une fréquence sensiblement plus élevée chez les étudiant-e-s des filières non linguistiques, qui préfèrent également des renvois à la France pour définir l'« élégance » de la langue française. En revanche, les étudiant-e-s en Langues étrangères font appel le plus fréquemment à des jugements pseudo-linguistiques et sociaux. On pourrait donc émettre l'hypothèse qu'au niveau représentationnel l'influence du domaine de la mode dans la définition de l'élégance associée à la langue française, à la France et aux Français est inversement proportionnelle à la centralité de la langue étrangère dans le parcours d'étude. La catégorie « Mode » est tout à fait marginale pour les étudiant-e-s en Langues étrangères, mais elle acquiert plus d'importance lorsque l'apprentissage du français ne tient pas une place centrale dans le cursus universitaire choisi.

La répartition de l'échantillon retenu selon le sexe montre que les qualifications esthétisantes sont produites majoritairement par les étudiantes, surtout napolitaines. Les étudiantes non napolitaines indiquent majoritairement des aspects liés à la France. Les réponses exprimant des jugements sur les Français et évoquant la mode sont plus présentes dans le groupe des étudiants, en particulier de ceux qui appartiennent au sous-groupe napolitain :

Les représentations sociales de la langue française à Naples

CATEGORIES	F		H		F-N		H-N		F-hNA		H-hNA	
<i>Jugement pseudo-linguistique</i>	73%	156	54%	38	85%	40	(69%)	9	70%	116	50%	29
<i>France (art, culture, histoire)</i>	24%	51	20%	14	13%	6	(8%)	1	27%	45	22%	13
<i>Jugement social</i>	12%	25	20%	14	13%	6	(15%)	2	11%	19	21%	12
<i>Mode</i>	8%	18	15%	11	4%	2	(15%)	2	10%	16	16%	9
<i>Jugement fonctionnel</i>	1%	2	1%	1	0%	0	0%	0	1%	2	2%	1
<i>Autre</i>	0%	1	0%	0	0%	0	0%	0	1%	1	0%	0
<i>Je ne sais pas</i>	0%	0	3%	2	0%	0	0%	0	0%	0	3%	2
<i>Aucune réponse</i>	1%	3	4%	3	2%	1	(8%)	1	1%	2	3%	2
<i>Nombre total d'étudiant-e-s</i>	100%	213	100%	71	100%	47	100%	13	100%	166	100%	58

Tab. 27 – Raisons pour lesquelles le français est lié à l'idée de raffinement et d'élégance : étudiantes vs étudiants

Les enquête-e-s ne font que reproduire la vision esthétisante couramment associée à la langue française. Pour ne donner qu'un exemple, les clichés sur le français – langue la plus « romantique », « raffinée », « élégante » et « sexy » – ont servi de promotion au film *Macbeth* (2015), réalisé par Justin Kurzel, avec Marion Cotillard et Michel Fassbender. Invitée de l'émission *Late Show with Stephen Colbert*, diffusée sur la chaîne CBC, l'actrice se prête au jeu *ad hoc* appelé « Ces choses qui, dites en français, ont l'air bien plus intrigant » (*Things that sound way more intriguing when said in french*) pour démontrer, non sans une pointe d'ironie, que « même quand les pires vulgarités sont prononcées, la langue de Molière conserve son aura de classe »⁸⁴.

2.2.5 Pourquoi la tonalité du français est-elle agréable ?⁸⁵ (D10)

Des plaintes des troubadours au Moyen-Âge aux productions imagées des poètes surréalistes du début du XX^e siècle, en passant par moult campagnes publicitaires, les exemples de jeux savants reposant sur la musique intrinsèque à la langue, et sa portée esthétique, restent innombrables. Car si cet aspect sensible de la parole influence indiscutablement l'auditeur, il sollicite de surcroît l'appel à son imaginaire. L'impression laissée par la musicalité de la langue joue aussi d'ailleurs

⁸⁴ Vidéo disponible sur YouTube https://www.youtube.com/watch?v=9CcxWc9m_WE.

⁸⁵ Le « ton » est représenté par la hauteur relative du son de la voix dans la chaîne parlée. Il existe des langues, dites langues à tons ou tonales, parmi lesquelles le chinois est la plus connue, où ce fait prosodique acquiert une valeur distinctive, à l'instar des phonèmes. Le mot « tonalité » est employé ici comme une sorte de terme parapluie pour éviter des mots tels que phonétique, son, prononciation, prosodie, mélodie, rythme, intonation, accent, qui auraient pu orienter les réponses des enquête-e-s vers l'un ou l'autre de ces différents aspects segmentaux et suprasegmentaux. Pour la plupart de nos étudiant-e-s la « tonalité » se confond avec la prononciation ou avec les « sons » du français.

dans ce prolongement un rôle décisif sur l'impression globale que nous nous faisons de la langue elle-même (Ibarrondo 2015).

Partageant la même source de sonorité, c'est-à-dire le son, la langue (à travers sa prosodie, déterminée par l'accentuation, le rythme, l'intonation) et la musique sont susceptibles de créer du sens, de mobiliser des représentations mentales, d'assumer des fonctions esthétiques. Dans le domaine de la parole, la « phonosymbolique » ou « symbolisme phonétique » repose sur l'hypothèse selon laquelle les sons seraient porteurs de signification et en mesure d'évoquer, de manière symbolique, des images et des sensations. Les désignations métaphoriques et les attributs que les locuteurs assignent aux réalisations phonétiques sont la manifestation évidente des fonctions synesthésiques dont relève la dimension sonore du langage (Fónagy 1979, 1983). On qualifie les voyelles de féminines ou de masculines, de minces ou de larges ; les voyelles et les consonnes sont définies en termes de dimension, de distance ou par des perceptions chromatiques et tactiles ou encore par des sensations (par exemple, les voyelles [u] et [i] auraient pour caractéristique d'être, respectivement, *profond, grave, sombre* et *étroit, aigu, clair*, les consonnes occlusives tendent à être considérées comme *agressives*, les nasales et les latérales comme *molles* ou *fluides*) (Irrabondo 2015, Contini 2009). Une fréquence fondamentale basse⁸⁶ signale la menace ou l'autorité, une fréquence fondamentale haute exprime la soumission ou l'amicalité (Ohala 1994). Une voix soufflée (*breathy*) est perçue comme proprement féminine ou renvoyant à l'intimité (Pépiot 2013 : 77, Ibarrondo 2015). Selon la nature des sons ou le débit d'élocution, les sonorités du langage, à l'instar de la musique, suscitent des émotions (joie, tristesse, tendresse, agressivité, etc.) (Contini 2009, Irrabondo 2015).

Le premier contact avec une langue étrangère se fait au travers de sa prosodie, de sa musicalité. Les « particularités chantantes » (Irrabondo 2015) de cette langue inconnue sont alors décrites, qualifiées, évaluées et peuvent se transformer en un puissant levier de motivation pour son apprentissage :

⁸⁶ La vitesse de vibration des plis vocaux (hauteur), la pression exercée par l'air venant des poumons sur les plis vocaux (intensité) et la qualité du son (timbre) constituent les paramètres d'analyse acoustique de la voix. Leur variation produit des sons plus ou moins graves ou aigus, forts ou faibles, sombres ou clairs. On appelle fréquence fondamentale (F0) le nombre de vibrations des plis vocaux par seconde.

Un document sonore, un extrait télévisé, une chanson, une comptine, la première impression n'est bien souvent qu'éphémère, difficile à fixer. La parole s'efface et laisse alors place à une impression globale. À cette empreinte vocale, opaque, précédant toute compréhension, viennent alors se substituer des attributs divers pour en décrire ses consonances, son profil rythmique, sa ligne mélodique. Les dimensions subjectives et émotionnelles qui interviennent dans la musique sont tout autant mobilisées dans la perception initiale des langues (Irrabondo 2015).

Sachant que la prononciation et la prosodie constituent un aspect constitutif des jugements que les locuteurs portent sur les langues et de l'idée qu'ils se font de telle ou telle langue, on a proposé une question directe visant à connaître les raisons pour lesquelles on estime, généralement, que le français est une langue « belle », « douce », « harmonieuse », « agréable » à entendre. La représentation graphique ci-dessous donne la visualisation des catégories obtenues relativement à la question envisagée :

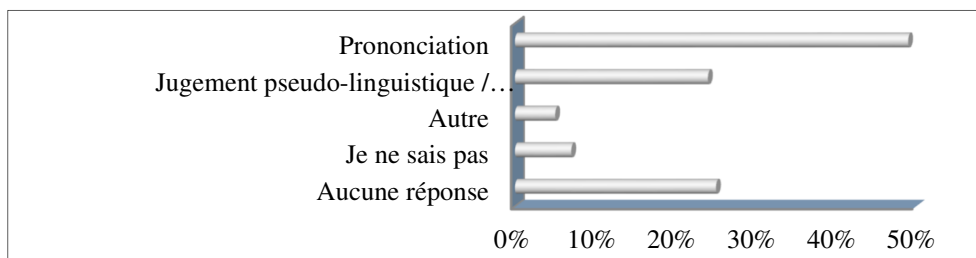


Fig. 7 – Raisons pour lesquelles la tonalité du français est agréable

Comme le graphique le montre, la prononciation constitue la catégorie la plus représentée. Si une partie des enquêté-e-s répondent de manière générique, faisant référence à la prononciation, à la phonétique, aux « sons » du français, d'autres essaient de préciser leur réponse et indiquent parfois des particularités de prononciation de cette langue, notamment la liaison (12 items, soit 8% du total des items de la catégorie), la consonne fricative uvulaire voisée ([ʁ], dite également *r* grasseyé ou uvulaire) (13 items, soit 9%) et, surtout, les voyelles nasales (17 items, soit 12%). Certains étudiant-e-s ont expliqué l'agréabilité de la tonalité/prononciation du français par l'accent des mots (si tel est le sens qu'il faut donner à l'adjectif « piana »⁸⁷

⁸⁷ En italien, une « parola piana » est un mot accentué sur l'avant-dernière syllabe (*mot paroxyton*).

dans l'ex. 184), par l'absence des consonnes géminées et de sons « agressifs », « durs », « violents » (tels que le *r* roulé et des affriquées [ts] / [dz]⁸⁸), « gutturaux », « fermés ». Mêlant orthographe et phonétique⁸⁹, les lettres qui ne se prononcent pas, notamment celles en fin de mot, sont également considérées comme un trait qui contribue à rendre agréable la prononciation du français :

184. *Per la pronuncia piana delle vocali all'interno di una parola* (F, 19, FII, LCLME, Q8)
185. *Non ci sono suoni duri* (F, 22, SOB, LCM, Q260)
186. *Perché si basa sull'attenzione della fonetica e degli accenti, oltre ad evitare suoni consonantici violenti (es. r vibrante o la z fricativa)* (F, 19, FII, LM, Q223)
187. *Per la posizione della glottide credo* (F, 20, PT, MII, Q256)
188. *Perché è privo di suoni gutturali* (F, 48, LV, SP, Q286)
189. *Per il suono chiuso che riporta all'immagine di qualcosa di piccole "misure"* (F, 19, OR, LLCEA, Q50)
190. *Perché non vengono pronunciate lettere più aggressive* (H, 19, PT, MII, Q229)
191. *Perché non si pronunciano tutte le lettere* (F, 19, LCLME, Q164)
192. *Forse perché non ci sono molte doppie, non si leggono le finali* (F, 26, SOB, LCM, Q268)

Parmi les réponses qui portent sur la liaison, sur les voyelles nasales et sur le *r* grasseyé, ce dernier semble posséder, plus que les autres aspects phonétiques indiqués, la capacité de provoquer l'impression de langue « douce » que donne le français :

193. *Per la liaison* (ND, 19, FII, LCLME, Q11)
194. *Per la « liaison »* (F, 18, FII, LCLME, Q22)
195. *Ha molte vocali nasali, la liaison* (F, 19, FII, MLC, Q125)
196. *Per le nasali* (F, 20, FII, LCLME, Q161)
197. *Per la presenza di suoni come le nasali e altri* (F, 19, OR, LCC, Q56)
198. *Perché ha una pronuncia nasale* (F, 20, PT, MII, Q235)
199. *È addolcito anche dalle nasali, dalla r e dalla musicalità che si crea tra le parole* (F, 18, FII, LCLME, Q190)
200. *Mi viene di pensarla tale quando ascolto soprattutto il suono /R/* (F, 22, FII, LLME, Q204)
201. *Per la loro R* (ND, 19, OR, MLC, Q88)
202. *La lingua francese è così delicata per la sua "R" vibrante gutturale* (F, 19, OR, MLC, Q103)

⁸⁸ Puisque dans l'énoncé 186, l'étudiante se réfère à des sons que le français tend à « éviter », nous comprenons *z* comme la réalisation graphique des affriquées de l'italien (*zucchero* 'sucre', *zebra* 'zèbre') qui n'existent pas en français.

⁸⁹ D'ailleurs, comme Saussure l'écrivait (1916 : 45), « le mot écrit se mêle si intimement au mot parlé dont il est l'image, qu'il finit par usurper le rôle principal ».

203. *Penso che la presenza della nasalizzazione e della liaison renda il francese una lingua estremamente delicata, ma sopra ogni cosa, la pronuncia della “r” è ciò che più mi affascina in tal senso* (F, 23, FII, LM, Q215)

En général, les voyelles et certaines consonnes, y compris des consonnes autres que celles qu'on vient de mentionner, par exemple la latérale [l], sont considérées comme étant à l'origine de la « douceur » de la prononciation du français :

204. *Ogni volta che sento parlare in francese percepisco molto la lettera L. Ho questa impressione. Forse è questo che fa sembrare la lingua francese molto delicata* (F, 20, FII, LCLME, Q21)

205. *Per la presenza di numerosi suoni vocalici* (F, 20, FII, LCLME, Q16)

206. *Per i numerosi suoni vocalici* (F, 19, FII, LCLME, Q162)

207. *Per la presenza di molti dittonghi* (F, 19, OR, MLC, Q142)

L'accent tonique, qui en français tombe sur la dernière syllabe d'un groupe syntaxique (tel est peut-être le sens de l'expression « in fine di frase » 'en fin de phrase' de l'ex. 208) ou d'un mot employé seul, mais probablement aussi les accents orthographiques (comme les expressions « posizione dei suoi accenti » 'position des accents' et « molti accenti » / « vastità di accenti » 'multitude d'accents' le laissent supposer), par leur effet sur la prononciation de certaines voyelles, concourent à créer l'effet mélodique du français :

208. *Penso che dipende dall'accento in fine di frase* (F, 22, FII, LLME, Q180)

209. *Per la cadenza delle sue parole. La r moscia e la posizione dei suoi accenti* (F, 19, SOB, LCM, Q257)

210. *Per la vastità di accenti* (F, 19, OR, MLC, Q131)

211. *Perché è una lingua con molti accenti* (H, 27, LV, SP, Q305)

Un groupe moins nombreux d'étudiant-e-s portent, de par leur réponse, un jugement linguistique, le plus souvent à visée esthétisante, mais également de nature sociale. La langue française est parfois anthropomorphisée : la langue *donne* beaucoup d'attention à la sonorité des ses mots (ex. 213), sa prononciation est « sinueuse », elle est « engageante », « raffinée » et « gentille ». En outre, le français semblerait avoir fait l'objet d'un processus de « raffinement » à travers sa production artistique. On évoque également la « pureté » de la langue. Le français est censé refléter les caractéristiques

des Français : « gentils », « raffinés », « élégants », « équilibrés », « riches », « heureux », « passionnés » et « solidaires » :

212. *Per la sinuosità della pronuncia* (F, 19, FII, LCLME, Q14)
 213. *Perché è una lingua che sta molto attenta alla sonorità delle parole* (F, 20, OR, LLCEA, Q39)
 214. *La lingua francese ha subito un lungo processo di raffinamento attraverso le produzioni culturali (poesia, teatro, musica, etc.)* (H, 19, OR, LCC, Q82)
 215. *È una lingua pura* (F, 21, OR, LLCEA, Q120)
 216. *Perché contiene dei suoni molto delicati* (F, 22, FII, LM, Q216)
 217. *Perché ti coinvolge essendo una lingua raffinata e gentile* (H, 19, FII, LCLME, Q155)
 218. *Poiché rispecchia il modo di vivere e le abitudini raffinate dei francesi* (F, 19, PT, MII, Q225)
 219. *Penso perché i francesi siano raffinati in sé e per sé, pertanto anche la lingua deve rispecchiare questa loro caratteristica* (F, 21, SOB, LCM, Q269)
 220. *Perché anche nel parlato si ritrova una ricerca di equilibrio ed eleganza* (H, 42, LV, SP, Q285)
 221. *Vivono nel benessere, sono per la maggior parte delle volte felici* (M, 29, LV, SP, Q290)
 222. *Sono passionali e uniti* (H, 51, LV, SP, Q297)

Il n'y a qu'une étudiante qui fait allusion à la stéréotypie de l'idée selon laquelle la « tonalité » du français est agréable :

223. *Credo sia un'idea stereotipata* (F, 19, OR, LCC, Q49)

En ce qui concerne la distribution des réponses selon la variable diatopique, les étudiant-e-s napolitain-e-s sont majoritaires dans les deux catégories les plus représentées :

CATEGORIES	<i>Naples</i>		<i>Hors Naples</i>	
<i>Prononciation</i>	45%	28	51%	118
<i>Jugement pseudo-linguistique / social</i>	19%	12	25%	59
<i>Autre</i>	6%	4	5%	12
<i>Je ne sais pas</i>	8%	5	6%	15
<i>Aucune réponse</i>	27%	17	24%	57
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	62	100%	233

Tab. 28 – Raisons pour lesquelles l'intonation du français est agréable : Napolitain-e-s vs non Napolitain-e-s

La corrélation des catégories avec les différentes filières d'études ne fait ressortir aucune tendance particulière :

Les représentations sociales de la langue française à Naples

CATEGORIES	<i>Langues étrangères</i>		<i>Autres filières</i>	
<i>Prononciation</i>	50%	111	49%	35
<i>Jugement pseudo-linguistique</i>	24%	54	24%	17
<i>Autre</i>	4%	10	8%	6
<i>Je ne sais pas</i>	6%	14	8%	6
<i>Aucune réponse</i>	25%	57	24%	17
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	224	100%	71

Tab. 29 – Raisons pour lesquelles l'intonation du français : filières linguistiques vs filières non linguistiques

Comme le montre le tableau 30, le sexe constitue, en revanche, un facteur de distinction plus pertinent :

CATEGORIES	<i>F</i>		<i>H</i>		<i>F-NA</i>		<i>H-NA</i>		<i>F-hNA</i>		<i>H-hNA</i>	
<i>Prononciation</i>	49%	105	38%	27	34%	16	(77%)	10	54%	89	29%	17
<i>Jugement pseudo-linguistique</i>	23%	49	28%	20	17%	8	(31%)	4	25%	41	28%	16
<i>Autre</i>	6%	12	4%	3	2%	1	0%	0	7%	11	5%	3
<i>Je ne sais pas</i>	4%	9	15%	11	11%	5	0%	0	2%	4	19%	11
<i>Aucune réponse</i>	24%	52	30%	21	23%	11	(46%)	6	25%	41	26%	15
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	213	100%	71	100%	47	100%	13	100%	166	100%	58

Tab. 30 – Raisons pour lesquelles l'intonation du français est agréable : étudiantes vs étudiants

Les étudiantes, surtout celles qui sont originaires de l'extérieur de la ville, mentionnent les traits de prononciation plus fréquemment que les étudiants. En revanche, ces derniers émettent le plus souvent des jugements linguistiques (nous rappelons que la fréquence très élevée de la catégorie « Prononciation » chez les étudiants napolitains est peu fiable, étant donné la taille du groupe). Les étudiants, en particulier les étudiants napolitains, sont également ceux qui répondent « Je ne sais pas » ou qui ne donnent aucune réponse.

Pour résumer, les qualités sonores du français sont décrites à l'aide des notions de profondeur, tranquillité, légèreté, fluidité, minceur, pureté, propreté, précision. Ces différentes dimensions perceptives sont corrélées à la présence (+) vs absence (-) des traits suivants⁹⁰ :

⁹⁰ Nous tenons compte également des réponses données à la question *Pourquoi le français est-il lié à l'idée de raffinement, d'élégance etc. ?* (voir § 2.2.4).

+	-
<i>r</i> grasseyé	consonnes géminées
voyelles nasales ⁹¹	consonnes en fin de mot
sons fermés	consonnes affriquées
consonne latérale	sons gutturaux
diphthongues	sons cacophoniques
beaucoup de voyelles	sons ouverts
accent de groupe syntaxique	
multitude d'accents	
liaison	

Tab. 31 – Traits segmentaux et suprasegmentaux corrélés à la musicalité du français

Loin d'être exhaustive, la liste ci-dessus peut être élargie et intégrée par des études portant spécifiquement sur l'imaginaire linguistique des sons du français chez les apprenant-e-s italophones de FLE.

Les données recueillies et présentées tout au long des pages précédentes soulèvent quelques questions qui mériteraient un approfondissement : quel lien s'établit entre la perception des sonorités du français et la présence de mots français en italien et en napolitain et dans l'environnement linguistique⁹² (publicité de produits français, nom de marques et produits

⁹¹ Le trait de la nasalité apparaît également dans le phonosymbolisme des morphèmes libres du français. La nasalité semblerait « apte à refléter l'idée d'un retour vers l'intériorité, comme dans *me*, *nous* ou *on*, ou d'un retour tout court, comme dans le cas de l'adverbe *en* et, surtout, de la négation, avec *non*, qui peut être interprété comme une inversion du positif, donc comme un retour en arrière par rapport à une phrase positive. On pourra ajouter à ce sujet que plusieurs autres morphèmes liés à la négation [...] se caractérisent également par la présence du trait de /nasalité/ : c'est le cas pour *ne* ou pour *ni* avec /n/, pour les préfixes négatifs *in* – ou *im* – (*inconséquent*, *impossible*, etc.) avec /ɛ̃/, pour la conjonction *mais* avec /m/ (*mais* inverse l'orientation logico-argumentative d'une proposition et peut être rapproché des termes négatifs) ou encore pour l'adverbe soustractif *moins*, avec /m/ et /ɛ̃/ » (Bidaud 2017). Pour approfondissement, voir également Nobile (2014).

⁹² À propos de la présence du français dans le contexte napolitain, il est intéressant de remarquer que l'Institut Français de Naples a inauguré, à partir du 7 octobre 2020, des cours gratuits de napolitain. Les cours sont organisés par Davide Brandi, président de l'Association de promotion sociale *I Lazzari* et vice-président de l'association « Alliance européenne pour les Langues Régionales ». Cette initiative souligne le lien étroit entre le français et le napolitain. Pour plus d'informations voir la page <https://www.institutfrancais.it/napoli/corso-di-lingua-napoletana> (page consultée le 13 octobre 2020). L'Institut Français a également lancé, en 2013, le concours « *Insegna in francese a Napoli* / Enseignes en français à Naples » qui s'est conclu par une exposition photographique. Les photographies sont disponibles sur la page

français, enseignes en français, etc.) ? Dans quelle mesure le phonosymbolisme du français est influencé par une certaine idée, même stéréotypée, de la « francité » ?⁹³ Quel rôle joue la proximité linguistique entre l'italien et le français⁹⁴ dans « les perceptions sensorielles » (Contini 2009 : 79) de ces deux langues lorsqu'elles entrent en contact ? Il serait également intéressant d'analyser les caractéristiques et les fonctions du phonosymbolisme dans des contextes de contact de langues.

Ces quelques observations s'inscrivent dans l'attention renouvelée depuis quelques années pour les études sur le symbolisme phonétique et pour le système de représentations qui en découle. Bien que controversées, l'existence et l'importance du symbolisme phonétique dans les langues, ainsi que dans l'apprentissage de la sémantique verbale, ont été corroborées par de nombreuses preuves empiriques et l'identification de corrélés neurophysiologiques ouvre de nouveaux horizons de recherche (Nobile 2019).

<http://www.napolicittasolidale.it/portal/ncs/multimedia-ncs/fotogallery/3601-al-grenoble-mostra-fotografica-%E2%80%9CInsegne-in-francese-a-napoli%E2%80%9D.html> (page consultée le 13 octobre 2020).

⁹³ Des facteurs tels que la fréquence des mots, la « familiarité », sémantique et culturelle, avec les mots et l'« affectivité » envers la langue semblent conditionner la représentation de la morphologie lexicale italienne, notamment celle de noms de produits italiens, chez des Français ne connaissant pas l'italien. Ces derniers tendent à considérer les suffixes *-orama* (dérivé du grec) et *-issime* (*Drôlissime*, *Conforama*) comme plus familiers parce qu'ils les perçoivent comme des suffixes français, à la différence des suffixes *-issimo*, *-ativa*, *-eria* (*Colissimo*, *Creativa*, *Chausseria*) et des suffixes évaluatifs (diminutifs, augmentatifs, etc. : *Grissini*, *Cannelloni*, etc.), caractérisés comme des éléments étrangers. Le symbolisme phonétique semble également intervenir dans les mécanismes d'accès au lexique évaluatif. En outre, l'usage d'italianismes à des fins commerciales (publicité, noms de produits et de magasins français) impliquerait une représentation positive de la morphologie lexicale italienne en français. Pour approfondissement, voir Colombo (2012).

⁹⁴ L'étude récente de Russo (2019 : 326) sur les expressions poly-lexicales (mots composés, expressions idiomatiques, etc.) montre que le nombre élevé d'associations conventionnelles des mots français, ou collocations (*caresser l'espoir*, *apporter un soutien*, *haute technologie*, etc.), traduisibles littéralement en italien est un critère de définition de cette proximité.

2.3 L'utilité du français : un trait représentationnel masqué ?

2.3.1 En dehors du cadre de l'enseignement, quels sont les débouchés professionnels de l'apprentissage du français à Naples ? (D5)

La question portant sur les débouchés professionnels liés à la maîtrise du français n'est pas l'une de celles proposées par les étudiant-e-s eux/elles-mêmes. C'est une manière de sonder quelles potentialités ils/elles attribuent à la connaissance du français par rapport à leur future insertion professionnelle, en dehors de l'enseignement de cette langue dans l'école secondaire supérieure (lycée ou instituts techniques ou professionnels), activité vers laquelle ils/elles se dirigent le plus souvent. La limitation à la ville de Naples est une tentative de mettre en relation la compétence du français et les éventuels secteurs et domaines de travail qui lui sont associés avec un contexte territorial concret, spécifique, vécu. Les *Guides de l'étudiant* des différentes filières de Langues étrangères et de la filière de Lettres modernes indiquent un très large éventail de débouchés⁹⁵, notamment dans les domaines de l'enseignement, de la traduction, du journalisme, de la radio, de la télévision, de l'édition, des archives, des musées, des bibliothèques, de l'art, des organisations internationales, de la diplomatie, des entreprises, du tourisme, de l'animation culturelle, des relations publiques, de l'organisation de foire, salon, congrès et expositions etc. Les étudiant-e-s des filières LLCEA (OR) et LCM (SOB) mentionnent les débouchés plus directement liés aux domaines de la communication en milieu multiculturel et multiethnique, au sein d'organismes publics (tribunaux, centres de détention, centres d'accueils) ou au niveau du développement et de l'éducation linguistique. La formation en Sciences politiques mène également à des professions très variées ayant trait aux secteurs public et privé, aux organisations internationales, aux relations publiques, aux partis politiques, aux instituts de sondages, etc. La filière MII

⁹⁵ Lors de petits échanges avec les étudiant-e-s de français à l'université « Federico II », portant sur les raisons qui les avaient poussé-e-s à choisir le français comme langue étrangère, les raisons invoquées étaient toujours les mêmes : l'inclination pour les voyages et la passion pour le français, une langue qu'ils-elles « aiment » ou qui leur « plaît » beaucoup. Dans une enquête menée auprès d'étudiants italophones de FLE, presque la moitié des enquêtés ont affirmé avoir commencé à étudier le français parce qu'ils aiment « bien » ou « beaucoup » sa « prononciation », ses « sons » (Janot 2017).

(PT), à orientation professionnalisante, donne accès aux secteurs de l'entrepreneuriat, du marketing et du commerce nationaux, voire internationaux.

La multitude de débouchés qu'ouvrent les parcours offrant une formation généraliste ne se reflète cependant que très partiellement dans les réponses des étudiant-e-s interrogé-e-s. En effet, les réponses recueillies s'orientent essentiellement vers les secteurs du tourisme, de la traduction, de l'interprétariat et des entreprises :

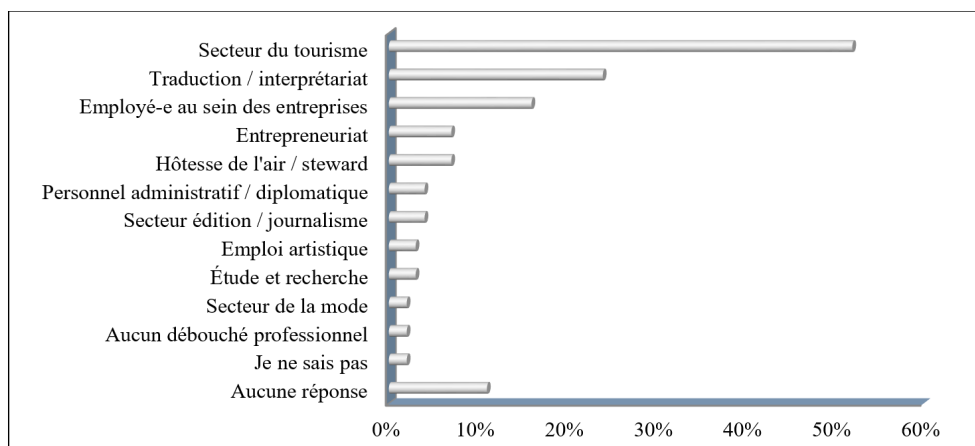


Fig. 8 – Débouchés professionnels et maîtrise du français à Naples

Par rapport à notre échantillon, travailler dans le tourisme signifie presque toujours devenir guide touristique :

- 224. *Guida turistica, receptionista* (F, 19, FII, LLCME, Q1)
- 225. *Potrebbe essere utile per diventare una guida turistica* (F, 19, FII, LCLME, Q25)
- 226. *Guida turistica* (H, 20, OR, LCC, Q48)
- 227. *Accoglienza ai turisti* (H, 28, OR, MLC, Q84)
- 228. *Si potrebbe svolgere un lavoro del tipo guida turistica* (H, 20, PT, MII, Q247)
- 229. *Ottimi sbocchi considerando Napoli un luogo ad alto tasso turistico* (F, 19, SOB, LCM, Q257)
- 230. *Cicerone* (F, 50, LV, SP, Q301)

La traduction est rapportée à des typologies de texte et à des contextes professionnels très divers :

- 231. *Interpretariato* (H, 19, FII, LCLME, Q5)

- 232. *Credo come traduttore* (F, 19, FII, LCLME, Q159)
- 233. *Potrebbe essere utile nell'ambito di traduzioni di testi, film* (F, 20, OR, LLCEA, Q39)
- 234. *Traduzioni in ambasceria, o di testi di vario genere, libri, giornali, articoli on-line e non, ecc.* (H, 19, OR, LCC, Q82)
- 235. *Mediazione linguistica* (F, 23, PT, MII, Q226)
- 236. *Non saprei, mediatore linguistico e culturale in ambito sociale, come sbocco lavorativo potrebbe essere anche come traduttore agli extra-comunitari nei tribunali* (F, 19, SOB, LCM, Q258)
- 237. *Traduzioni giurate in tribunale o mediazioni culturali* (H, 46, LV, SP, Q296)

Pour ce qui est du travail au sein d'entreprises, l'attention est évidemment orientée vers les entreprises françaises (en Italie ou à l'étranger) et vers celles qui ont des rapports commerciaux avec la France :

- 238. *Nell'ambito delle aziende* (F, 19, OR, MLC, Q42)
- 239. *Potrebbe essere utile in aziende che sono in contatto con quelle francesi* (F, 19, OR, LCC, Q107)
- 240. *Aziende che commerciano con la Francia* (H, 20, FII, LCLME, Q150)
- 241. *Lavori manageriali con qualche impresa francese* (H, 19, PT, MII, Q244)

Les autres débouchés possibles sont nettement sous-représentés. Nous citons quand même quelques-unes des réponses fournies :

- 242. *Incaricati di istituti francesi sul territorio* (F, 19, OR, MLC, Q55)
- 243. *Lavorare ad esempio in qualche ambasciata o in qualche consolato* (F, 19, OR, MLC, Q145)
- 244. *Potrebbe portare a svolgere lavori come interprete, o anche lavorare per l'Ambasciata Francese di Napoli* (H, 22, SOB, LCM, Q276)
- 245. *Potrebbe essere utilizzata in un contesto lavorativo giornalistico o letterario, come per esempio giornalista o scrittore* (F, 19, FII, LCLME, Q8)
- 246. *Nell'editoria* (F, 22, FII, LM, Q216)
- 247. *Nel teatro e attraverso altri eventi musicali* (H, 23, OR, MLC, Q43)
- 248. *Al di fuori dell'insegnamento potrebbe avere uno sbocco nell'ambito musicale* (F, 19, OR, MLC, Q93)
- 249. *Qualcosa in ambito artistico* (F, 19, OR MLC, Q132)

Le contexte de la ville de Naples n'est explicité que rarement pour souligner qu'il s'agit d'une destination très fréquentée par les touristes ou pour la présence d'institutions françaises comme l'Ambassade de France (dont le siège est cependant à Rome) et le Consulat général de France. La fréquence élevée d'emploi du conditionnel souligne le caractère potentiel des

débouchés indiqués. Quelques étudiant-e-s se montrent plus dubitatif-ve-s quant à l'avenir professionnel lié à la pratique de la langue française :

250. *Non me ne viene in mente nessuno di realizzabile* (H, 19, FII, LM, Q219)

251. *Le vie del Signore sono infinite* (H, 20, LV, SP, Q303)

Par rapport à la question posée, le taux de réponses multiples est plutôt élevé (85 sur 295, soit 29%). Le tourisme est le débouché qui occupe la première position aussi bien que la deuxième, tandis que le métier d'hôtesse de l'air/steward et celui d'employé-e au sein d'une entreprise constituent respectivement la troisième et la quatrième alternative qui viennent à l'esprit.

Le tableau 32 renferme la corrélation des résultats obtenus avec la variable diatopique :

CATEGORIES	<i>Naples</i>		<i>Hors Naples</i>	
<i>Secteur du tourisme</i>	50%	31	52%	122
<i>Traduction / interprétariat</i>	31%	19	22%	51
<i>Employé-e au sein des entreprises</i>	10%	6	17%	40
<i>Entrepreneuriat</i>	3%	2	8%	19
<i>Hôtesse de l'air / steward</i>	2%	1	8%	19
<i>Personnel administratif / diplomatique</i>	5%	3	4%	10
<i>Secteur de l'édition et du journalisme</i>	6%	4	3%	8
<i>Emploi artistique</i>	5%	3	3%	6
<i>Secteur de la mode</i>	0%	0	2%	5
<i>Étude et recherche</i>	3%	2	3%	7
<i>Aucun débouché professionnel</i>	5%	3	1%	3
<i>Je ne sais pas</i>	2%	1	2%	5
<i>Aucune réponse</i>	13%	8	11%	25
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	62	100%	233

Tab. 32 – Débouchés professionnels et maîtrise du français à Naples : étudiant-e-s napolitain-e-s vs étudiant-e-s non napolitain-e-s

On remarque que la catégorie « Traduction / interprétariat » se rapporte majoritairement aux étudiant-e-s napolitaines, tandis que les non napolitain-e-s font référence surtout à des travaux au sein des entreprises et, même si moins fréquemment, à l'entrepreneuriat et au métier de personnel navigant commercial. Le groupe napolitain mentionne un peu plus fréquemment le domaine de l'édition et du journalisme, mais se montre également plus sceptique quant aux débouchés professionnels liés à la maîtrise du français.

Pour ce qui est des différences éventuelles relevant des types de filières, ce sont les étudiant-e-s en Langues étrangères qui montrent une attitude plus positive en indiquant, le plus fréquemment, différents secteurs d'emploi. La catégorie « Aucun débouché professionnel » doit être rapportée essentiellement au groupe des filières non linguistiques, ainsi que la tendance à ne donner aucune réponse :

CATEGORIES	<i>Langues étrangères</i>		<i>Autres filières</i>	
<i>Le secteur du tourisme</i>	54%	122	44%	31
<i>La traduction / l'interprétariat</i>	27%	61	13%	9
<i>Employé-e au sein des entreprises</i>	18%	40	8%	6
<i>Entrepreneuriat</i>	9%	21	0%	0
<i>Hôtesse de l'air / steward</i>	8%	19	1%	1
<i>Personnel administratif / diplomatique</i>	5%	11	3%	2
<i>Secteur de l'édition et du journalisme</i>	4%	10	3%	2
<i>Emploi artistique</i>	3%	7	3%	2
<i>Étude et recherche</i>	4%	9	0%	0
<i>Secteur de la mode</i>	1%	3	3%	2
<i>Aucun débouché professionnel</i>	1%	2	6%	4
<i>Je ne sais pas</i>	2%	5	1%	1
<i>Aucune réponse</i>	9%	20	18%	13
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	224	100%	71

Tab. 33 – Débouchés professionnels et maîtrise du français à Naples : filières linguistiques vs filières non linguistiques

L'analyse différenciée selon le sexe n'est pas concluante, mais on peut signaler quand même le pourcentage plus élevé des catégories « Tourisme » et « Hôtesse de l'air » respectivement chez les étudiantes napolitaines et non napolitaines. La catégorie « Mode » est majoritaire chez les étudiants napolitains. En général, les étudiants tendent le plus fréquemment à ne pas répondre :

Les représentations sociales de la langue française à Naples

CATEGORIES	F		H		F-NA		H-NA		F-hNA		H-hNA	
<i>Secteur du tourisme</i>	56%	120	41%	29	60%	28	(23%)	3	55%	92	45%	26
<i>Traduction / interprétariat</i>	25%	53	21%	15	28%	13	(38%)	5	24%	40	19%	11
<i>Employé-e entreprises</i>	17%	37	10%	7	15%	7	0%	0	16%	26	12%	7
<i>Entrepreneuriat</i>	8%	17	3%	2	4%	2	0%	0	9%	15	3%	2
<i>Hôtesse de l'air / steward</i>	8%	18	1%	1	2%	1	0%	0	10%	17	2%	1
<i>Personnel admin. / diplom.</i>	4%	9	6%	4	2%	1	(15%)	2	5%	8	3%	2
<i>Secteur éd. / journ.</i>	5%	10	3%	2	9%	4	0%	0	4%	6	3%	2
<i>Emploi artistique</i>	4%	8	1%	1	6%	3	0%	0	3%	5	2%	1
<i>Étude et recherche</i>	2%	4	1%	1	0%	0	0%	0	2%	4	2%	1
<i>Secteur de la mode</i>	1%	3	1%	1	2%	1	8%	1	1%	2	0%	0
<i>Aucun débouché profes.</i>	1%	3	3%	2	4%	2	0%	0	1%	1	3%	2
<i>Je ne sais pas</i>	0%	1	6%	4	2%	1	0%	0	0%	0	7%	4
<i>Aucune réponse</i>	9%	20	18%	13	9%	4	(31%)	4	10%	16	16%	9
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	213	100%	71	100%	47	100%	13	100%	166	100%	58

Tab. 34 – Débouchés professionnels et maîtrise du français à Naples : étudiantes vs étudiants

Les enquêté-e-s estiment donc que la connaissance du français peut être mise à profit dans des secteurs professionnels très variés⁹⁶. Les réponses données se rapportent à la RS du français dans la mesure où elles indiquent les potentialités professionnelles de la langue et non pas le travail souhaité⁹⁷ (nous rappelons que la plupart des étudiant-e-s veulent devenir enseignant-e-s de FLE ou traducteur-trice-s).

2.3.2 À votre avis, le français représente-t-il une langue appropriée aux secteurs de l'édition et du journalisme ? (D7)

À l'occasion de la Journée internationale de la Francophonie du 20 mars 2018, le président Emmanuel Macron prononce à l'Institut de France un

⁹⁶ L'existence de réseaux francophones, tels que l'UBF (Union des Banques Francophones), le RAPF (Réseau des Associations Professionnelles Francophones), le FINNOV (Réseau francophone de l'innovation), témoignent que le français langue de travail est désormais une ressource pour beaucoup de professionnels. Le rôle que le français, ainsi que d'autres langues, acquiert au sein des entreprises internationales est une question abordée dans maintes études conduites dans plusieurs pays (Arménie, Bulgarie, Cambodge, Liban, Madagascar, etc.). Informations tirées du site <http://observatoire.francophonie.org/le-francais-langue-de-communication-et-des-affaires/le-francais-un-atout-economique/> (page consultée le 26/09/2020).

⁹⁷ Voir § 2.1 et les notes 38 et 39.

discours sur l'ambition pour la langue française et le plurilinguisme dont nous donnons ici un bref extrait :

Parler le français, l'écrire, c'est entrer dans une immense communauté d'expériences et de regards [...]. Lire, c'est entrer dans la substance de la langue, mais aussi dans sa mémoire et son imaginaire [...]. Lire aujourd'hui, c'est lire aussi la littérature écrite en français aux quatre coins du monde. [...] Former les professionnels de l'information dans la Francophonie est [...] une tâche urgente [...] parce qu'informer en français, débattre en français a du sens, sans doute aujourd'hui encore davantage qu'hier. [...] lorsque je parle d'usage, lorsque je parle du français comme une langue d'échange, je ne peux pas ne pas parler de plurilinguisme et de traduction. [...] Le français ne peut se développer que dans ce plurilinguisme, que dans ces traductions permanentes. [...] Je souhaite aussi des Etats généraux de l'édition en français pour décloisonner les milieux de l'édition francophone et favoriser les cessions de droits du français vers le français. [...] C'est en ouvrant notre marché de l'édition aux littératures en français dans toute leur pluralité aussi que nous permettrons de former ce grand ensemble de langue française et de faire que nos enfants, nos lycéens à l'école ou en bibliothèque auront accès à ces littératures en langue française sans savoir totalement les distinguer⁹⁸.

La présence du français en tant que langue de produits éditoriaux ou de services (livres, films, jeux-vidéo, informations, formation à distance, etc.), la rentabilité de la compétence du français sur le marché du travail et dans les entreprises, son caractère de bien échangeable (traduction, cours de langue, etc.) mesurent la valeur économique de la langue, renferment sa « valeur ajoutée », tout en reflétant son rayonnement culturel au niveau international⁹⁹.

L'attention allouée à l'apport et aux potentialités de l'utilisation du français dans l'industrie éditoriale et journalistique justifie, en partie, l'inclusion dans le questionnaire d'une question visant à connaître le point de vue des étudiant-e-s au sujet de l'adéquation du français aux domaines envisagés. En outre, l'édition et le journalisme figurent parmi les débouchés professionnels associés aux filières universitaires qu'ils/elles ont choisis. La figure 9 visualise les résultats obtenus :

⁹⁸ La transcription du discours est disponible sur <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2018/03/20/discours-demmanuel-macron-a-linstitut-de-france-sur-lambition-pour-la-langue-francaise-et-le-plurilinguisme> (page consultée le 04/09/2020).

⁹⁹ Pour plus de détails voir le site <http://observatoire.francophonie.org/le-francais-langue-de-communication-et-des-affaires/le-francais-un-atout-economique/> (page consultée le 04/09/2020).

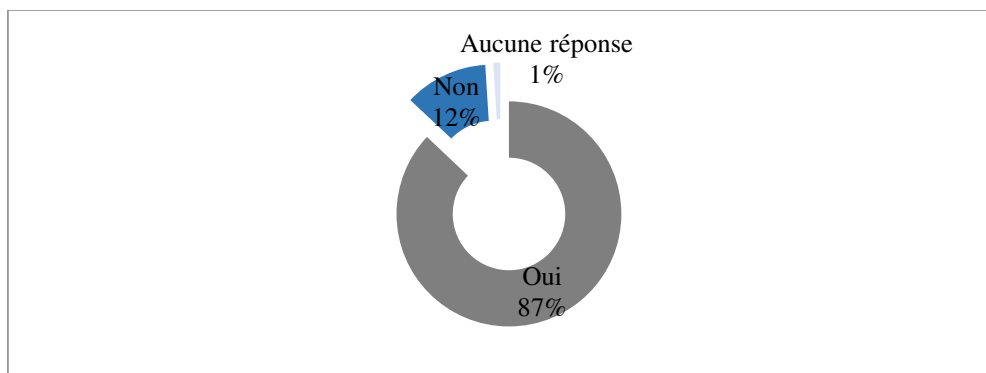


Fig. 9 - Attitude envers le français en tant que langue appropriée aux secteurs du journalisme et de l'édition

La très grande majorité des enquêté-e-s estiment que le français est une langue appropriée aux secteurs de l'édition et du journalisme. Ces données confirment la représentation positive que les enquêté-e-s ont de la langue française, mais constituent également un exemple du décalage entre l'objet de la représentation conçu comme une abstraction et la représentation du même objet modulée selon différents cadres de référence. En effet, rapportés aux perspectives d'avenir professionnel dans le contexte napolitain, l'édition et le journalisme ne sont considérés que rarement comme des secteurs offrant des possibilités de travail liées à la maîtrise du français (figure 8). Toutefois, on ne sait pas dans quelle mesure ce résultat exprime la non croyance à la possibilité effective de travailler dans les secteurs considérés, tout particulièrement à Naples, ou plutôt la manifestation d'une attitude à sous-estimer l'importance du français dans les secteurs de l'industrie culturelle et de l'industrie de l'information. Si tel est le cas, la différence entre les réponses fournies aux deux questions concernant le rôle du français dans l'édition et le journalisme (D5 et D7) peut également être interprétée comme l'indice de l'existence de traits représentationnels masqués.

En ce qui concerne la corrélation avec les variables sociolinguistiques, la prise en compte du lieu de provenance met en évidence une fréquence plus élevée de la réponse positive chez les étudiant-e-s napolitain-e-s et de la réponse négative chez ceux qui proviennent de l'extérieur de la ville :

Les représentations sociales de la langue française à Naples

CATEGORIES	<i>Naples</i>		<i>Hors Naples</i>	
<i>Oui</i>	95%	59	85%	197
<i>Non</i>	5%	3	14%	33
<i>Aucune réponse</i>	0%	0	1%	3
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	62	100%	233

Tab. 35 – Attitude envers le français en tant que langue appropriée aux secteurs du journalisme et de l'édition : étudiant-e-s napolitain-e-s vs étudiant-e-s non napolitain-e-s

La répartition des résultats selon la variable de la filière ne comporte pas de différences remarquables par rapport aux résultats présentés dans le tableau précédent :

CATEGORIES	<i>Langues étrangères</i>		<i>Autres filières</i>	
<i>Oui</i>	88%	196	85%	60
<i>Non</i>	12%	26	14%	10
<i>Aucune réponse</i>	0%	1	3%	2
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	224	100%	71

Tab. 36 – Attitude envers le français en tant que langue appropriée aux secteurs du journalisme et de l'édition : filières linguistiques vs filières non linguistiques

Le sexe des enquêté-e-s n'a presque aucune incidence sur la tendance à répondre affirmativement ou négativement à la question qui a fait l'objet de ce paragraphe. On remarque cependant que le pourcentage de la réponse « Non » est particulièrement bas chez les étudiantes napolitaines :

CATEGORIES	<i>F</i>		<i>H</i>		<i>F-N</i>		<i>H-N</i>		<i>F-hNA</i>		<i>H-hNA</i>	
<i>Oui</i>	87%	186	86%	61	98%	46	(92%)	12	84%	140	84%	49
<i>Non</i>	12%	25	13%	9	2%	1	(8%)	1	14%	24	14%	8
<i>Aucune réponse</i>	1%	2	1%	1	0%	0	0%	0	1%	2	2%	1
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	213	100%	71	100%	47	100%	13	100%	166	100%	58

Tab. 37 – Attitude envers le français en tant que langue appropriée aux secteurs du journalisme et de l'édition : étudiantes vs étudiants

En général, bien que l'écart entre les pourcentages soit parfois très réduit, les résultats étayant l'existence d'une attitude représentationnelle plus négative, mais circonscrite au domaine professionnel considéré, chez les étudiant-e-s non napolitain-e-s.

2.4 Les enjeux représentationnels des affinités linguistiques entre français et napolitain

2.4.1 Un-e Napolitain-e pourrait-il-elle réussir à parler le français d'une meilleure façon qu'une personne originaire d'une autre ville italienne ? Pourquoi ? (D8)

Il existe plusieurs phénomènes de convergence – phonétique, lexicale, grammaticale – entre le français et le napolitain. Ce sont les traces du contact prolongé entre ces deux langues suite aux dominations normande (1136-1189), angevine (1266-1442) et napoléonienne (1806-1815) qui ont caractérisé l'histoire de l'Italie du Sud. La question de savoir si les enquêtés estiment que les Napolitain-e-s sont en mesure de développer une meilleure compétence du français n'a véritablement de sens que si elle est prise comme une manière détournée d'observer leur représentation des rapports entre le français et le napolitain. Le but est de comprendre, d'un côté, si la conscience de ces convergences amène à penser que la connaissance du napolitain facilite l'apprentissage du français, instaurant ainsi le sentiment de pouvoir parler mieux le français et, de l'autre, quelles sont les similitudes linguistiques qui attirent le plus l'attention de notre échantillon. Les réponses telles que « Oui, s'il s'engage à fond dans l'apprentissage du français » et « Non, n'importe qui peut le faire » constituent les seules réponses linguistiquement pertinentes, mais elles représentent des catégories marginales du point de vue de l'analyse statistique (respectivement 6% et 10%). Les autres catégories nous renseignent, en revanche, sur la perception des enquêtés quant à des survivances d'éléments français dans la langue napolitaine. Il s'agit d'un aspect représentationnel crucial pour admettre l'existence d'une francophonie latente dans la ville de Naples, pour en tracer les contours et en définir les enjeux sociolinguistiques et culturels.

La majorité des sujets de l'échantillon estiment que les Napolitain-e-s peuvent réussir à parler français mieux que les Italien-ne-s originaires d'autres régions de la Péninsule :

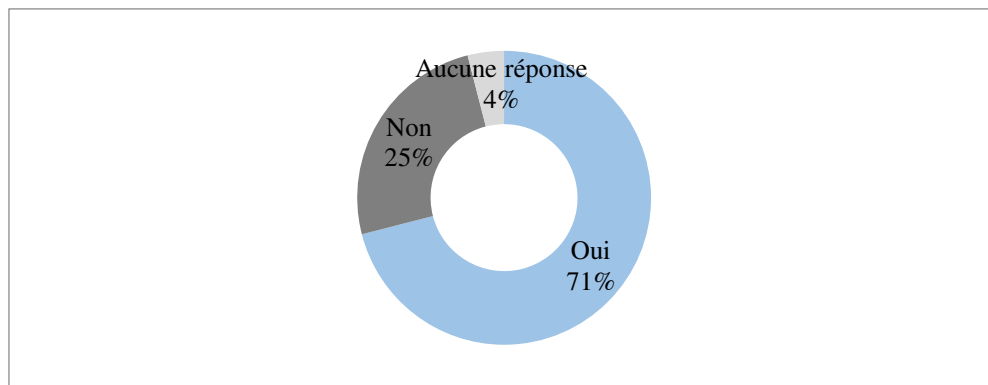


Fig. 10 – Opinions concernant la présupposée meilleure maîtrise du français des Napolitain-e-s

Le résultat est éloquent, mais il faut comprendre dans quelle mesure il peut être mis en relation avec l’empreinte que la langue et la culture françaises ont laissée dans la langue et la culture napolitaine, en raison d’un passé commun. Il faut également se demander jusqu’à quel point ce passé commun continue d’occuper une place importante dans la mémoire collective des Napolitain-e-s.

L’interrelation entre les réponses considérées et les variables extralinguistiques est synthétisée dans les trois tableaux représentés ci-dessous :

CATEGORIES	<i>Naples</i>		<i>Hors Naples</i>	
<i>Oui</i>	81%	50	69%	160
<i>Non</i>	16%	10	27%	64
<i>Aucune réponse</i>	3%	2	4%	9
<i>Nbre d’étudiant-e-s</i>	100%	62	100%	233

Tab. 38 – Opinions concernant la présupposée meilleure maîtrise du français des locuteur-trice-s napolitain-e-s : étudiant-e-s napolitain-e-s vs étudiant-e-s non napolitain-e-s

CATEGORIES	<i>Langues étrangères</i>		<i>Autres filières</i>	
<i>Oui</i>	72%	161	69%	49
<i>Non</i>	25%	57	24%	17
<i>Aucune réponse</i>	3%	6	7%	5
<i>Nbre d’étudiant-e-s</i>	100%	224	100%	71

Tab. 39 – Opinions concernant la présupposée meilleure maîtrise du français des locuteur-trice-s napolitain-e-s : filières linguistiques vs filières non linguistiques

Les représentations sociales de la langue française à Naples

CATEGORIES	F		H		F-NA		H-NA		F-hNA		H-hNA	
Oui	73%	155	65%	46	79%	37	(92%)	12	71%	118	59%	34
Non	25%	53	27%	19	17%	8	(8%)	1	27%	45	31%	18
Aucune réponse	2%	5	8%	6	4%	2	0%	0	2%	3	10%	6
Nbre d'étudiant-e-s	100%	213	100%	71	100%	47	100%	13	100%	166	100%	58

Tab. 40 – Opinions concernant la présupposée meilleure maîtrise du français des locuteur-trice-s napolitain-e-s : étudiantes vs étudiants

La comparaison des pourcentages montre, essentiellement, l'opposition entre la réponse « Oui », majoritaire au sein de la sous-population napolitaine, appartenant à la filière Langues étrangères et féminine, et la réponse « Non » qui caractérise en peu plus le groupe non napolitain et les filières non linguistiques.

Si les Napolitain-e-s peuvent avoir une meilleure maîtrise du français, c'est à cause des similarités lexicales et phonétiques entre français et napolitain, mais également à cause d'une proximité qui met en jeu, de façon plus générale, les liens historiques et culturels. Les catégories obtenues sont représentées dans la figure 11 :

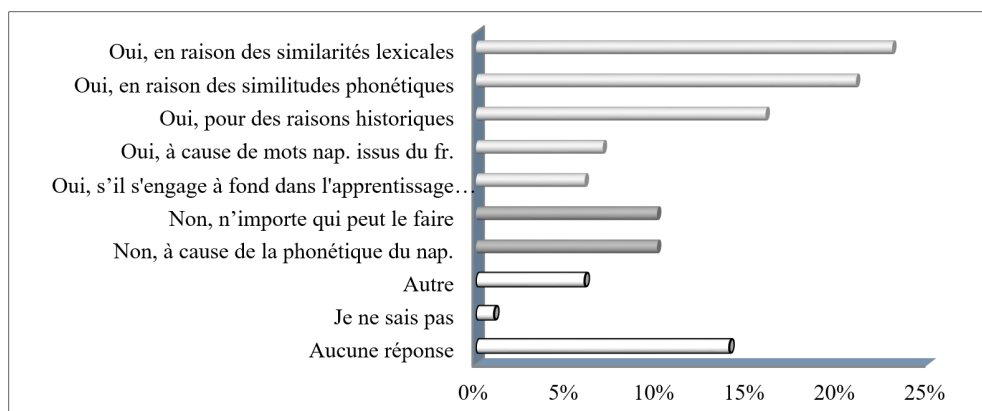


Fig. 11 – Explications concernant la présupposée meilleure maîtrise du français attribuable ou non attribuable aux Napolitain-e-s

La similarité de certains mots français et napolitains constitue la catégorie la plus fréquente. Nous citons ci-dessous quelques-unes des réponses recueillies :

252. *Molte parole del dialetto napoletano ricordano alcune parole francesi* (F, 19, FII, LCLME, Q13)
253. *Il napoletano è una lingua che ha alcune parole molto simili al francese* (F, 20, FII, LCLME, Q21)
254. *Ci sono più parole simili al dialetto* (H, 20, LCLME, Q150)
255. *Molti termini dialettali somigliano ai termini francesi, come la parola “bottiglia”* (F, 19, OR, LLCEA, Q50)
256. *Perché ci sono alcune parole che si assomigliano* (F, 19, OR, LLCEA, Q113)
257. *Si avvicina molto all’italiano ed ha parole simili al dialetto* (F, 19, OR, LLCEA, Q121)
258. *Poiché numerose parole sono simili al francese* (F, 19, PT, MII, Q225)
259. *Perché ci sono somiglianze tra parole del napoletano e il francese* (F, 22, SOB, LCM, Q260)
260. *La somiglianza di alcuni termini* (H, 44, LV, SP, Q295)

Par rapport à la quantification des affinités lexicales entre français et napolitain, on passe d’un nombre non spécifié, à savoir « certains mots », à « beaucoup de mots ». Les réponses présentent parfois des exemples qui viennent illustrer les similarités dont il est question : trois mots sont effectivement des emprunts au français – *bouteille*¹⁰⁰ (F, 18, FII, LCLME, Q157), *tirabusciò*¹⁰¹ (ND, 18, FII, LCLME, Q170), *boîte* → *buatta*¹⁰² (H, 21, FII, LCLME, Q177), *fourchette* et *casserole* (ND, 19, OR, LLCEA, Q35)¹⁰³ – tandis que le mot « cerise → *ceras* »¹⁰⁴ (F, 20, SOB, LCM, Q273)

¹⁰⁰ « **buttégli**a f. “bottiglia” (Andreoli 1887; Altamura 1968; D’Ascoli 1990). [...] Dal fr. *bouteille* (1230, NDEtymFr) dal lat. BUTTICŪLA, dimin. di BŪTTIS (sec. VI, BIWbg) “botte”, attestato in Francia nella forma semilatina botilia (sec. VIII, *Lex Salica*, DELI). Il significato di ‘recipiente di vetro’ si è sviluppato nella Francia sett., cfr. prov. *botelha* (BIWbg). L’it. *bottiglia*, il cat. e lo sp. *botella*, il port. *botelha* e l’ingl. *bottle* fanno capo alla voce fr. (DEI I 576). DELI non esclude un influsso diretto dallo spagnolo, postulato anche da numerosi studiosi (Zaccaria, Migliorini, Devoto) ed accolto da RiccioIsp sulla base della cronologia » (Mignone, Marinucci 2005).

¹⁰¹ « **tirab(b)uscio** m. “cavatappi” (Andreoli 1887; Altamura 1968; D’Ascoli 1990). Dal fr. *tire-bouchon* (1680, BIWbg) ‘id.’ (< *tirer* ‘tirare’ e *bouchon* ‘tappo’). La voce è diffusa in numerosi dialetti it. cfr. rom. *tirabbuciò*, emil. *tirabusón*, lomb. *tirabisción*, ven. *tirabosón*, cal. *tirabusciò*, *tirabisciò* (DEI V 3797 sg. s.v. *tira-*) (Mignone, Marinucci 2005).

¹⁰² « **buatta** f. “scatola; persona grassa” (fonte orale). Dal fr. *boîte*, introdotto nell’epoca napoleonica (DEI I 544 s.v. *boatta* e 549 s.v. *boetta*), diffuso nei diall. meridionali (cfr. abr. *bbuáttə* DAM) » (Mignone, Marinucci 2005).

¹⁰³ Ces deux mots sont passés du français à l’italien (*forchetta* et *casseruola*).

¹⁰⁴ « **cerasa** f. “ciliegia” (av. 1529) est issu du lat. **cerasĕa*(m), du gr. *kerásion*. Le mot est diffusé dans l’aire centro-méridionale » (*Il nuovo De Mauro* <https://dizionario.internazionale.it/parola/cerasa>).

ne l'est pas. Une étudiante mentionne les « verbes », mais sans donner d'exemples (F, 19, OR, MLC, Q69). Il y a une réponse qui est intéressante, dans la mesure où elle établit une relation entre la prononciation italianisée, par plaisanterie, du français et la ressemblance avec le napolitain :

261. *Perché se legge alcune parole italianizzandole goliardicamente somigliano al napoletano* (F, 18, FII, LM, Q217)

Pour ce qui est des ressemblances phonétiques, il s'agit pour la plupart de références génériques à des prononciations similaires, à des « sons » proches ou égaux :

262. *Alcuni suoni del dialetto napoletano sono comuni a quelli francesi* (F, 18, FII, LCLME, Q3)

263. *Nel dialetto napoletano sono presenti più pronunce simili a quelle francesi* (F, ND, FII, LCLME, Q29)

264. *Ci sono determinati suoni della lingua francese che sono simili o uguali al dialetto napoletano* (F, 19, FII, LCLME, Q162)

265. *Perché napoletano e francese sono due lingue che si somigliano molto nella pronuncia* (F, 20, OR, LLCEA, Q39)

266. *Ci sono molte affinità di suono* (F, 19, FII, LM, Q218)

267. *Perché la fonetica napoletana somiglia un po' a quella francese* (H, 19, PT, MII, Q244)

268. *Il dialetto napoletano ha dei suoni simili a quelli della lingua francese* (F, 19, SOB, LCM, Q258)

269. *Perché i napoletani hanno un dialetto che ha subito forti influenze dalla lingua francese* (F, 24, FII, LCLME, Q153)

Certaines réponses portent sur des aspects phonétiques précis, notamment la présence du *schwa* ([ə]), voyelle atone, indistincte, que le napolitain partage avec le français:

270. *Per l'accento* (F, 19, OR, MLC, Q132)

271. *Perché il napoletano è ricco di "schwa"* (F, 19, OR, LLCEA, Q34)

Dans un cas, c'est la vitesse d'élocution qui est prise en compte :

272. *Perché un parlante napoletano parla in modo veloce e sciolto un po' come il francese* (F, 19, OR, MLC, Q36)

Jusqu'ici il a été question, indistinctement, de ressemblances avec le français et d'emprunts au français. Toutefois, tous les cas de similarités lexicales entre les deux langues ne sont pas des emprunts directs au français. En effet, la ville de Naples ayant connu plusieurs dominations, le napolitain renferme des mots français qui sont des emprunts de superstrat¹⁰⁵ aussi bien que des emprunts non directs, auxquels s'ajoutent les emprunts à d'autres langues (dont l'espagnol notamment). C'est pourquoi il n'est guère facile d'identifier les voies d'introduction des mots français en napolitain (Mignone, Marinucci 2005 : 6) et d'isoler les emprunts directs des emprunts non directs¹⁰⁶. Cette allusion aux emprunts du napolitain au français résulte de certaines réponses qui renvoient non seulement à des ressemblances entre les deux langues, mais plus précisément aux mots « dérivés » du français :

273. *Magari se il parlante ha un livello di cultura medio-alto potrebbe riconoscere alcuni termini del proprio dialetto come derivanti dal francese e quindi associarli con quelli della lingua attuale* (F, 24, FII, LLME, Q183)

274. *In napoletano ci sono molte parole che derivano dal francese* (F, 27, FII, LLME, Q205)

275. *Alcuni termini del dialetto napoletano sono di origine francese* (H, 20, OR, LCC, Q48)

276. *Perché esistono molti termini napoletani che sono di origine francese* (F, 19, OR, LCC, Q58)

277. *Ci sono molte parole del dialetto napoletano che derivano dalla lingua francese a causa della dominazione* (F, 20, PT, MII, Q251)

Dans une autre catégorie, il est fait référence aux facteurs externes – les dominations françaises, notamment celle des Angevins – qui ont déterminé le contact linguistique et culturel entre les deux langues :

¹⁰⁵ Lorsque la langue du conquérant (les Français en l'occurrence) influence la langue autochtone d'un territoire (le napolitain dans notre cas), sans pour autant l'emporter, les éléments que celle-ci lui emprunte constituent le « superstrat » (Thibault 2010 : 12).

¹⁰⁶ Les emprunts directs sont les mots français attestés en napolitain mais pas en italien ou dont la date d'attestation en napolitain est précédente à l'entrée du mot en italien. Ils peuvent être divisés en deux groupes, selon l'époque de leur acquisition : les emprunts anciens (provenant du normand, du provençal, etc.) remontent à la période des dominations normande (1136-1189) et angevine (1266-1442), tandis que les emprunts récents sont passés en napolitain pendant la décennie française (1806-1815) (Mignone, Marinucci 2005 : 7). Par exemple, les mots napolitains *bisciù* (it. 'gioiello'; fig. 'p[er]sona o cosa molto bella e graziosa' < fr. *bijou*, mot emprunté au breton *bizou* 'anneau pour le doigt (*biz*)') et *abbagiur* (it. 'abat-jour') constituent respectivement un emprunt direct et indirect (Mignone, Marinucci 2005).

278. *Perché con le varie occupazioni a Napoli da parte di francesi, spagnoli ecc. sono molte le parole che sono rimaste nel nostro lessico, anche se trasformate* (F, 19, FII, LCLME, Q6)
279. *Napoli è una città che è stata sotto il dominio francese molto a lungo in passato e si sente questa presenza nel nostro dialetto* (F, 20, LCLME, Q154)
280. *Forse per la dominazione francese nel regno di Napoli* (F, 19, OR, MLC, Q55)
281. *Per un motivo di “vicinanza” nel corso della storia, molte strutture morfologiche e fonologiche nel ‘700 furono adottate nel napoletano* (F, 19, OR, LCC, Q59)
282. *Perché ci sono molti legami tra il francese e il napoletano a causa delle dominazioni francesi a Napoli* (F, 22, FII, LM, Q216)
283. *La lingua napoletana è intrisa di storia di tante culture, tra cui quella francese* (F, 20, PT, MII, Q238)
284. *A causa della dominazione angioina, che ha sicuramente influenzato il dialetto napoletano* (F, 26, SOB, LCM, Q268)
285. *Per la dominazione francese a Napoli e per l’assonanza di alcune parole* (H, 47, LV, SP, Q288)

Toutefois, si pour la plupart des enquêtés la connaissance de la langue napolitaine permettrait une meilleure compétence de la langue française, d’autres affirment, en revanche, qu’elle constituerait un désavantage à cause de l’accent napolitain « trop marqué » (ex. 288-290), « qui a peu de valeur » (ex. 292). Plutôt que sur les ressemblances, on insiste sur les différences entre les deux langues. En napolitain, on « prononce trop les consonnes », ce qui peut s’interpréter également comme une référence à la présence de consonnes géminées (quasi absentes en français). En outre, le napolitain ne possède pas certains « sons » du français qu’on retrouve, par exemple, dans les parlars du Nord, ce qui peut être le cas de la voyelle [y], orthographiée *u* :

286. *In napoletano vengono pronunciate troppo le consonanti* (F, 18, FII, LCLME, Q22)
287. *Perché al Nord hanno dei suoni che in francese hanno ma i napoletani non possiedono* (F, 19, FII, LCLME, Q159)
288. *Perché i napoletani hanno una cadenza più marcata* (F, 21, FII, LCLME, Q173)
289. *Secondo me in alcune parole l’accento regionale risulta troppo marcato* (F, 19, OR, MLC, Q51)
290. *Un napoletano è caratterizzato da una forte cadenza* (F, 19, OR, LCC, Q80)
291. *L’accento napoletano può influire sulla pronuncia* (F, 19, OR, MLC, Q130)
292. *Cadenza scadente* (M, 29, LV, SP, Q304)

Dans ce dernier groupe de réponses, le rapport entre français et napolitain est conçu en termes de différences et non pas de similarités. Au niveau

représentationnel, cela semble dépendre, essentiellement, de la différence de prestige perçue entre les deux langues. La prononciation et, surtout, l'accent du napolitain et de l'italien régional tendent à se confondre. L'accent napolitain fait l'objet d'une appréciation esthétique à valeur négative : sa caractéristique d'être « marqué » fait pendant à la « sonorité » « douce » et « mélodieuse » de l'accent français. Toutefois, la comparaison entre les deux langues met également en exergue la valeur relationnelle et graduelle de ces qualifications, qui ne sont pas attribuées de manière univoque à l'une ou à l'autre langue. Le jugement évaluatif se fait en fonction des représentations qui leur sont associées et de la manière dont celles-ci interagissent entre elles :

293. *Perché non è detto che il suo accento sia troppo marcato* (F, 19, OR, LCC, Q141)

294. *Siamo abituati alla musicalità dei suoni* (H, 19, FII, LCLME, Q160)

Par rapport à la question envisagée, les réponses uniques sont nettement majoritaires (217, soit 74% contre 36 réponses multiples, soit 12%). Dans les cas de réponses multiples, les similarités phonétiques sont majoritairement évoquées en premier ; les analogies lexicales viennent immédiatement après.

Pour ce qui est de la relation avec l'origine des enquêté-e-s, les raisons qui expliqueraient l'éventuelle meilleure maîtrise du français chez les Napolitain-e-s se rapportent majoritairement à l'échantillon napolitain :

CATEGORIES	Naples		Hors Naples	
<i>Oui, en raison des similarités lexicales</i>	27%	17	22%	52
<i>Oui, en raison des similitudes phonétiques</i>	27%	17	19%	44
<i>Oui, pour des raisons historiques</i>	24%	15	14%	33
<i>Oui, car des mots napolitains sont issus du français</i>	11%	7	6%	13
<i>Oui s'il s'engage à fond dans l'étude du français</i>	3%	2	6%	15
<i>Non, car n'importe qui peut le faire</i>	8%	5	10%	24
<i>Non, à cause de la phonétique du napolitain</i>	8%	5	10%	24
<i>Autre</i>	5%	3	7%	16
<i>Je ne sais pas</i>	2%	1	1%	2
<i>Aucune réponse</i>	10%	6	15%	36
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	62	100%	233

Tab. 41 – Explications de la présupposée pire/meilleure maîtrise du français des locuteur-trice-s napolitain-e-s : étudiant-e-s napolitain-e-s vs étudiant-e-s non napolitain-e-s

La même tendance s'observe dans le groupe des étudiant-e-s en Langues étrangères, sauf que pour les raisons historiques qui sont mentionnées surtout par les étudiant-e-s des autres filières. Ces dernier-ère-s évoquent le moins fréquemment la présence en napolitain de mots d'origine française :

CATEGORIES	Langues étrangères		Autres filières	
<i>Oui, en raison des similarités lexicales</i>	24%	53	23%	16
<i>Oui, en raison des similitudes phonétiques</i>	23%	51	14%	10
<i>Oui, pour des raisons historiques</i>	14%	32	23%	16
<i>Oui, grâce aux mots napolitains issus du français</i>	8%	19	1%	1
<i>Non, à cause de la phonétique du napolitain</i>	12%	26	4%	3
<i>Non, n'importe qui peut le faire</i>	11%	25	6%	4
<i>Autre</i>	6%	14	7%	5
<i>Je ne sais pas</i>	1%	3	0%	0
<i>Aucune réponse</i>	11%	25	24%	17
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	224	100%	71

Tab. 42 – Explications de la présupposée pire/meilleure maîtrise du français des locuteur-trice-s napolitain-e-s : filières linguistiques vs filières non linguistiques

Comme le montre le tableau 43, les résultats liés à la variable sexe sont plus diversifiés :

CATEGORIES	F		H		F-NA		H-NA		F-hNA		H-hNA	
<i>Oui, en raison des similarités lexicales</i>	23%	48	23%	16	23%	11	(31%)	4	22%	37	21%	12
<i>Oui, en raison des similitudes phonétiques</i>	23%	49	13%	9	30%	14	(8%)	1	21%	35	14%	8
<i>Oui, pour des raisons historiques</i>	15%	31	21%	15	21%	10	(62%)	8	13%	21	12%	7
<i>Oui, grâce aux mots nap. issus du fr.</i>	8%	16	6%	4	11%	5	(23%)	3	7%	11	2%	1
<i>Non, à cause de la phonétique du nap.</i>	9%	20	3%	2	0%	0	(15%)	2	12%	20	0%	0
<i>Non, n'importe qui peut le faire</i>	10%	21	11%	8	11%	5	0%	0	10%	16	14%	8
<i>Autre</i>	3%	7	11%	8	2%	1	8%	1	4%	6	12%	7
<i>Je ne sais pas</i>	0%	1	3%	2	2%	1	0%	0	0%	0	3%	2
<i>Aucune réponse</i>	13%	27	21%	15	11%	5	(8%)	1	13%	22	24%	14
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	213	100%	71	100%	47	100%	13	100%	166	100%	58

Tab. 43 – Explications de la présupposée pire/meilleure maîtrise du français des locuteur-trice-s napolitain-e-s : étudiantes vs étudiants

On remarque que la phonétique du napolitain est considérée un avantage pour la maîtrise du français par les étudiantes napolitaines et plutôt un désavantage pour les étudiantes non napolitaines. Les étudiants, surtout ceux qui appartiennent au groupe napolitain, évoquent des raisons historiques. Les étudiants non napolitains mentionnent le moins fréquemment les mots d'origine française. Ce même groupe tend également à ne pas répondre à la question posée.

Les données présentées incitent à approfondir la dimension représentationnelle des relations linguistiques et culturelles entre le français et le napolitain. Ces relations peuvent représenter la manifestation la plus significative de la « francophonie latente » napolitaine.

2.5 La langue française : évocations symboliques

2.5.1 Si je dis “langue française”, quelle est la partie du corps à laquelle vous l’associez spontanément ? (D4)

C'est en se dressant, en se tenant debout, que l'*anthropos* se situe dans le monde, avec un haut au-dessus de lui, un bas au-dessous de lui ; être à deux « versants », une face et un dos, et à deux « battants », une droite et une gauche, il crée ses repères spatio-temporels à partir de son être au monde qu'est son corps. [...] son premier instrument de mesure, c'est son propre corps, comme l'attestent dans bon nombre de langues les termes de mesure dérivés du corps [...]. La représentation du monde extérieur se construit à partir du corps, celui-ci jouant le rôle de modèle organisateur polyvalent. Toutes les langues opèrent ce transfert de sens qu'est la métaphore à partir du corps, notre premier signifiant : la bouche du métro, le bras du fleuve, le pied de la montagne [...]. Du monde extérieur à l'homme, [on passe] à l'intérieur, ce qu'il ressent au-dedans de lui, le monde des sentiments, de la psychologie : ici c'est la métonymie qui est à l'œuvre, fondée sur le rapport entre une partie du corps et un sentiment considéré dans la culture comme y étant rattaché (tel le « cœur » en français) (Fédry 2010 : 117-118).

Outre que la composante kinésique (non verbale) de la communication (Abercrombie 1968 : 55), le corps est la source d'une imagerie mentale parmi les plus riches et les plus productives et dont la métaphore est le véhicule privilégié. D'après Lakoff et Johnson (1985 : 13), la métaphore est omniprésente dans notre quotidien, « non seulement dans le langage, mais dans la pensée et dans l'action. Notre système conceptuel ordinaire est de nature fondamentalement métaphorique », en d'autres termes « les processus

de pensée humains [sont] en grande partie métaphoriques » (Lakoff et Johnson 1985 : 16). Ainsi conçue, la métaphore n'est plus uniquement un procédé stylistique fondé sur l'analogie, mais constitue un mécanisme de conceptualisation du monde. En effet, selon la Théorie de la Métaphore Conceptuelle, la métaphore est un outil cognitif et le langage métaphorique n'est que le siège des manifestations de surface de la conceptualisation métaphorique (Lakoff 1993). Plus précisément, la métaphorisation est un processus qui consiste dans la projection d'attributs inhérents à un certain domaine d'expérience, faisant fonction de domaine source, sur un autre domaine, désigné comme domaine cible, qui peut, dès lors, être conceptualisé. Parmi les différents types de métaphores conceptuelles, il suffit ici de mentionner les métaphores structurales qui permettent de structurer un concept abstrait et nouveau à l'aide d'un autre concept déjà bien structuré et connu (Lakoff, Johnson 1985 : 24). C'est le cas, par exemple, de la métaphore « la discussion, c'est la guerre » qui permet de concevoir la discussion (domaine abstrait) comme une guerre (domaine concret), d'où les expressions « l'interlocuteur est un adversaire », « défendre un point de vue », « (contre-)attaquer par un argument », « adopter une stratégie discursive », etc. Différemment des métaphores structurales, les métaphores « d'orientation » (Lakoff, Johnson 1985 : 24, 30-31), s'appuyant sur les orientations spatiales (*dedans-dehors*, *haut-bas*, *devant-derrière*, etc.), organisent les concepts les uns en fonction des autres. Ces métaphores s'élaborent à partir d'expériences concrètes (*fondement expérientiel*) : « les métaphores de spatialisation sont enracinées dans notre expérience culturelle et physique : elles ne sont pas attribuées au hasard. Une métaphore ne peut servir à comprendre un concept qu'en vertu de son fondement dans l'expérience » (Lakoff, Johnson 1985 : 28). Dans bon nombre des métaphores orientationnelles ou spatiales figure l'idée que le mieux (bonheur, santé, vertu, domination, etc.) est en haut et son contraire est en bas, comme l'attestent des expressions telles que *être au sommet de la forme*, *être au septième ciel*, *être aux anges*, *être au sommet de l'échelle*, *prendre le dessus*, etc. vs *tomber malade*, *avoir le moral à zéro*, *être sous le contrôle de quelqu'un*, *se retrouver tout en bas*, etc. Cette typologie de métaphores nous intéresse dans la mesure où le principe énoncé se retrouve également dans les métaphores corporelles, étant donné que les parties supérieures du corps sont porteuses d'une connotation positive, alors que les parties inférieures possèdent une connotation négative, comme le montrent les expressions *être une tête* et *être bête comme ses pieds* (Jamet 1999 : 4).

L'analyse des expressions corporelles en français révèle les représentations mentales liées au corps et à ses parties (Jamet 1999)¹⁰⁷ :

- *corps* → « symbole de puissance vu positivement » (*à bras le corps, corps à corps, etc.*) ;
- *pieds* → « symbole du négatif » (*casser les pieds, avoir un pied dans la tombe, etc.*) ;
- *doigts, mains* et *bras* → « sièges de l'activité », notamment physique (*s'en lécher les doigts, toucher du doigt, mettre la main à la pâte, en venir aux mains, avoir le bras long, recevoir à bras ouverts, etc.*) ;
- *coude* → « borne marquant la proximité » (*être au coude à coude, jouer des coudes, etc.*) ;
- *foie* → « siège du remords » (*se ronger le foie*) ;
- *cœur* → « siège des phénomènes affectifs (émotions, sentiments) » (*avoir le cœur serré, faire quelque chose de bon cœur, etc.*) ;
- *cou* → « extrémité vitale » (*se mettre la corde au cou*) ;
- *menton* → « borne à ne pas dépasser » (*en avoir jusqu'au menton*) ;
- *bouche* → « siège du goût », « siège de la parole » (*en avoir l'eau à la bouche, ouvrir la bouche, etc.*) ;
- *dents* → « siège de l'agression » (*montrer les dents, avoir la dent dure, etc.*) ;
- *langue* → « siège de l'expression » (*ne pas avoir sa langue dans sa poche, une mauvaise langue, etc.*) ;
- *nez* → « siège de la perspicacité » (*avoir le nez fin, se faire mener par le bout du nez, etc.*) ;
- *yeux* → « siège de l'attention, miroir de l'âme » (*jeter un coup d'œil, ne pas avoir froid aux yeux, etc.*) ;
- *tête* → « siège de l'activité psychique, intellectuelle » (*avoir la tête vide/pleine, perdre la tête, etc.*) ;

¹⁰⁷ Signalons que les métaphores corporelles diffèrent selon le type de discours. À titre d'exemple, les traités de psychiatrie prévoient l'idée du corps-contenant (corps-spatialité → *se perdre dans le corps, corps-architectonique* → *mon corps est une prison, etc.*). Le domaine psychanalytique contient essentiellement des métaphores liées à certaines parties du corps, telles que les organes génitaux, la bouche, l'anus, etc. Les ouvrages littéraires offrent, en revanche, des métaphores portant sur plusieurs organes et substances corporelles (le cœur, les yeux, les seins, le visage, la tête, la langue, etc.) (Santarpia, Blanchet, Venturini, Cavallo, Raynaud 2006).

- les *cheveux* → « limite à ne pas franchir » (*faire dresser les cheveux, s'arracher les cheveux, etc.*).

Le tableau 12 synthétise les associations que les étudiant-e-s universitaires napolitain-e-s ont établies entre les parties du corps et la langue française. On remarque facilement que leurs choix se sont concentrés autour d'un nombre très réduit de parties du corps :

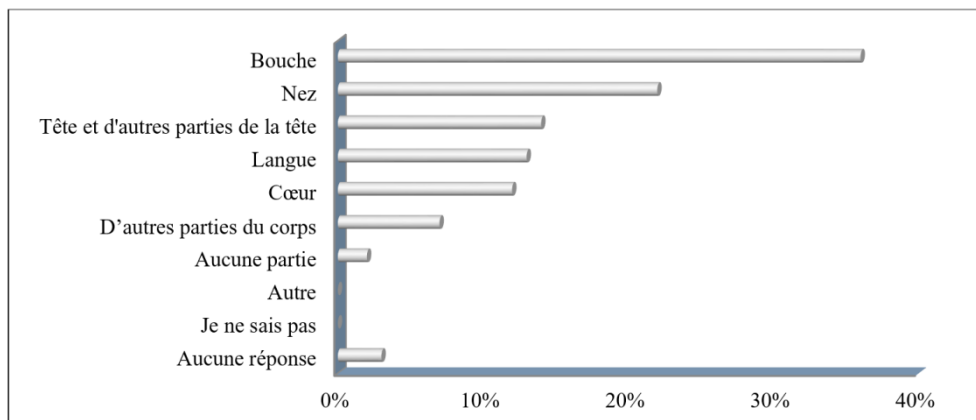


Fig. 12 – Parties du corps associées au français

Les données représentées ci-dessus¹⁰⁸ dévoilent sans aucun doute une vision positive du français, du fait de la présence massive du choix des parties supérieures du corps (il n'existe que deux associations avec le « petit orteil »). La fréquence considérable de l'item « bouche », auquel s'ajoute l'item « langue »¹⁰⁹, révèle également que le français est, pour les enquêté-e-s, avant tout un moyen d'expression. De plus, l'association avec le « nez » n'a rien à voir avec l'idée de perspicacité, mais elle très probablement reliée aux voyelles nasales du français, parfois à l'arrogance des Français ou au

¹⁰⁸ Il faut ajouter 8 cas de non réponse (3%), 2 réponses du type « je ne sais pas » et 1 occurrence de la réponse « aucune partie du corps ».

¹⁰⁹ La gastronomie, on le sait, est parmi les aspects culturels de la France les plus appréciés. Notre échantillon n'échappe pas à cette tendance. Toutefois, si l'on ne peut pas exclure du tout l'importance que la cuisine française a dans le système représentationnel de la France et des Français, il nous semble plutôt improbable que le nombre élevé de l'association entre la langue française et la bouche puisse s'interpréter majoritairement comme le renvoi à une activité de dégustation de spécialités françaises.

trait physique du nez retroussé qui leur est attribué, comme l'expliquent certain-e-s des étudiant-e-s qui l'ont réalisée¹¹⁰. En effet, le cas de la réponse « nez » montre que, lorsque le français a le statut d'une langue étrangère, dont la compétence s'est développée (quasi) exclusivement en situation d'apprentissage guidé, les valeurs représentationnelles des parties du corps recensées par Jamet ne peuvent pas y être transférées telles quelles. La portée des associations obtenues doit s'évaluer en tenant compte également des stéréotypes attachés à la langue. D'autres associations, rassemblées sous les étiquettes « d'autres parties de la tête/du corps » en raison de leur occurrence très faible, voire rare, confirment cette observation. À titre d'exemple, à propos du choix des « mains » (12 occurrences, soit 4%), du « visage » (7 occurrence, soit 2%), de la « moustache » (2 occurrences), de la « barbe » (1 occurrence), du « tour de taille » (1 occurrence) et de l'« aisselle » (1 occurrence), on trouve les précisions suivantes :

295. *mani delicate* (H, 42, LV, SP, Q285)

296. *mani (mani con dita lunghe e affusolate mi ricordano la delicatezza del francese)* (F, 21, OR, LCC, Q53)

297. *mani per la sua eleganza* (F, ND, OR, LLCEA, Q57)

298. *al volto, ai lineamenti di una donna parigina* (H, 19, OR, LCC, Q82)

299. *la vita del corpo, cioè secondo me "lingua francese" è molto elegante e raffinata come la lingua* (F, 19, PT, MII, Q232)

300. *ascella (baguette)* (H, 20, FII, LCLME, Q150)

301. *i baffi alla francese* (F, 19, PT, MII, Q237)

Même l'association susceptible d'impliquer le corps tout entier évoque l'idée d'élégance :

302. *più che alle parti del corpo al portamento, all'eleganza, allo stile* (H, 47, LV, SP, Q288)

¹¹⁰ Le questionnaire ne requérait pas d'expliquer la réponse fournie, mais certain-e-s étudiant-e-s ont spontanément indiqué la raison de leur choix. Ce comportement apparaît surtout en relation aux associations en général moins fréquentes ou tout à fait sporadiques. En effet, il existe des associations qui ont engendré dans les répondant-e-s l'exigence de donner une motivation probablement du fait même qu'elles étaient ressenties comme un choix insolite. En revanche, personne n'a expliqué l'association avec « bouche » ou avec « langue ».

D'autres associations individuelles sont: la « barbe », les « cheveux », les « lèvres », l'« oreille », les « épaules », la « gorge », le « cou » et la « peau » ; s'ajoutent 2 occurrences de « jambes ».

La réponse « tête » (13 occurrences, soit 4%), qui apparaît aussi sous les formes « cervello » ('cerveau') et « mente » ('esprit'), doit évidemment être ramenée à l'activité cognitive et intellectuelle qu'est l'apprentissage/acquisition d'une langue. Un étudiant précise:

303. *Cervello perché occorre ragionare in francese* (H, 24, FII, LLME, Q210)

Parmi les parties de la tête, l'*item* « yeux » a également une fréquence très faible (12 occurrences, soit 4%). La sporadicité des associations avec des parties du corps comme la tête, les oreilles, les yeux, les bras et les mains nous amène à réfléchir aussi sur l'image que les étudiant-e-s ont du processus d'apprentissage du français, voire d'une quelconque langue étrangère. Ce n'est que l'acte locutoire, représenté par le duo associatif bouche-langue, qui est mis en avant, tandis que l'écoute (les « oreilles »), le regard ou l'observation (les « yeux ») ou encore la gestualité (les « bras » et les « mains ») et la mimique expressive (le « visage ») n'entrent en jeu que de façon très marginale. Les ressources multimodales – gestuelles, visuelles, faciales, corporelles (Mondada 2008 : 130-131) – intervenant dans la conversation ou « discours dans l'interaction » (Fornel et Léon 2000 : 144) apparaissent comme les grands absents de la représentation que notre échantillon se fait des procédés de développement de la compétence dans cette langue. Il semble que la situation d'interaction entre et/ou avec les locuteur-trice-s natif-ve-s ne constitue pas un élément saillant au niveau représentationnel, ni à l'égard des modalités de communication en français, ni à l'égard de son processus d'apprentissage. Les associations réalisées par les étudiant-e-s donnent l'impression que le rapport au français implique une idée de la communication en cette langue comme d'une activité essentiellement individuelle plutôt qu'interactionnelle¹¹¹. La prévalence du choix de la « bouche » par rapport à celui de la « tête » constitue également l'indice d'une conception de l'apprentissage du français centrée sur la

¹¹¹ Le texte associatif entre une langue et les parties du corps a été également proposé à un groupe de quatorze Africains subsahariens ayant appris l'italien en contexte guidé et/ou non-guidé. On remarque que l'association avec la « langue » n'est aucunement majoritaire par rapport aux associations avec le « cerveau », les « yeux », les « oreilles », les « mains », les « gestes » (Puolato 2020 : 335).

fonction exécutive de la verbalisation et quasiment pas sur le processus cognitif qui la sous-tend. Il se dégage donc une tendance nette à concevoir l'apprentissage de la langue étrangère uniquement comme pratique langagière et non pas en termes d'effort cognitif. Cela peut s'interpréter comme une conséquence du rôle que remplissent les examens, en l'occurrence ceux de langue, basés sur l'évaluation des compétences acquises en réception et en production. Les étudiant-e-s portent donc leur attention surtout sur les résultats du processus d'apprentissage et font abstraction de l'importance des stratégies d'(auto)apprentissage d'une langue.

Pour ce qui est de l'association avec le « cœur », elle ne peut pas non plus être interprétée uniquement comme la manifestation de la dimension affective du rapport à la langue, et cela en raison des commentaires suivants :

304. *al cuore per il suo charme e la musicalità dei suoi suoni* (F, 19, FII, LCLME, Q10)

305. *l'associao al cuore perché è la lingua dell'amore = amor cortese* (F, 19, OR, MLC, Q103)

306. *al cuore per il romanticismo e l'eleganza insita in essa* (F, 18, FII, LCLME, Q190)

307. *al cuore - trovo sia una lingua romantica* (F, 48, LV, SP, Q286)

Force est de constater, une fois de plus, l'influence des stéréotypes sur le rapport que les étudiant-e-s napolitain-e-s entretiennent avec le français. Une seule étudiante répond « al mio cuore » ('à mon cœur') (F, 19, OR, MLC, Q81), et non pas simplement « al cuore » ('au cœur'). Dans ce cas, la présence de l'adjectif possessif est une marque de subjectivité qui permet d'analyser clairement l'association dont il est question comme l'expression d'un lien affectif avec le français.

En définitive, les résultats du test d'association libre visant à faire émerger, à travers les valeurs connotatives liées aux parties du corps, d'éventuels contenus latents de la représentation du français, permettent de tirer la conclusion suivante : les participant-e-s à l'enquête ont une image nettement positive de la langue française, mais qui se définit essentiellement en relation au contexte d'apprentissage guidé et qui est largement conditionnée par des idées stéréotypées.

On ajoute que le test associatif entre la français et le corps a produit très peu d'associations multiples (26 sur 295, soit 9%). Parmi ces cas, les associations avec le « nez » et la « bouche » viennent en premier

(respectivement 11 et 10, soit 42% et 38%), tandis que « bouche », « cœur »/« langue » constituent le deuxième choix.

Comme le montre le tableau ci-dessous, le classement des catégories selon le lieu de résidence de la population considérée ne produit pas des écarts significatifs entre les groupes napolitain et non napolitain, sauf une faible prévalence des induits associatifs « Langue » et « D'autres parties de la tête » respectivement chez les napolitain-e-s et les non napolitain-e-s :

Catégories	Naples		Host Naples	
	%	N	%	N
Bouche	39%	24	35%	82
Nez	24%	15	22%	51
D'autres parties de la tête	11%	7	15%	35
Langue	15%	9	12%	29
Cœur	11%	7	12%	29
D'autres parties du corps	8%	5	7%	16
Aucune partie	2%	1	0%	1
Autre	0%	0	0%	1
Je ne sais pas	0%	0	0%	1
Aucune réponse	2%	1	3%	6
Nbre d'étudiant-e-s	100%	62	100%	233

Tab. 44 – Parties du corps associées au français : Napolitain-e-s vs non Napolitain-e-s

La différenciation des données obtenues selon les filières universitaires produit des résultats plus variés :

CATEGORIES	Langues étrangères		Autres filières	
	%	N	%	N
Bouche	34%	76	42%	30
Nez	26%	59	10%	7
D'autres parties de la tête	13%	29	18%	13
Langue	14%	31	10%	7
Cœur	13%	29	10%	7
D'autres parties du corps	6%	14	10%	7
Aucune partie	0%	1	1%	1
Autre	0%	0	1%	1
Je ne sais pas	0%	0	1%	1
Aucune réponse	3%	7	1%	1
Nbre d'étudiant-e-s	100%	224	100%	71

Tab. 45 – Parties du corps associées au français : filières linguistiques vs filières non linguistiques

Le tableau ci-dessus montre que les deux groupes s'opposent surtout par rapport à l'évocation du « nez », sensiblement moins fréquente chez les étudiant-e-s des filières non linguistiques. Ces dernier-ère-s sembleraient moins concerné-e-s par le stéréotype de l'arrogance des Français ou, plus probablement, par une préoccupation pour les difficultés de prononciation du français, notamment des voyelles nasales. Ce même groupe à également fait moins fréquemment l'association avec le « cœur », ce qui peut s'interpréter comme la manifestation d'une attitude plus distanciée à l'égard de la langue et/ou également moins influencée par le stéréotype selon lequel le français est « langue de l'amour ». En outre, il se caractérise par la fréquence élevée de l'induit « bouche ». Les étudiant-e-s en Langues étrangères et ceux-celles des autres filières affichent deux comportements opposés : les uns ont tendance à ne choisir que très rarement des parties du corps autres que celles indiquées par la plupart des répondant-e-s, les autres préfèrent le plus souvent des parties de la tête autres que celles indiquées par la plupart des répondant-e-s.

Si le français est pour les étudiant-e-s interrogé-e-s avant tout, voire inévitablement, un instrument de communication, cette caractérisation prime parmi les étudiant-e-s des filières autres que linguistiques, tandis que la phonétique attire l'attention surtout des étudiant-e-s en Langues étrangères. Ce groupe manifeste également le plus d'affectivité à l'égard du français, même s'il s'agit d'un sentiment quelque peu « filtré » par la présence de l'association stéréotypée entre le français et l'amour ou le romantisme. Les étudiant-e-s des filières non linguistiques semblent centrer leur image du français sur la partie antérieure de la tête (« visage » et « yeux »), comme pour manifester un désir de connaissance de l'objet d'évaluation.

Cette observation peut être mise en relation avec les résultats qui découlent de la distribution des réponses selon le sexe :

CATEGORIES	F		H		F-NA		H-NA		F-hNA		H-hNA	
<i>Bouche</i>	41%	88	21%	15	49%	23	0%	0	39%	65	26%	15
<i>Nez</i>	24%	52	15%	11	23%	11	(23%)	3	25%	41	14%	8
<i>D'autres parties de la tête</i>	11%	24	25%	18	6%	3	(31%)	4	13%	21	24%	14
<i>Langue</i>	13%	27	10%	7	15%	7	(15%)	2	12%	20	9%	5
<i>Cœur</i>	11%	24	10%	7	9%	4	(23%)	3	12%	20	7%	4
<i>D'autres parties du corps</i>	6%	13	10%	7	11%	5	0%	0	5%	8	12%	7
<i>Aucune partie</i>	0%	0	3%	2	0%	0	(8%)	1	0%	0	2%	1
<i>Autre</i>	0%	0	1%	1	0%	0	0%	0	0%	0	2%	1
<i>Je ne sais pas</i>	0%	1	0%	0	0%	0	0%	0	1%	1	0%	0
<i>Aucune réponse</i>	2%	4	4%	3	0%	0	(8%)	1	2%	4	3%	2
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100	21	100	21	100	21	100%	13	100	16	100	21
	%	3	%	71	%	47			%	6	%	58

Tab. 46 – Parties du corps associées au français : étudiantes vs étudiants

Les étudiantes se montrent plus attachées au français en tant qu'instrument de communication/expression et à sa prononciation, tandis que les étudiants tendent à orienter leurs associations sur les différentes parties de la tête et du corps. Étant donné que les premières coïncident le plus souvent avec le visage et les yeux, on ne peut pas exclure que ces réponses évoquent également l'image de la femme française, icône de féminité et d'élégance.

2.5.2 Si je dis "langue française", à quel verbe / substantif / adjectif / objet / personne ou personnage l'associez-vous ? (D9)

Composante essentielle de la compétence de communication¹¹² (le but ultime de tout parcours d'acquisition/apprentissage), la « compétence

¹¹² La paternité du concept revient à Hymes (1984 : 125), selon lequel la compétence de communication englobe la compétence linguistique (connaissance des règles grammaticales d'un système linguistique) et la compétence sociolinguistique (connaissance des règles d'usage du langage). Parmi les multiples définitions auxquelles cette notion a donné lieu, celle de Gohard-Radenkovic (2004 : 97) nous intéresse dans la mesure où elle est centrée sur les contextes multiculturels et d'apprentissage : « Un ensemble de compétences de survie et d'orientation de nos apprenants dans la culture cible, englobant l'apprentissage de la langue dans une démarche systémique, en sélectionnant et en organisant un certain nombre de connaissances actives réinvestissables et de stratégies fondamentales qui devront s'avérer opérationnelles et transférables dans n'importe quel contexte culturel ». Nos étudiant-e-s ne vivent pas dans la communauté française, mais ils/elles s'efforcent de mettre

ethnosocioculturelle » (désormais CESC), définie par Boyer (2003 : 24) comme « un *ensemble composite de traits constitutifs de l'imaginaire collectif* » (soulignement de l'auteur), demeure difficilement saisissable à travers l'enseignement, « n'étant par nature accessible qu'au travers de connivences (implicites) fondamentalement endogènes ». En effet, la CESC se compose « d'images, de valeurs, d'attitudes concernant le réel communautaire (et qui sont autant d'éléments d'auto-identification pour la communauté [...]) »¹¹³ et doit être distinguée des concepts de « civilisation » et « culture », avec lesquels elle est généralement confondue. Ces derniers constituent, au contraire, la *compétence référentielle* (ou « encyclopédique »), c'est-à-dire « l'ensemble des savoirs objectifs, plus ou moins complets, disponibles sur ce réel communautaire » (territoire, population, institutions politiques, patrimoine artistique, etc.). Il va de soi que la CESC se compose d'éléments relevant des RS. Boyer distingue quatre niveaux de configuration de la CESC qui « s'articulent [...] selon une échelle qui va du plus stable au plus éphémère, du plus consensuel au plus clivé et en fin de compte de *l'identité aux identités* » (Boyer 2003 : 29) :

1. traits participant de l'imaginaire « patrimonial » qui inclut les représentations « stables de la *francité* » (Boyer 2003 : 26) : personnages « célèbres » (Jeanne d'Arc, Louis XIV, Napoléon 1^{er}), « grands » événements (la Guerre de Cent Ans, la prise de la Bastille, etc.), les « grandes » dates (par ex. celle de 1789), les « lieux de la mémoire » (Versailles, la Côte d'Azur, etc.), les mots et les phrases célèbres (« l'État c'est moi », « Paris vaut bien une messe », etc.), les « grandes » œuvres (*La Chanson de Roland*, *Les Fables* de la Fontaine, etc.) et les « grands » auteurs (Molière, Voltaire, Hugo, etc.) ;
2. « traits d'identité collective, emblématisés » : il peut s'agir de groupes de mots ou de slogans (« Liberté, Égalité, Fraternité », « La France aux Français », etc.), de « mots-témoins » (« collaboration », « contestation ») et, en général, de « Mots à Charge Culturelle Partagée »

en œuvre leurs stratégies communicatives pour interagir avec des enseignant-e-s francophones natif-ve-s, avec des erasmusien-ne-s français-e-s qui étudient dans les universités campaniennes et ils/elles bénéficient à leur tour de bourses Erasmus pour étudier en France, ce qui représente, pour eux/elles, une expérience d'immersion totale dans la société française.

¹¹³ Cela justifie l'appellation de compétence *ethnosocioculturelle*.

- (Galisson 1987, 1998)¹¹⁴ (« poisson », « hexagone », « foulard », etc.), de personnages mythiques (Édith Piaf, Brigitte Bardot, etc.), de certaines dates (89, 68, etc.), mais également de certains monuments (Les Châteaux de la Loire, Le Centre Pompidou, etc.), de biens de consommation (la 2 CV, pour ne donner qu'un exemple), de produits gastronomiques (le champagne, la baguette de pain, etc.) et culturels populaires (par exemple, la chanson « Douce France ») ;
3. traits représentationnels concernant le « vécu communautaire » (travail, famille, argent, corps, mort, alimentation, immigrés, relations intergroupes) ;
 4. traits se rapportant à « l'imaginaire contemporain » : celui-ci témoigne des « valeurs auxquelles adhère (ou proclame adhérer) une société, son atmosphère idéologique, ses obsessions, ses peurs, ses rêves, ses engouements.... collectifs » (Boyer 2003 : 29).

Les exemples qu'on vient de mentionner¹¹⁵ constituent un répertoire d'emblèmes ou symboles¹¹⁶ de la « francité ». Il peut arriver que, par un processus de « fusions emblématiques » (2003 : 27), un même emblème possède de multiples significations, comme dans le cas de Brigitte Bardot qui symbolise en même temps une certaine image de la « féminité », l'émancipation des femmes et la liberté sexuelle.

¹¹⁴ Dans la perspective lexiculturelle, ces mots « expriment certaines valeurs de la société, qui forment la trame d'un vécu que les autochtones ne songent généralement pas à remettre en cause, ni même à interroger » (Galisson 1998 : 7). En d'autres termes, la charge culturelle d'un mot est « la quantité de culture, c'est-à-dire d'éléments culturels propres à une certaine civilisation, à un certain pays, à une certaine région, que véhicule ce mot et qui fait que ce mot n'est pas immédiatement transparent pour un locuteur/auditeur ne connaissant pas cette culture » (Van Baardewijk-Rességuier 1993 : 29). La notion de Charge Culturelle Partagée s'apparente à celle de « culturème » : « atomes de culture dont l'agrégation aléatoire contribue à former la culture [...], les culturèmes sont les contenus latents plus que des messages définis et sont donc susceptibles dans l'esprit de chaque récepteur, de transformation avant répétition, en fonction d'une structure de pensée de chacun de ceux-ci » (Moles 1967 : 154). Pour approfondissements sur l'évolution du concept, voir Lungu-Badea (2009).

¹¹⁵ Ils sont tous tirés de Boyer (2003 : 26-29).

¹¹⁶ Boyer (2003 : 25) définit l'« emblème » comme « une modalité représentationnelle (constitutive de la CESC) minimale, avec un champ d'investissement figuratif très limité et univoque [...] ».

Quant aux représentations interculturelles ou hétéro-représentations, Boyer (2003 : 35-36) suggère six champs représentationnels qu'il classe selon un ordre allant du plus figé au moins figé :

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

Dans le but de mieux saisir le champ représentationnel de la langue française chez la population investiguée, le questionnaire prévoyait une série de tests d'association libre de mots susceptibles d'en faire émerger les aspects, plus ou moins, cognitifs, affectifs ou symboliques qui le caractérisent. Les mots-stimulus (verbes, substantifs, adjectifs, objets et personnages) visent à couvrir autant que possible les différents traits de la représentation.

En ce qui concerne le premier mot-stimulus, c'est-à-dire les « verbes », la figure 13 montre que les réponses associatives peuvent être regroupées essentiellement en trois groupes correspondant, en ordre de taille décroissante, aux verbes psychologiques, aux verbes d'activité et aux verbes de mouvement¹¹⁷ :

¹¹⁷ Selon leur construction syntaxique, certains verbes peuvent appartenir à plusieurs classes (par exemple, *s'amuser* est un verbe de communication dans la phrase *on s'amuse de lui* → sens : « se moquer de, rire de » et un verbe psychologique dans la phrase *on s'amuse avec des riens* → sens : « égayer, divertir »). Dans la classification des réponses associatives dont il est question ici, nous ne tenons compte que des classements génériques : un verbe comme *s'amuser* est donc considéré uniquement comme un verbe psychologique.

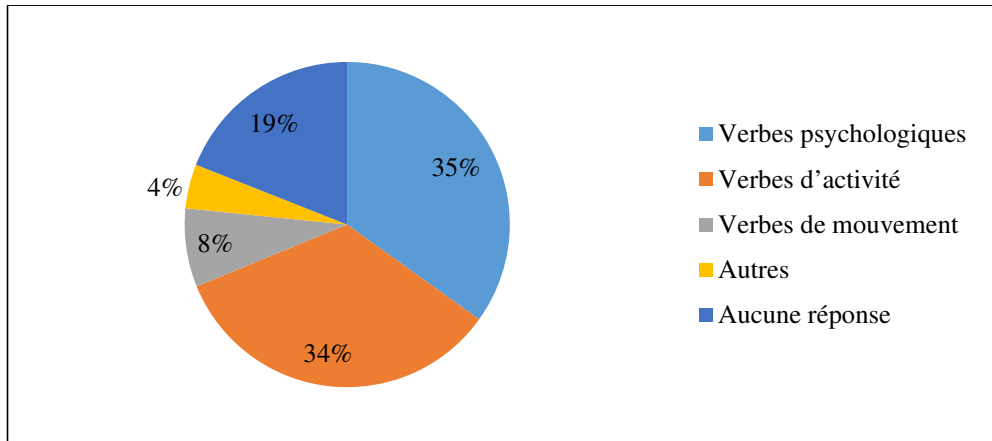


Fig. 13 – Verbes associés à la langue française

En italien, ainsi qu'en français, les verbes psychologiques désignent différentes sortes d'activités mentales (perception, sensation, émotion, etc.)¹¹⁸. Parmi les verbes qui appartiennent à ce groupe (102 *items* au total), *amare/aimer*¹¹⁹ est celui qui a été le plus fréquemment proposé par nos répondant-e-s. Plusieurs autres verbes ne sont mentionnés que de façon sporadique : *adorer* (4 occ.), *conoscere/connâître*, *incantare/enchanter*, *emozionare/émouvoir* (2 occ.). Les verbes *appassionarsi* ('se passionner'), *deliziare* ('ravir'), *dilettare* ('délécter'), *espérer*, *gioire* ('jouir'), *goûter*, *impressionare* ('impressionner'), *innamorarsi* ('tomber amoureux'), *rallegrare* ('réjouir'), *s'amuser*, *savoir* et *vouloir* n'apparaissent qu'une seule fois. Nombre de ces verbes sont (quasi)synonymes et appartiennent au champ lexical du verbe « aimer ».

¹¹⁸ À partir de la corrélation entre structure syntaxique et rôle thématique (Sujet d'Expérience ou *Experiercer*), on distingue traditionnellement trois classes de verbes psychologiques : les verbes avec le sujet qui ressent un sentiment (*aimer*, *craindre*, *amare*, *temere*, etc. ; ex. *Sophie aime la musique/Luc, Sofia ama la musica/Luca*), les verbes avec le complément d'objet direct humain qui ressent un sentiment (*amuser*, *préoccuper*, *divertire*, *preoccupare* ; ex. *le spectacle amuse le public, lo spettacolo diverte il pubblico*) et les verbes avec le complément d'objet indirect humain qui ressent un sentiment (*plaire*, *déplaire*, *piacere*, *dispiacere* ; ex. *le spectacle plaît au public, lo spettacolo piace al pubblico*) (Cennamo 2011 ; Dubois, Dubois-Charlier 2013).

¹¹⁹ Les enquêté-e-s ont fourni des verbes aussi bien en italien qu'en français. C'est pourquoi les formes en français ne constituent pas une traduction. Lorsqu'il s'agit d'une traduction de notre part, le mot français est mis entre guillemets simples. Il en va de même pour les associations successives.

Quant aux verbes d'activité¹²⁰ (98 items au total), *parlare/parler* est celui qui vient le plus fréquemment à l'esprit de nos étudiant-e-s, suivi par *mangiare/manger* et *cantare/chanter*. Les autres verbes mentionnés (entre 5 et 2 occurrences) sont les suivants : *pensare/penser*, *baciare* ('embrasser'), *comunicare/communiquer*, *giocare/jouer*, *scrivere/écrire* et *visitare/visiter*. D'autres verbes constituent des occurrences uniques : *interagire* ('interagir'), *dialogare* ('dialoguer'), *raccontare* ('raconter'), *precisare* ('préciser'), *chiacchierare* ('bavarder'), *studiare* ('étudier'), *riflettere* ('réfléchir'), *apprendere*, *lire*, *riguardare* ('concerner'), *prendere*, *essayer*, *piangere* ('pleurer'), *perdere*, *jeter*, *toucher*, *sorridere* ('sourire'), *choisir*, *vestire* ('s'habiller'), *découvrir*. On remarque facilement que la plupart de ces verbes sont des verbes de communication ou qui impliquent des activités d'apprentissage (de la langue) ou qui se rapportent à l'amour, à la mode, à la gastronomie, à l'écoute d'une mélodie, aux voyages. *Pleurer* et *perdre* sont les seuls verbes qui peuvent avoir une valeur négative.

Pour ce qui est des verbes de mouvement¹²¹ (23 items au total), *viaggiare/voyager* et *ballare/danser* forment presque la moitié des occurrences de ce groupe. Les autres verbes cités (de trois occurrence à une seule occurrence) sont : *aller*, *partir*, *sortir*, *camminare* ('marcher'), *volare/voler*, *sfilare* ('défiler'). On voit réapparaître des items appartenant aux champs sémantiques du voyage et de la mode. Le verbe *ballare/danser*, de son côté, est un verbe très connu dans sa forme française et peut renvoyer à la danse classique. On sait que la France a joué un rôle de premier plan dans l'histoire de cette discipline. En outre, la terminologie de la danse classique est riche en emprunts au français¹²². 56 étudiant-e-s n'ont fait aucune association.

L'association entre la langue française et un adjectif donne les résultats représentés dans la figure 14 :

¹²⁰ Ces verbes désignent des événements autant que des actions. L'actionnalité verbale peut être décrite à l'aide des traits sémantiques de la *dynamicité* (événements dynamiques vs états – propriétés, qualités, situations, etc. : *marcher/camminare* vs *ressembler/somigliare*) de la *durativit * (action prolongée vs ponctuelle : *courir/correre* vs *tomber/cadere*) et de la *t licit * (actions ou événements orientés vers un but : *Luc a lu un livre/Luca ha letto un libro*).  videmment, il existe des cas hybrides (Zarcone 2006).

¹²¹ Ils désignent un déplacement dans l'espace et, dans un sens figuré, dans le temporel (Strudsholm 2011).

¹²² Nous renvoyons aux exemples du site <http://www.istitutoitalianoarteedanza.it/i-termini-della-danza-classical/>.

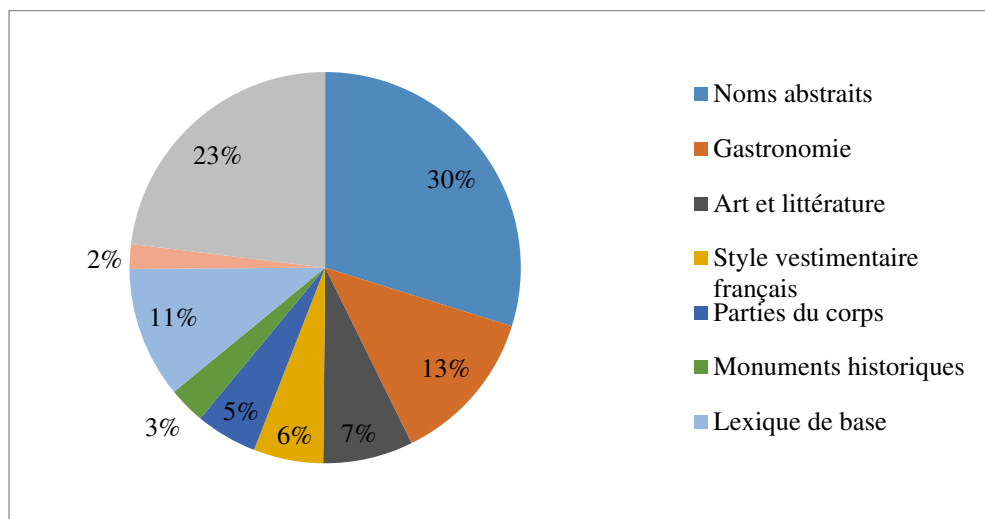


Fig. 14 – Substantifs associés à la langue française

Concernant le mot-stimulus « substantifs », les réponses associatives mettent en jeu surtout des noms abstraits (88 items au total), dont le plus fréquent est *amore/amour* (17 occ.). En général, ils peuvent être regroupés en quatre sous-ensembles thématiques :

- amour et romantisme (*amour/amore*, *bacio* ‘bisou’, *passione* ‘passion’, *relazione* ‘relation’, *plaisir*, *gioia* ‘joie’, *rêve*, *meraviglia* ‘merveille’);
- élégance et beauté (*eleganza/élégance*, *bellezza/beauté*, *armonia* ‘harmonie’, *finezza* ‘finesse’, *delicatezza* ‘délicatesse’, *raffinatezza* ‘raffinement’, *magnificenza* ‘magnificence’, *leggerezza* ‘légèreté’, *dolcezza* ‘douceur’, *freschezza* ‘fraîcheur’);
- symboles de la République française (*libertà* ‘liberté’, *fraternité*, *Rivoluzione* ‘Révolution’, *patriottismo* ‘patriotisme’, *potenza* ‘puissance’);
- culture française (*danza* ‘danse’, *symbolisme*, *influenza* ‘influence’, *esprit*, *chant*).

On peut ajouter l’association avec *viaggio* (‘voyage’) et avec quelques noms divers indiquant des éléments caractériels, relationnels, sentimentaux

(*empatia* ‘empathie’, *gentilezza* ‘gentillesse’, *interazione* ‘interaction’, *divertissement*, *noia* ‘ennui’)¹²³.

Pour ce qui est de la catégorie « Gastronomie » (38 items), c’est l’item *baguette* qui l’emporte (15 occ.). Les autres produits culinaires cités sont : *cornetto/croissant* (7 occ.), *dolcel/gâteau*, *cioccolato/chocolat*, *crêpe*, *vino* ‘vin’, *ratatouille*, *pasticceria* ‘pâtisserie’, *saucisson*, *omelette* et, curieusement, *pizza* (ces mots ont une fréquence d’apparition entre 4 et 1 occ.).

La référence à la *musica* ‘musique’ (9 occ.), et ses synonymes *melodia* ‘mélodie’¹²⁴ et *canzone* ‘chanson’, domine la catégorie « Art et littérature » (22 items) (les occurrences d’autres formes d’art et/ou de littérature vont de trois à un). La littérature est représentée surtout par la *poesia/poésie*, le mot *poème* apparaît également. Les mots *pièce* et *scrittura* ‘écriture’ peuvent évoquer plusieurs genres littéraires. Le « neuvième art », le *fumetto*, fait également son apparition. La *danza* ‘dance’ et la *fotografia* ‘photographie’ sont aussi mentionnées. S’y ajoutent *arte* ‘art’ et *artista* ‘artiste’.

Parmi les 17 items rangés sous l’étiquette « Style vestimentaire français », l’association générique entre le français et la *moda* ‘mode’ (8 occ.) et celle entre le français et le *profumo/parfum* (6 occ.) sont les plus fréquentes ; *seta* ‘soie’, *robe*, *foulard* et *gioiello* ‘bijou’ constituent des occurrences uniques.

Une autre catégorie rassemblant les substantifs associés à la langue française est celle des « Parties du corps » (15 items). Par rapport à la figure 12, le *cuore/cœur* constitue le choix le plus récurrent (7 occ.), tandis que la *lingua / langue* (5 occ.) et *bocca* ‘bouche’ (2 occ.) viennent après.

Pour finir, la catégorie « Monuments historiques » (9 items) contient les mentions de la *Tour Eiffel* (6 occ.) et de la *cattedrale* ‘cathédrale’ (1 occ.).

Le rapport associatif de certains items (32) avec le français, la France ou les Français nous échappe. En effet, il semblerait qu’un certain nombre d’étudiant-e-s n’ont pas fait de véritables associations, mais ils ont simplement proposé un mot français qu’ils connaissaient (*maison*, *crayon*, *garage*, *femme*, *garçon*, *nuit*, *beau-père*, *mer*, *amis*, *ville*, etc.). C’est ce

¹²³ À l’exception de *amore/amour* (7 occ.), *eleganza/élégance* (7 occ.) et *libertà/liberté* (6 occ.), tous les autres noms cités apparaissent de trois à une fois.

¹²⁴ Cet item pourrait, bien sûr, renvoyer à la langue et non pas à la musique. Toutefois, puisque les items obtenus ne permettent pas de créer une catégorie « langue », nous avons relié le mot *melodia* au champ lexical de la musique : d’ailleurs, « langue et musique partagent de nombreuses similarités » (Ibarrondo 2015).

genre de réponse que regroupe la catégorie « Lexique de base »¹²⁵. Un nombre considérable d'étudiant-e-s (68 au total) n'ont fourni aucune réponse.

En ce qui concerne l'association entre la langue française et un adjectif, il nous semble important de souligner que la plupart des adjectifs recueillis appartiennent à la catégorie des adjectifs évaluatifs axiologiques. Ils présentent donc un caractère subjectif et impliquent toujours une évaluation, soit positive soit négative (*bon, beau, kitsch*), vis-à-vis de l'objet qualifié. Les adjectifs subjectifs comprennent également les adjectifs affectifs qui ont pour caractéristique d'exprimer la réaction émotionnelle de l'énonciateur par rapport à un objet donné (Kerbrat-Orecchioni 1980 : 83-100). Toutefois, comme l'écrit Kerbrat-Orecchioni (1980 : 83), « 'tout est relatif', dans l'usage des adjectifs ». En effet, même s'il existe des adjectifs intrinsèquement axiologiques, voire affectifs, ou non axiologiques, un adjectif n'acquiert sa valeur que dans le contexte particulier de l'énonciation. En l'absence d'un contexte d'emploi et à des fins comparatives avec la distinction entre jugements pseudo-linguistiques et sociaux à laquelle nous avons fait référence plus haut, nous préférons distinguer entre adjectifs esthétisants et adjectifs décrivant des traits de caractère. La figure 15 visualise les pourcentages de ces adjectifs dans notre corpus :

¹²⁵ La catégorie « Autre » contient des associations pertinentes ne rentrant cependant dans aucun des regroupements créés : par exemple, *accento* 'accent', *testata* 'coup de tête' (probablement celui de Zidane), *gatto* 'chat', *fiume* 'fleuve', *équipe*, *boulevard*.

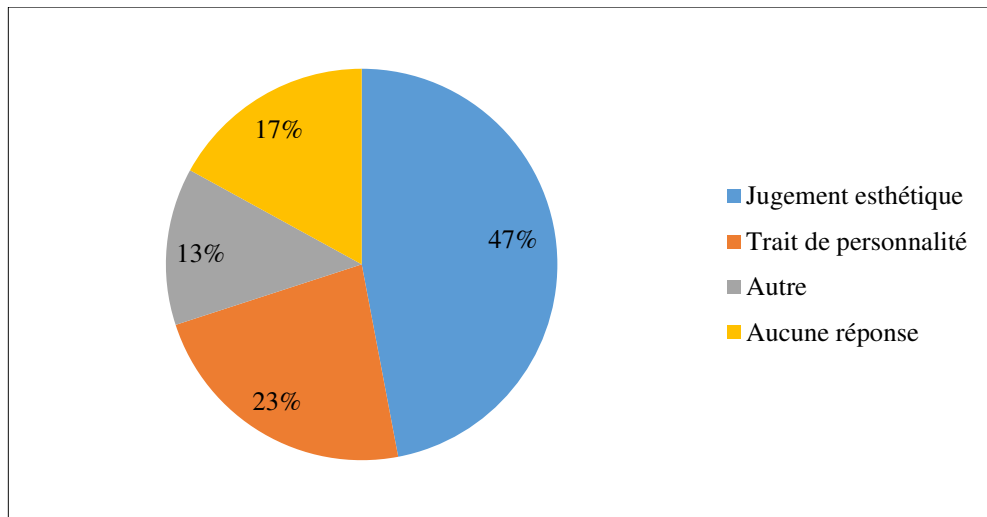


Fig. 15 – Adjectifs associés à la langue française

Les adjectifs recueillis relèvent essentiellement d'une norme esthétique et portent sur différentes thématiques, dont la plus représentée concerne la « beauté » : *élégant* (45 occ.), *beau* (34 occ.), *raffiné* (22 occ.), *doux* (14), *joli* (10 occ.), *chic* (5 occ.), *gracieux*, etc. (entre 2 et 1 occ.). Nous avons inclus dans cette même catégorie également les induits associatifs portant sur la « magnificence » : *merveilleux* (3 occ.), *excellent*, *superbe*, *formidable*, *magnifique* (occurrences uniques). Une deuxième catégorie regroupe les adjectifs qui décrivent des traits de caractère : *doux* (14 occ.), *romantique*, *amoureux*, *gentil*, *courageux*, *sensible*, *bavarde*, etc., qui constituent toujours des occurrences sporadiques¹²⁶. La troisième catégorie rassemble des adjectifs se rapportant à des aspects très variés et qui ne sont évoqués généralement qu'une seule fois : *charmant* (5 occ.), *intéressant*, *passionnant*, *séduisant*, *innovant*, *nationaliste*, *illuministe*, *légal*, etc. Il n'y a que trois formes qui ont, en principe, une valeur négative : *terrible*, *perdant* et *difficile*. Les adjectifs collectés confirment, une fois de plus, l'importance des dimensions esthétisante et sociale dans la définition de l'image du français. 51 étudiant-e-s n'ont fait aucune association.

¹²⁶ Ces deux catégories se recouvrent partiellement, étant donné que certains adjectifs peuvent relever à la fois des domaines de la beauté et de la personnalité : c'est le cas, par exemple, de l'adjectif *élégant*.

Le test associatif basé sur le mot-stimulus « objet » permet de mieux caractériser certaines des catégories découlant de l'association avec les substantifs. Les induits associatifs sont ressemblés dans la figure ci-dessous :

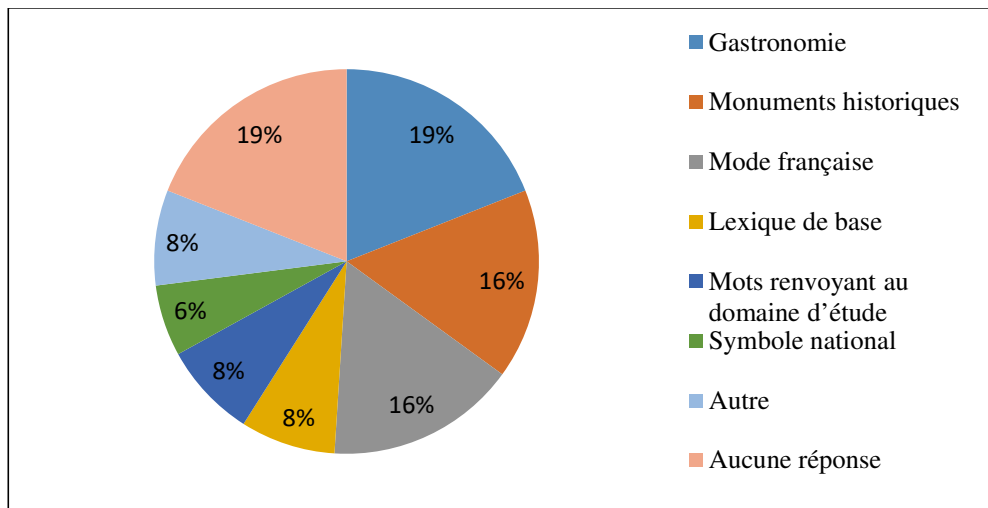


Fig. 16 – Objets associés à la langue française

On voit que les associations les plus récurrentes se placent sous la catégorie « Gastronomie » (56 occ.). On retrouve la *baguette* (33 occ.) et le *cornetto/croissant* (8 occ.), mais on peut ajouter d'autres spécialités, tantôt indiqués avec précision – *lumaca/escargot*, *champagne*, *crêpes* (de 3 à 1 occ.), tantôt de manière générique – *torta/gâteau*, *formaggio*, *cioccolato/chocolat*, *vin*, *cuisine* (de 3 à 1 occ.).

En plus du *parfum/profumo* (13 occ.) et du *foulard* (6 occ.), la catégorie « Mode » (46 items) inclut les éléments suivants : *basco* 'béret basque', *cappello* 'chapeau' (4 occ.), *diamante* 'diamant' (3 occ.), *borsa/sac*, *rossetto* 'rouge à lèvres', *collier*, *merletto* 'dentelle', *parrucca* 'perruque' et les mots génériques *mode*, *scarpe* 'chaussures', *vestiti* 'vêtements' (de 2 à 1 occ.).

Parmi les monuments historiques (47 occ.), c'est la *Tour Eiffel* (44 items) qui prime ; suivent le musée du Louvre (2 occ.) et le Moulin Rouge (1 occ.). Il s'agit d'autant de symboles de la Ville Lumière, mais qui n'apparaissent pas dans la catégorie « Symbole national » (19 occ.). Cette dernière se constitue d'items renvoyant à des symboles nationaux aussi bien que, plus spécifiquement, parisiens. Le *drapeau/bandiera* est la réponse

associative la plus fréquente (8 occ.): s'y ajoutent *Monna Lisa* et *tableau/quadro*¹²⁷ (4 occ.), *bateau*, *metropolitana* 'métro', *carillon*¹²⁸, *théâtre* (très probablement l'Opéra) (entre 3 et 1 occ.).

Libro/livre est la réponse associative qui prévaut (14 occ.) au sein de la catégorie « Lexique de base » (25 items). S'y ajoutent *penna/stylo* (4 occ.), *dizionario/dictionnaire*, *vocabolario* 'vocabulaire', *cahier* (entre 2 et 1 occ.).

La catégorie « Lexique de base » (25 items) englobe des mots tels que *abat-jour*, *bidet*, *souvenir*, *couleur*, *poupée*, *cadeau*, *vitre*, etc. (il s'agit le plus souvent d'occurrences uniques). La catégorie « Autre » (24 items) renferme un petit ensemble de mots qui désignent des éléments naturels qui sont mentionnés plusieurs fois (entre 5 et 1 occ.), comme *ciel*, *fleur*, *rose*, etc., ou des parties du corps (2 occ. de *cuore*). Les non réponses sont au nombre de 55.

Pour ce qui est du mot-stimulus « personne/personnage », il déclenche des réponses associatives qui recouvrent plusieurs domaines de la vie sociale et culturelle. Elles sont représentées par les catégories indiquées dans la figure ci-dessous :

¹²⁷ Cet *item* peut être compris comme une référence générique aux musées de Paris, en particulier au Louvre et, par métonymie, à l'un de ses tableaux les plus célèbres, La Joconde, dite aussi *Monna Lisa*.

¹²⁸ Le mot a été écrit entièrement en capitale, mais on ne peut pas exclure totalement une allusion au bar « Le Carillon », l'un des sites des attentats du 13 novembre 2015.

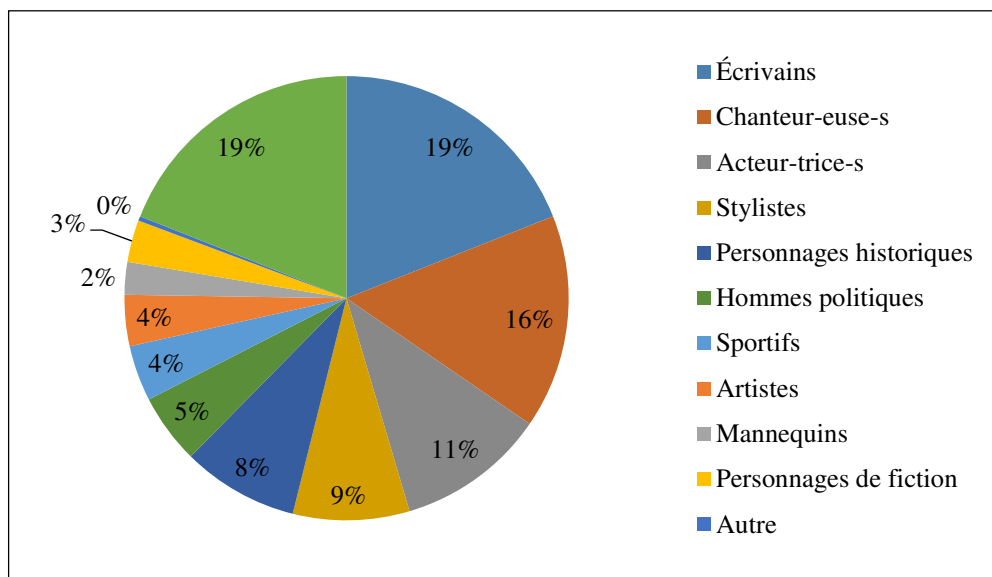


Fig. 17 – Personnes/personnages associés à la langue française

Comme on peut le voir, « Écrivains » (56 items) et « Chanteur-euse-s » (46 items) constituent les catégories les plus fréquentes. Pour ce qui est des écrivains, Baudelaire (10 occ.) et Hugo (8 occ.) l'emportent sur tous les autres qui ont été cités et dont nous donnons la liste, en les regroupant selon le nombre d'occurrences : Flaubert (6 occ.), Molière et Proust (5 occ.), Sartre, Verlaine, Camus et Montaigne (3 occ.), Balzac (2 occ.), Voltaire, Rabelais, Pennac, Céline, Foucault, Prévert, Verne et Rousseau (1 occ.).

Édith Piaf (17 occ.) et Stromae (14) dominent l'imaginaire musical français des étudiant-e-s napolitain-e-s de FLE. D'autres chanteur-euse-s ne sont mentionnés que 2 ou 1 fois : des géants de la chanson française apparaissent, notamment Georges Brassens et Charles Aznavour, mais également Françoise Hardy, un nom de la musique pop francophone et internationale, Céline Dion, ainsi que des chanteur-euse-s du moment, tels que Mika (de nationalité américano-libanaise), Zaz, Indila, et un géant de la chanson italienne, Riccardo Cocciante, naturalisé français et auteur des musiques de la comédie musicale Notre-Dame de Paris, devenue un succès international.

La catégorie « Acteur-trice-s » (32 items) comprend les noms de Gérard Depardieu (9 occ.), de Brigitte Bardot (6 occ.) et d'Audrey Tautou (5 occ.). D'autres noms ne sont évoqués qu'une ou deux fois : Grace Kelly, Alain

Delon, Jean-Paul Belmondo, Léa Seydoux, Vincent Cassel, Marion Cotillard et Angelina Jolie, qui est pourtant américaine, mais née d'une mère canadienne-française.

L'icône Coco Chanel (18 occ.) constitue la réponse associative la plus fréquente de la catégorie « Stylistes » (25 items). Christian Dior, Yves Saint Laurent, Louis Vuitton et Pierre Balmain représentent les autres noms cités (entre 3 et 2 occ.).

Dans la catégorie « Personnages historiques » (25 items) figurent Napoléon Bonaparte, le personnage le plus fréquemment mentionné (11 occ.), Louis XIV, François de Valois, Diderot, Gabrielle de Polignac, le général La Fayette et les frères Lumière (entre 4 et 1 occ.).

Les « Hommes politiques » (15 items) associés au français sont tous des Présidents de la République, parmi lesquels Macron (7 occ.) l'emporte sur De Gaulle, Hollande et Sarkozy (entre 3 et 2 occ.). Le Pen (1 occ.) est, en revanche, une politicienne.

Les footballeurs Zidane (10 occ.) et Pogba (2 occ.) composent la catégorie « Sportifs ».

Dans la catégorie « Artistes » (11 items), Monet (7 occ.) prime sur Dalí, Manet, Toulouse-Lautrec et Zerocalcare, auteur de bande dessinées, Italien mais qui a grandi en France (pays de sa mère), vainqueur, en 2017, du prix Attilio Micheluzzi (meilleure bande dessinée) pour *Kobane Calling* à l'occasion du Festival International de la Bande Dessinée de Naples (*Napoli Comicon*).

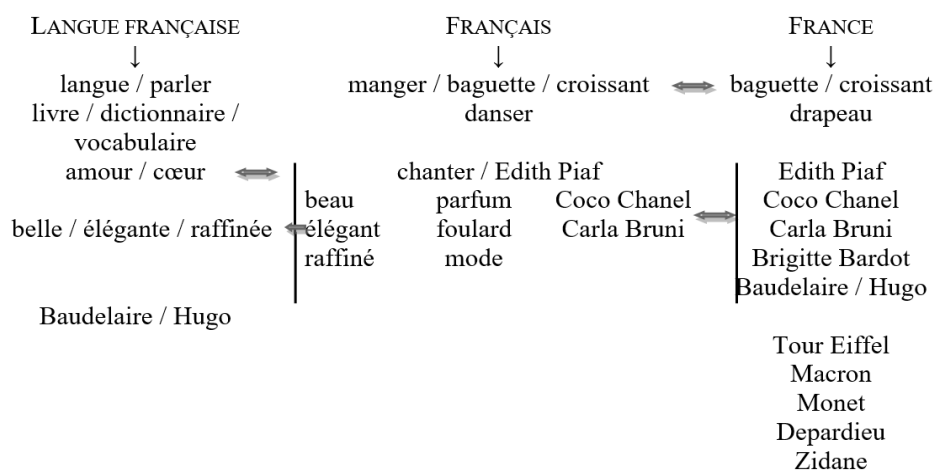
En ce qui concerne les deux dernières catégories, à savoir « Personnages de fiction » (9 items) et « Mannequins » (7 items), Madame Bovary (5 occ.) et Carla Bruni (6 occ.) devancent Gaston Lagaffe, Amélie Poulain, les Schtroumpfs (bande dessinée dont l'auteur est belge) et Astérix, pour la première catégorie, et Laetitia Casta, pour la deuxième.

Les étudiant-e-s qui n'ont produit aucune association par rapport au mot-stimulus « Personne/personnage » sont au nombre de 56.

Nous nous sommes arrêtés à la description des items spécifiques des différentes catégories, afin de donner un aperçu complet des réponses associatives censées révéler les éléments qui structurent la RS du français chez les enquêté-e-s, son noyau autant que sa périphérie. Ce n'est qu'en connaissant l'ensemble des associations fournies qu'on peut remarquer l'absence de certains symboles traditionnels comme, par exemple, le coq, le chat noir, les toits de Paris, etc. En générale, dans l'hétéro-représentation de l'Hexagone et de sa capitale, figures et choses sans âge se mêlent à des

symboles et icônes, français et francophones, du temps présent qui, indépendamment de leur nature plus ou moins éphémère, sont susceptibles de déclencher une transformation de la RS du français chez les apprenant-es de français et, plus en général, chez les nouvelles générations.

La schématisation des traits qu'on peut considérer, sur la base de données statistiques, comme les plus stables de la RS du français au sein de notre échantillon montre, en même temps, que le système représentationnel de la langue est fortement tributaire des RS des Français et de la France :



La corrélation avec les variables sociolinguistiques est représentée dans les tableaux qui suivent :

CATEGORIES	Naples		Hors Naples	
VERBE				
<i>Verbes psychologiques</i>	31%	19	36%	84
<i>Verbes d'activité</i>	39%	24	33%	76
<i>Verbes de mouvement</i>	8%	5	8%	18
<i>Autre</i>	5%	3	4%	10
<i>Aucune réponse</i>	11	18%	45	19%
SUBSTANTIF				
<i>Noms abstraits</i>	29%	18	30%	70
<i>Gastronomie</i>	5%	3	15%	35
<i>Art et littérature</i>	11%	7	6%	15
<i>Style vestimentaire</i>	3%	2	6%	15
<i>Partie du corps</i>	5%	3	5%	12
<i>Monuments historiques</i>	3%	2	3%	7

Les représentations sociales de la langue française à Naples

<i>Lexique de base</i>	19%	12	9%	20
<i>Autre</i>	2%	1	2%	5
<i>Aucune réponse</i>	23%	14	23%	54

ADJECTIF

Jugement esthétique	44%	27	48%	111
Trait de personnalité	24%	15	23%	53
Autre	13%	8	13%	30
Aucune réponse	19%	12	17%	39

OBJET

<i>Gastronomie</i>	13%	8	21%	48
<i>Monuments historiques</i>	19%	12	15%	35
<i>Mode française</i>	6%	4	18%	42
<i>Mots renvoyant à l'apprentissage de la langue</i>	13%	8	6%	15
<i>Lexique de base</i>	10%	6	8%	19
<i>Symbole national</i>	6%	4	6%	15
<i>Autre</i>	13%	8	7%	16
<i>Aucune réponse</i>	19%	12	18%	43

PERSONNE/PERSONNAGE

<i>Écrivains</i>	19%	12	19%	44
<i>Chanteur-euse-s</i>	18%	11	15%	35
<i>Acteur-trice-s</i>	10%	6	11%	26
<i>Stylistes</i>	6%	4	9%	21
<i>Personnages historiques</i>	5%	3	9%	22
<i>Hommes politiques</i>	6%	4	5%	11
<i>Sportifs</i>	2%	1	5%	11
<i>Artistes</i>	5%	3	3%	8
<i>Mannequins</i>	3%	2	2%	5
<i>Personnages de fiction</i>	5%	3	3%	6
<i>Autre</i>	0%	0	0%	1
<i>Aucune réponse</i>	21%	13	18%	43
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	62	100%	233

Tab. 47 – Réponses associatives verbe / substantif / adjectif / objet / personne / personnage-
langue française : étudiant-e-s napolitain-e-s vs étudiant-e-s non napolitain-e-s

En général, les écarts entre les pourcentages relatifs aux deux sous-groupes ne sont pas significatifs. Il existe cependant des différences remarquables par rapport à certaines catégories. On signale une tendance plus marquée des étudiant-e-s napolitain-e-s à associer le français avec un « Verbe d'activité » et avec des « Mots renvoyant à l'apprentissage de la langue ». En revanche, les étudiant-e-s non napolitain-e-s ont proposé majoritairement des

associations avec un « Verbe psychologique » et avec des produits de la « Gastronomie » et de la « Mode ». En outre, les uns évoquent un peu plus fréquemment des « Chanteur-euse-s », des « Artistes » et des « Personnages de fiction » ; les autres mentionnent plutôt des « Stylistes », des « Personnages historiques » et des « Sportifs ».

Quant à la variable « filières d'études », elle aussi ne produit d'écarts notables qu'en relation avec des catégories particulières :

CATEGORIES	<i>Langues étrangères</i>		<i>Autres filières</i>	
VERBE				
<i>Verbes psychologiques</i>	39%	88	21%	15
<i>Verbes d'activités</i>	37%	83	24%	17
<i>Verbes de mouvement</i>	7%	16	10%	7
<i>Autre</i>	4%	9	6%	4
<i>Aucune réponse</i>	13%	28	39%	28
SUBSTANTIF				
<i>Noms abstraits</i>	33%	74	20%	14
<i>Gastronomie</i>	14%	32	8%	6
<i>Art et littérature</i>	8%	19	4%	3
<i>Style vestimentaire</i>	4%	8	13%	9
<i>Parties du corps</i>	5%	12	4%	3
<i>Monuments historiques</i>	4%	9	0%	0
<i>Lexique de base</i>	13%	29	4%	3
<i>Autre</i>	2%	4	3%	2
<i>Aucune réponse</i>	17%	38	42%	30
ADJECTIF				
<i>Jugement esthétique</i>	50%	113	35%	25
<i>Trait de personnalité</i>	26%	58	14%	10
<i>Autre</i>	13%	30	11%	8
<i>Aucune réponse</i>	10%	23	39%	28
OBJET				
<i>Gastronomie</i>	19%	43	18%	13
<i>Monuments historiques</i>	17%	38	13%	9
<i>Mode française</i>	16%	36	14%	10
<i>Lexique de base</i>	8%	19	8%	6
<i>Mots renvoyant à l'apprentissage de la langue</i>	10%	22	1%	1
<i>Symbole national</i>	7%	15	6%	4
<i>Autre</i>	11%	24	0%	0
<i>Aucune réponse</i>	13%	29	37%	26

PERSONNE/PERSONNAGE				
<i>Écrivains</i>	24%	53	4%	3
<i>Chanteur(euse)s</i>	19%	43	4%	3
<i>Acteur(trice)s</i>	13%	28	6%	4
<i>Stylistes</i>	9%	20	7%	5
<i>Personnages historiques</i>	8%	17	11%	8
<i>Hommes politiques</i>	4%	10	7%	5
<i>Sportifs</i>	3%	6	8%	6
<i>Artistes</i>	4%	10	1%	1
<i>Mannequins</i>	0%	1	8%	6
<i>Personnages de fiction</i>	4%	9	0%	0
<i>Autre</i>	0%	1	0%	0
<i>Aucune réponse</i>	12%	26	42%	30
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	224	100%	71

Tab. 48 – Réponses associatives verbe / substantif / adjectif / objet / personne / personnage-
langue : filières linguistiques vs filières non linguistiques

Le tableau ci-dessus montre que les étudiant-e-s de la filière Langues étrangères reproduisent, à peu près, les tendances de l'échantillon global. En revanche, les étudiant-e-s des autres filières semblent se caractériser surtout en relation aux tendances mineures : par exemple, ils-elles ne font jamais d'associations avec les « Monuments historiques » ou avec des « Personnages de fiction » et les catégories « Mots renvoyant à l'apprentissage de la langue » et « Artistes » sont très peu représentées. Les seules tendances majoritaires se rapportent à la catégorie « Style vestimentaire ». Il s'agit également du groupe qui réalise le plus grand nombre de non réponses.

Le croisement avec la variable diagénique montre que les étudiantes produisent la plupart des tendances dominantes au sein de l'échantillon tout entier. Les étudiants ont tendance à évoquer rarement des « Verbe de mouvement », des objets du domaine « Art et littérature », les « Monuments historiques », les « Personnages historiques », les « Artistes » et les « Mannequins » :

Les représentations sociales de la langue française à Naples

CATEGORIES	F		H		F-Na		H-Na		F-hNA		H-hNA	
VERBE												
<i>Verbes psychologiques</i>	38%	87	14%	10	36%	17	(8%)	1	42%	70	16%	9
<i>Verbes d'activité</i>	29%	68	41%	29	36%	17	(54%)	7	31%	51	38%	22
<i>Verbes de mouvement</i>	9%	21	1%	1	11%	5	0%	0	10%	16	2%	1
<i>Autres</i>	3%	8	7%	5	4%	2	(8%)	1	4%	6	7%	4
<i>Aucune réponse</i>	13%	29	37%	26	13%	6	(31%)	4	14%	23	38%	22

SUBSTANTIF												
<i>Noms abstraits</i>	33%	71	18%	13	34%	16	(15%)	2	33%	55	19%	11
<i>Gastronomie</i>	15%	32	7%	5	6%	3	0%	0	17%	29	9%	5
<i>Art et littérature</i>	10%	21	1%	1	13%	6	(8%)	1	9%	15	0%	0
<i>Style vestimentaire</i>	6%	13	6%	4	2%	1	8%	1	7%	12	5%	3
<i>Parties du corps</i>	6%	13	3%	2	6%	3	0%	0	6%	10	3%	2
<i>Monuments historiques</i>	2%	5	4%	3	0%	0	(15%)	2	3%	5	2%	1
<i>Lexique de base</i>	11%	23	8%	6	21%	10	(8%)	1	8%	13	9%	5
<i>Autre</i>	2%	4	3%	2	2%	1	0%	0	2%	3	3%	2
<i>Aucune réponse</i>	15%	31	49%	35	15%	7	(46%)	6	14%	24	50%	29

ADJECTIF												
<i>Jugement esthétique</i>	51%	109	35%	25	43%	20	(54%)	7	54%	89	31%	18
<i>Trait de personnalité</i>	26%	55	14%	10	30%	14	(8%)	1	25%	41	16%	9
<i>Autre</i>	13%	28	10%	7	15%	7	0%	0	13%	21	12%	7
<i>Aucune réponse</i>	10%	21	41%	29	13%	6	(38%)	5	9%	15	41%	24

OBJET												
<i>Gastronomie</i>	20%	43	17%	12	15%	7	(8%)	1	22%	36	19%	11
<i>Monuments historiques</i>	19%	40	8%	6	23%	11	(8%)	1	17%	29	9%	5
<i>Mode française</i>	16%	35	14%	10	6%	3	(8%)	1	19%	32	16%	9
<i>Lexique de base</i>	8%	18	10%	7	9%	4	(15%)	2	8%	14	9%	5
<i>Mots appr. de la langue</i>	8%	17	7%	5	13%	6	(15%)	2	7%	11	5%	3
<i>Symbole national</i>	5%	11	6%	4	6%	3	(8%)	1	5%	8	5%	3
<i>Autre</i>	9%	20	4%	3	15%	7	(8%)	1	8%	13	3%	2
<i>Aucune réponse</i>	14%	29	34%	24	13%	6	(31%)	4	14%	23	34%	20

PERSONNE/PERSONNAGE												
<i>Écrivains</i>	23%	49	7%	5	23%	11	(8%)	1	23%	38	7%	4
<i>Chanteur(euse)</i>	17%	37	11%	8	17%	8	(23%)	3	17%	29	9%	5
<i>Acteur(trice)s</i>	12%	26	8%	6	13%	6	0%	0	12%	20	10%	6
<i>Stylistes</i>	11%	23	3%	2	9%	4	0%	0	11%	19	3%	2
<i>Personnages historiques</i>	8%	16	10%	7	2%	1	(15%)	2	9%	15	9%	5
<i>Hommes politiques</i>	5%	11	6%	4	6%	3	(8%)	1	5%	8	5%	3
<i>Sportifs</i>	1%	2	13%	9	0%	0	(8%)	1	1%	2	14%	8
<i>Artistes</i>	5%	10	0%	0	6%	3	0%	0	4%	7	0%	0

<i>Mannequins</i>	3%	6	1%	1	4%	2	0%	0	2%	4	2%	1
<i>Personnages de fiction</i>	3%	7	3%	2	4%	2	(8%)	1	3%	5	2%	1
<i>Autre</i>	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
<i>Aucune réponse</i>	12%	26	38%	27	15%	7	(31%)	4	11%	19	40%	23
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	213	100%	71	100%	47	100%	13	100%	166	100%	58

Tab. 48 – Réponses associatives verbe / substantif / adjectif / objet / personne / personnage-
langue : étudiantes vs étudiants

Malgré les écarts réduits entre les fréquences se rapportant aux différents sous-groupes, le nombre des catégories et les tendances particulières reliées à l'une ou à l'autre catégorie, il est possible de dessiner des profils associatifs quelque peu différents. Les variables « contexte napolitain », « filière Langues étrangères » et « sexe féminin » semblent se rapporter à une RS du français plus « actionnelle », voire communicationnelle, dynamique et centrée sur l'apprentissage de la langue et de la littérature. En revanche les étudiants non napolitains, qui suivent les cursus non linguistiques semblent avoir une image du français plus « psychologisante », « intimiste », statique et stéréotypée. En définitive, le français semble être conçu comme un « objet » plus « concret », pour les uns, plus « imagé », pour les autres.

2.5.3 Si je dis “langue française”, à quelle couleur l'associez-vous spontanément ? (D17)

Les mots de couleur appartiennent à l'ensemble des mots que Galisson (1987 : 130) qualifie de mots à « Charge Culturelle Partagée ». À propos du lexique des couleurs, Mollard-Desfour (2011 : 89, 106) écrit :

La perception de la couleur et sa nomination sont [...] à l'intersection de données non seulement physiques et physiologiques, mais aussi de données psychologiques et culturelles... [...] [le] lexique chromatique [...] constitue un véritable « écho » de la société. Car s'attacher à la description du lexique des couleurs, c'est comprendre le sens d'un terme, d'une expression colorée, mais c'est surtout pénétrer au cœur de la société, voir comment joue la symbolique sociale, religieuse, l'art, les techniques, la vie quotidienne...

Les adjectifs de couleurs ne sont pas, par leur nature, des axiologiques, mais ils sont marqués sur le plan connotatif (Temple 1996 : 170). C'est en raison

du contenu intrinsèquement connotatif et culturel des mots de couleurs que l'association entre ceux-ci et la langue française a été détachée, comme celle avec les parties du corps, des autres mots inducteurs utilisés comme tests associatifs.

Les couleurs ne servent pas seulement à qualifier un objet, un animal, une personne, un sentiment, mais, dans des emplois contextuels, leur sens originel glisse vers le figuré et le symbolique. Les couleurs se transforment alors en un code social et culturel :

Des *layettes roses* au *vichy rose* et au *rose Barbie*, du rose de l'enfance à la féminité, de la candeur à la niaiserie et au ridicule, de l'érotisme à la perversité, du blanc de la pureté, de la *candeur* (de *candidus* : blanc) au blanc des victimes innocentes, de la robe blanche du baptisé et de la mariée, de la Vierge – Immaculée Conception –, à la communiant et à *la marche blanche* ; du noir du deuil et de l'effacement (*noir soutane, noir ecclésiastique, noir curé*), au noir de la jeunesse rebelle et du *blouson noir*, à la *petite robe noire* de Coco Chanel, au noir branché parisien, du rouge de la *rubrique* et de l'encre qui met en relief et corrige, du rouge de la faute et du péché au rouge de la pourpre, du mérite, de l'honneur, de la gloire (*pourpre, écarlate, cramoisi, ruban rouge* de la Légion d'honneur, *cordon rouge, label rouge*), au rouge de la passion, du luxe, du théâtre (*rouge Hermès, Dior, glamour, Valentino, rouge opéra*) c'est toute une évolution des codes des couleurs au cours du XX^e siècle et jusqu'à nos jours qui s'affiche au fil des mots [...] (Mollard-Desfour, 2011 : 105).

Quelles sont les couleurs qui, dans l'imaginaire linguistique de nos étudiant-e-s, deviennent représentatives de l'univers culturel et symbolique lié à la langue française ? Elles sont visualisées dans la figure qui suit :

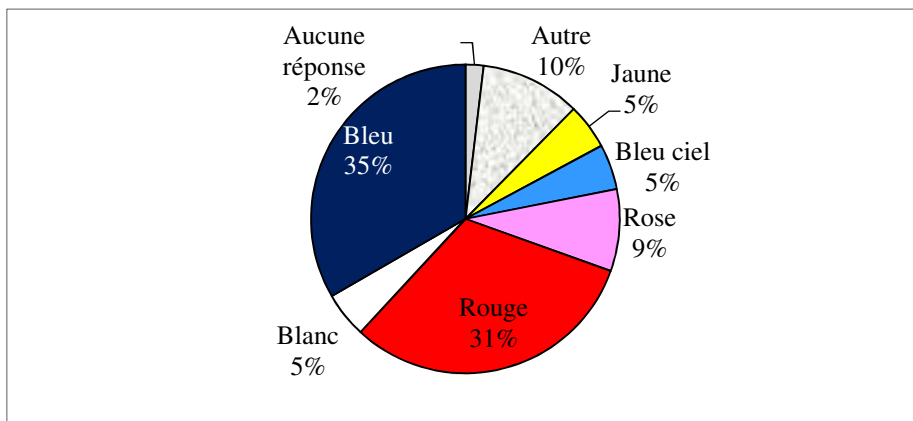


Fig. 18 – Couleurs associées à la langue française

Lorsque le mot inducteur renvoie à une couleur, le « bleu » (118 occ.) et le « rouge » (96 occ.) constituent les *items* les plus récurrents. Ce sont les couleurs du drapeau tricolore bleu-blanc-rouge, emblème de la République française. L'équipe de France est celle des « Bleus ». Le « blanc » (14 occ.) est indiqué moins fréquemment que le « rose » et est autant cité que le « jaune » et le « bleu ciel ». L'association entre la langue française et la couleur rose (26 occ.) s'explique par la symbolique que cette couleur revêt dans l'imaginaire collectif occidental : le rose est la couleur féminine par excellence. Elle renvoie à l'univers de la féminité, à celui de la mode, des parfums (dont les flacons et les étiquettes sont souvent colorés en rose : Miss Dior *Rose n'Roses*, Si Giorgio Armani, *Splendida* Bulgari, *For Her* Narciso Rodriguez, *Idôle* Lancôme, etc.). Le jaune est la couleur de l'or, symbole de richesse, des rayons du soleil, emblème de Louis XIV et symbole de lumière, celle de la connaissance qui, dans un sens métaphorique, a éclairé les grands esprits du XVIII^e siècle français, dit aussi « Siècle des Lumières ». Le bleu ciel est plutôt une couleur « napolitaine » : c'est la couleur du maillot de l'équipe de foot du Napoli, dont l'histoire remonte aux dynasties angevine et Bourbon. Le coq gaulois est parfois coloré, entièrement ou partiellement, en jaune. Les autres couleurs associées au français sont les suivantes : *verde* 'vert' (9 occ.), *arancione* 'orange' (9 occ.), bordeaux, *marrone* 'marron', *viola* 'violet' et *nero* 'noir' (entre 3 et 1 occ.). Évidemment, toute tentative d'interprétation de ces dernières associations n'aurait pas de valeur « objective », mais, à la différence des autres associations proposées, elles s'éloignent du domaine de la stéréotypie.

Le croisement des différents items obtenus avec la variable diatopique ne produit aucun résultat remarquable, sauf la prévalence de l'association avec le blanc dans le groupe des étudiant-e-s non napolitain-e-s :

CATEGORIES	Naples		Hors Naples	
<i>Bleu</i>	31%	19	36%	83
<i>Rouge</i>	32%	20	33%	76
<i>Rose</i>	10%	6	9%	20
<i>Jaune</i>	8%	5	5%	11
<i>Bleu ciel</i>	10%	6	4%	10
<i>Blanc</i>	2%	1	6%	13
<i>Autre</i>	13%	8	10%	24
<i>Aucune réponse</i>	0%	0	3%	6
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	62	100%	233

Tab. 49 – Couleurs associées à la langue française : étudiant-e-s napolitain-e-s vs étudiant-e-s non napolitain-e-s

La fréquence des items « bleu » et « rose » est plus élevée parmi les étudiant-e-s qui fréquentent les cursus non linguistiques. Les étudiant-e-s en Langues étrangères proposent un peu plus fréquemment des couleurs variées :

CATEGORIES	<i>Langues étrangères</i>		<i>Autres filières</i>	
<i>Bleu</i>	41%	91	15%	11
<i>Rouge</i>	32%	71	35%	25
<i>Rose</i>	10%	22	6%	4
<i>Jaune</i>	7%	15	1%	1
<i>Bleu ciel</i>	5%	12	6%	4
<i>Blanc</i>	4%	9	7%	5
<i>Autre</i>	13%	28	6%	4
<i>Aucune réponse</i>	1%	3	4%	3
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	224	100%	71

Tab. 50 – Couleurs associées à la langue française : filières linguistiques vs filières non linguistiques

En observant le tableau 51 on s'aperçoit que la corrélation entre les items associatifs et la variable diagénique fait émerger des résultats doublement stéréotypés, par rapport à l'objet d'évaluation, et par rapport au sexe de la population enquêtée :

CATEGORIES	<i>F</i>		<i>H</i>		<i>F-Na</i>		<i>H-Na</i>		<i>F-hNA</i>		<i>H-hNA</i>	
<i>Bleu</i>	29%	62	51%	36	26%	12	(54%)	7	30%	50	50%	29
<i>Rouge</i>	34%	72	27%	19	34%	16	(23%)	3	34%	56	28%	16
<i>Rose</i>	10%	21	4%	3	9%	4	0%	0	10%	17	5%	3
<i>Jaune</i>	7%	15	1%	1	11%	5	0%	0	6%	10	2%	1
<i>Bleu ciel</i>	6%	12	6%	4	11%	5	(8%)	1	4%	7	5%	3
<i>Blanc</i>	5%	10	4%	3	0%	0	(8%)	1	6%	10	3%	2
<i>Autre</i>	11%	23	11%	8	15%	7	(8%)	1	10%	16	12%	7
<i>Aucune réponse</i>	0%	1	7%	5	0%	0	0%	0	1%	1	9%	5
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	213	100%	71	100%	47	100%	13	100%	166	100%	58

Tab. 51 – Couleurs associées à la langue française : étudiantes vs étudiants

On voit que les étudiants produisent l'association français-bleu plus que les étudiantes. Ces dernières montrent une très faible tendance à préférer l'association avec le rouge, couleur du drapeau français, mais également un symbole d'amour, de passion, de romantisme, de sensualité, mais elles se

distinguent surtout par la tendance à choisir la couleur rose. À l'intérieur du groupe napolitain, ce ne sont que les étudiantes qui associent le rose au français. En se partageant l'association de la langue française entre le bleu et le rouge / rose, les étudiantes autant que les étudiants confirment une vision stéréotypée du français, associé essentiellement aux couleurs du drapeau national, et reproduisent une stéréotypie sexiste quant au choix des couleurs.

2.6 « Stratégies » de promotion du français : le point de vue des étudiant-e-s napolitain-e-s

2.6.1 Si vous étiez le sponsor de la langue française, comment la présenteriez-vous ? (D18)

Du 21 septembre au 2 octobre 2020 s'est déroulée une campagne digitale mondiale de promotion de l'apprentissage du français, lancée par l'Institut Français de Paris, en partenariat avec le réseau des Alliances Françaises. L'initiative, adressée aux jeunes apprenants potentiels de français, avait pour but d'augmenter les inscriptions aux cours de français proposés par les organismes de diffusion du français à l'étranger qu'on vient de mentionner. La campagne s'est articulée autour de l'hashtag #plusloin. Il s'agissait de donner son témoignage pour montrer comment la connaissance du français permet d'aller #plusloin dans ses études, ses voyages, sa carrière, son expérience de vie, etc. Le dispositif était disponible sur l'Internet, sur les réseaux sociaux et sur WhatsApp. La campagne visait également à souligner l'importance du français en tant que langue internationale et dans le monde du travail, à favoriser l'apprentissage du français chez les jeunes – en intensifiant leur contact avec les instituts promoteurs de la culture française à l'étranger et, parallèlement, les échanges avec les locuteurs francophones – et à promouvoir la reprise des activités au sein du réseau culturel français, durement touché par la crise du Covid-19¹²⁹. La représentation du français comme d'une langue riche en potentialités revient également dans le slogan de promotion du français adopté par l'Institut Français de Naples : « Il francese, una lingua vicina per andare lontano ». Jouant sur l'oxymore

¹²⁹ Pour plus d'informations, voir le site de la campagne, <https://plusloin.io/fr>, et le site <https://www.fle.fr/Campagne-mondiale-de-promotion-de-l-apprentissage-du-francais> (pages consultées le 13 octobre 2020).

distance-proximité, ce slogan souligne la caractéristique du français et de l'italien d'être des langues proches, géographiquement et linguistiquement.

En 2019, à l'occasion de la Journée internationale de la francophonie, qui a lieu tous les ans le 20 mars, Madame Louise Mushikiwabo (Secrétaire générale de la Francophonie) a véhiculé l'image du français langue moderne, apte à satisfaire tout besoin communicatif de la réalité actuelle, par le slogan *En français... s'il vous plaît ;-)*¹³⁰.

Ces exemples ne sont qu'une très petite partie de l'ensemble des moyens et des activités de promotion du français qui se sont multipliées au cours des dernières années un peu partout dans le monde. On sait que la promotion d'un produit se fonde, entre autres, sur la mise en place de stratégies de valorisation de l'une ou l'autre de ses caractéristiques spécifiques, celle-s qui pourrai-en-t plaire le plus au public cible et/ou toucher un public le plus large possible. La dernière question posée aux étudiant-e-s vise justement à identifier les aspects culturels ou fonctionnels du français qu'ils-elles perçoivent comme les plus susceptibles d'en augmenter la valeur, en termes de prestige et/ou d'utilité, et donner envie de l'apprendre.

La figure ci-dessous synthétise les « stratégies » de promotion/diffusion du français que les enquêté-e-s utiliseraient :

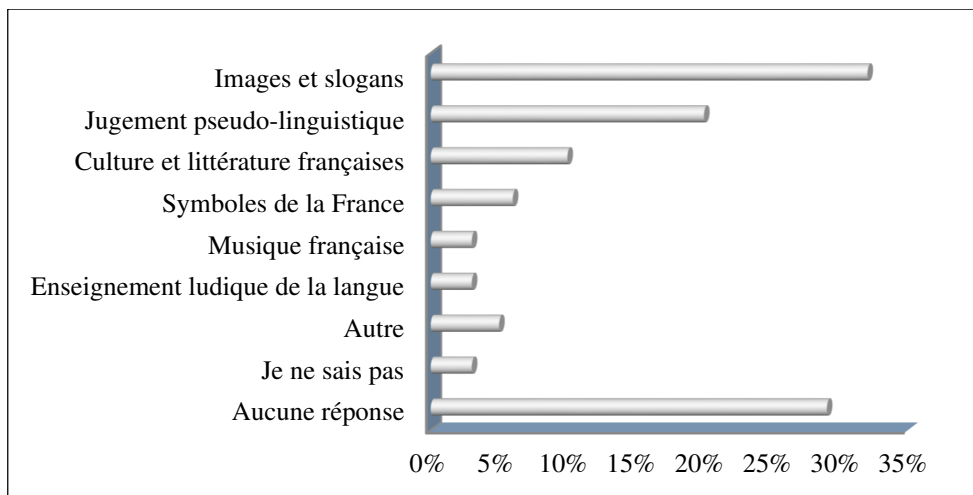


Fig. 19 – Façons dont les enquêté-e-s diffuseraient la langue française

¹³⁰ Pour lire le message complet : <http://www.ledroit.org/production/cahiers/2019-03-20-journee-internationale-francophonie/html5/index.html?page=1&noflash>.

La figure 19 montre que la catégorie la plus représentée est celle des « Images et slogans », mais on voit réapparaître les catégories « Jugement pseudo-linguistique », « Culture et littérature françaises », « Symboles de la France » et « Musique » qui semblent constituer les dimensions les plus structurantes et stables du champ représentationnel du français.

La deuxième catégorie participe d'une stratégie évaluative qui reprend l'image du français langue de l'amour, élégante, raffinée, fascinante, douée de sons doux, etc. On remarque cependant l'émergence de traits nouveaux, comme celui de la « noblesse » et la qualification de « langue de cour » qui mêlent attitude évaluative et évocation du passé historique et culturel (ex. 315-316). En outre, le « charme » du français est évalué à l'échelle européenne, voire mondiale (ex. 313-314). Voici quelques-unes de réponses considérées :

308. *Il francese è una lingua bella da sentire e da parlare che dà un senso di raffinatezza* (F, 20, OR, LLCEA, Q39)
309. *Come una lingua raffinata con suoni dolci* (F, 19, OR, LCC, Q56)
310. *Come un qualcosa di unico, elegante e armonico* (F, 19, OR, LCC, Q80)
311. *Con la sua pronuncia e con la sua eleganza* (H, 19, PT, MII, Q239)
312. *Penserei di presentarla come la lingua dell'eleganza, della chiarezza e dell'amore* (F, 20, SOB, LCM, Q270)
313. *Presenterei il francese come una delle lingue più eleganti* (F, 19, FII, LCLME, Q14)
314. *La presenterei come una delle lingue europee più affascinanti* (F, 20, OR, MLC, Q67)
315. *Come lingua altolocata* (F, 19, FII, LCLME, Q188)
316. *Come una lingua di corte, elegante* (F, 19, FII, LM, Q218)

Une autre stratégie de valorisation du français comporte la prise en compte de la richesse culturelle de la France et de la littérature française :

317. *Attraverso un libro romantico* (F, 19, FII, LCLME, Q8)
318. *Attraverso citazioni di opere letterarie teatrali, mostra di dipinti famosi. Mostrando le ricchezze culturali dei paesi dove questa lingua è parlata* (F, 19, OR, LLCEA, Q74)
319. *Con una citazione presa da un libro, magari di Flaubert, Camus, ecc.* (F, 19, OR, LLC, Q90)
320. *Basta elencare i grandi della storia e dell'arte francese* (F, 20, OR, MLC, Q108)
321. *Attraverso una poesia* (F, 18, FII, LCLME, Q169)
322. *Attraverso la presentazione dei film delle opere letterarie che costituiscono l'emblema della lingua francese* (F, 21, FII, LCLME, Q174)
323. *Mettendo in risalto i valori principali della cultura francese* (F, 19, PT, MII, Q245)

Les multiples symboles de la France (la ville de Paris et sa Tour Eiffel avant tout, l'ensemble des monuments les plus importants, la gastronomie, le drapeau, la musique) entrent également en ligne de compte, ainsi que les classiques de la chanson française :

- 324. *La presenterei con una foto della città di Parigi e con sottofondo una canzone di Dalida* (F, 19, FII, LCLME, Q25)
- 325. *Con elementi tradizionali famosi in tutto il mondo (cibo, arte, musica)* (F, 19, FII, LCLME, Q30)
- 326. *Napoleone con la baguette* (F, 21, OR, MLC, Q75)
- 327. *Mostrando i monumenti più importanti della Francia e la sua gastronomia* (F, 19, OR, MLC, Q87)
- 328. *Con una pubblicità con i simboli e monumenti tipici francesi* (F, 22, PT, MII, Q234)
- 329. *La Tour Eiffel e la bandiera della Francia* (F, 20, SOB, LCM, Q274)
- 330. *Con la bandiera francese e la lotta per la democrazia* (F, 44, LV, SP, Q289)
- 331. *Con una canzone famosa* (F, 19, FII, LCLME, Q26)
- 332. *Facendo ascoltare canzoni in francese* (F, 22, FII LCLME, Q185)
- 333. *Con una canzone di Charles Aznavur* (H, 51, LV, SP, Q278)

Dans un petit groupe de réponses, c'est l'élément ludique qui est mobilisé¹³¹, tant au plan de l'enseignement de la langue, surtout par l'emploi de films et de chansons, que des voyages vers les destinations exotiques francophones :

- 334. *Cercherei di fare dei giochi interattivi con le persone che non conoscono il francese* (F, 19, OR, MLC, Q81)
- 335. *La presenterei cercando di farla imparare in modo divertente, magari guardando film o ascoltando canzoni* (F, 18, PT, MII, Q255)
- 336. *Con un filmato di tutti i "paradisi" dove si parla francese* (F, 20, PT, MII, Q256)

Toutefois, la stratégie de promotion du français préférée au sein de l'échantillon est le recours aux images et slogans, proposés le plus souvent singulièrement, parfois en combinaison. En ce qui concerne la composante iconique, les enquêté-e-s ont suggéré l'usage de tableaux, d'images des endroits les plus beaux de France, de citations d'œuvres célèbres, du bleu.

¹³¹ L'humour est à la base de trois vidéos de la web série *Ritals* (mot argotique signifiant *Italiens*), écrite et créée par Svevo Moltrasio, où sont illustrés les avantages d'apprendre le français. Ils sont disponibles sur YouTube :

https://www.youtube.com/watch?v=-_n4fbvwb6Y,
<https://www.youtube.com/watch?v=YJJBpSwIfMQ>,
<https://www.youtube.com/watch?v=rAvsguByiYg>.

Ils-elles ont également fait appel aux symboles de la France, parmi lesquels font leur apparition le coq gaulois, la Marianne et la montgolfière. Il arrive que les symboles les plus célèbres de la France cèdent la place à une image où la normalité de la quotidienneté (parler autour d'un verre de vin) devient extraordinaire par le thème de la conversation, la poésie (ex. 346). Le « coup de boule » de Zidane (finale de Coupe du monde de football de 2006) (ex. 347) pose la question du rapport entre la valeur universelle des symboles liés à l'hétéro-représentation d'une langue et de ses locuteurs et une valeur marquée socialement et culturellement (amateurs de football, équipes présentes dans le match France-Italie, etc.). À titre d'exemple, nous citons quelques-unes des réponses appartenant à la catégorie envisagée :

- 337. Immagine della baguette (dessin) (F, 18, FII, LCLME, Q9)
- 338. Immagine della Tour Eiffel (dessin) (F, 19, FII, LCLME, Q10)
- 339. *Con rose rosse* (ND, 19, OR, LLCEA, Q35)
- 340. *Con una scena d'amore* (H, 19, PT, MII, Q229)
- 341. *Da una passerella di sfilata di moda* (H, 19, PT, MII, Q250)
- 342. Immagine del gallo (dessin) (H, 20, FII, LCLME, Q150)
- 343. *Un gallo che rimane fermo come un equilibrista sulla Tour Eiffel* (F, 20, FII, LCLME, Q21)
- 344. *Con la rappresentazione della Marianne* (F, 20, PT, MII, Q251)
- 345. *Con mongolfiera in volo* (F, 50, LV, SP, Q301)
- 346. *Toglierei baguette e Tour Eiffel e mostrerei due francesi seduti al tavolo con un bicchiere di vino a parlare di poesia* (F, 19, OR, MLC, Q44)
- 347. *Attraverso la testata di Zidane* (H, 20, PT, MII, Q247)
- 348. *Inserirei le immagini della finale del Mondiale di calcio 2006 e sotto in sovrainpressione farei apparire una frase: "Non perdere tempo con sfide che non potrai mai vincere. Studia la lingua francese ed impiega meglio il tuo tempo"* (H, 19, OR, MLC, Q100)

Pour ce qui est des slogans, ils constituent la stratégie promotionnelle la plus fréquemment suggérée. Un seul slogan est susceptible d'une double interprétation :

- 349. *L'escargot: percorso dall'italiano al francese* (F, 19, PT, MII, Q254)

Pris dans un sens négatif, il pourrait vouloir souligner les difficultés du français qui ralentissent le parcours d'apprentissage de la langue. *L'escargot* pourrait faire fonction, ironiquement, de titre d'un manuel d'apprentissage. Dans un sens positif, le symbole culinaire français pourrait signifier un parcours d'ouverture ou de rapprochement, même très lent, à la culture française. En ce qui concerne les autres slogans, ils font appel aux idées

d'élégance et de beauté du français, à sa mélodie, à son romantisme, à son importance dans le monde et pour son avenir professionnel.

La catégorie « Autre » englobe des jugements fonctionnels et l'évocation de sentiments. Parmi les rares jugements fonctionnels (langue difficile), quelques-uns soulignent le rôle de « langue-pont » que le français peut jouer dans une didactique de l'intercompréhension en langues romanes (ex. 353-354) :

350. *Lingua difficile, impegnativa, ma molto bella e profonda* (F, 20, FII, LCLME, Q161)
 351. *Con gioia* (H, 19, FII, LCLME, Q155)
 352. *Passione* (H, 51, LV, SP, Q297)
 353. *Come una lingua elegante ed in quanto neolatina con somiglianze con l'italiano* (H, 46, LV, SP, Q296)
 354. *Essendo una lingua romanza, potrebbe essere un facile inizio per l'apprendimento delle lingue straniere* (H, 22, OR, Q40)

Aucune tendance spécifique ne ressort de la corrélation avec la variable diatopique, sauf que les étudiant-e-s napolitain-e-s tendent un peu plus à proposer des « Images et slogans » et les étudiant-e-s non napolitain-e-s à ne pas répondre à la question posée :

CATEGORIES	<i>Naples</i>		<i>Hors Naples</i>	
<i>Images et slogans</i>	35%	22	30%	71
<i>Jugement pseudo-linguistique</i>	21%	13	19%	45
<i>Culture et littérature françaises</i>	10%	6	10%	23
<i>Symboles de la France</i>	5%	3	6%	14
<i>Musique française</i>	3%	2	3%	7
<i>Enseignement ludique de la langue</i>	5%	3	2%	5
<i>Autre</i>	6%	4	4%	10
<i>Je ne sais pas</i>	3%	2	3%	7
<i>Aucune réponse</i>	26%	16	30%	69
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	62	100%	233

Tab. 52 – Façon dont les enquêté-e-s diffuseraient la langue française : étudiant-e-s napolitain-e-s vs étudiant-e-s non napolitain-e-e

La répartition des catégories selon les filières d'étude entraîne, en revanche, un clivage plus évident entre les deux populations :

Les représentations sociales de la langue française à Naples

CATEGORIES	<i>Langues étrangères</i>		<i>Autres filières</i>	
<i>Images et slogans</i>	31%	70	32%	23
<i>Jugement pseudo-linguistique</i>	18%	41	24%	17
<i>Culture et littérature françaises</i>	10%	23	8%	6
<i>Symboles de la France</i>	3%	6	15%	11
<i>Musique française</i>	4%	8	1%	1
<i>Enseignement ludique de la langue</i>	2%	4	11%	8
<i>Autre</i>	4%	10	20%	14
<i>Je ne sais pas</i>	4%	8	1%	1
<i>Aucune réponse</i>	30%	68	24%	17
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	224	100%	71

Tab. 53 – Façon dont les enquêté-e-s diffuseraient la langue française : filières linguistiques vs filières non linguistiques

On remarque que les fréquences obtenues sont soit très similaires dans les deux groupes soit majoritaires dans le groupe des étudiant-e-s fréquentant des cursus non linguistiques. En particulier, ces dernier-ère-s ont tendance à répondre à la question envisagée par des jugements esthétisants, par l'usage de symboles français, en faisant référence à l'enseignement de la langue ou bien en proposant des réponses très disparates (mode, séries télévisées, voyages, jugements fonctionnels, etc.). Il semblerait donc qu'ils-elles perpétuent un peu plus que les étudiant-e-s en Langues étrangères une image stéréotypée du français. La musique se confirme comme un élément dont l'importance, à plusieurs niveaux, se manifeste surtout dans le groupe des étudiant-e-s en Langues étrangères. Le taux de non réponse est plus élevé dans ce dernier groupe : cela constitue une contre-tendance par rapport aux résultats généralement obtenus.

La distribution des réponses selon la variable diagénique donne les résultats suivants :

Les représentations sociales de la langue française à Naples

CATEGORIES	F		H		F-NA		H-NA		F-hNA		H-hNA	
<i>Images et slogans</i>	33%	71	31%	22	36%	17	(38%)	5	33%	54	29%	17
<i>Jugement pseudo-linguistique</i>	21%	44	20%	14	23%	11	(15%)	2	20%	33	21%	12
<i>Culture et littérature françaises</i>	12%	25	6%	4	13%	6	0%	0	11%	19	7%	4
<i>Symboles de la France</i>	6%	12	7%	5	6%	3	0%	0	5%	9	9%	5
<i>Musique française</i>	4%	8	1%	1	2%	1	(8%)	1	4%	7	0%	0
<i>Enseignement ludique de la langue</i>	3%	7	1%	1	4%	2	(8%)	1	3%	5	0%	0
<i>Autre</i>	5%	10	6%	4	9%	4	0%	0	4%	6	7%	4
<i>Je ne sais pas</i>	2%	4	7%	5	2%	1	8%	1	2%	3	7%	4
<i>Aucune réponse</i>	30%	64	30%	21	26%	12	(31%)	4	31%	52	29%	17
<i>Nbre</i>		21								16		100
<i>D'étudiant-e-s</i>	100%	3	100%	71	100%	47	100%	13	100%	6	%	58

Tab. 54 - Façon dont les enquêté-e-s diffuseraient la langue française : étudiantes vs étudiants

En général, les étudiantes se montrent plus enclines à sponsoriser le français à travers la « Culture et la littérature françaises » et à travers la « Musique française ». C'est en relation au groupe des étudiantes napolitaines qu'on obtient les pourcentages les plus élevés pour la plupart des catégories recensées. Les étudiantes non napolitaines sont celles qui préfèrent le plus la « Musique française » et l'« Enseignement ludique de la langue ». Les étudiants se caractérisent surtout pour la tendance à ne pas mettre en avant ces deux éléments à des fins de promotion du français.

Convaincus qu'ils constituent le meilleur témoignage du rapport que nos étudiant-e-s entretiennent avec le français et de l'univers représentationnel qui lui est associé, nous concluons notre analyse par une liste de leurs slogans de promotion du français :

Una lingua pura, stupenda

Eleganza infinita

Questa è una lingua che vi farà capire molto bene il parlar raffinato e non, contemporaneamente

Le français pour la vie

Il francese, lingua del futuro

Una lingua delicata quanto raffinata, forse la più elegante che sentirete

Mi hanno detto tutti che il francese è inutile, ma non è vero. Studialo!

Studiate francese, non fate la guerra

Les représentations sociales de la langue française à Naples

La lingua francese oggigiorno è la terza lingua più parlata al mondo

Il francese è importante perché è la lingua dell'Unione Europea

Una baguette al giorno toglie il medico di turno

Scegli il gusto, scegli il francese

Lingua elegante per eccellenza, utile lavorativamente e bella, cosa vuoi di più?

Tous ensemble en France !

Français, langue du monde

Il francese è come il diamante, è per sempre

Le français, langue de l'amour et de l'esprit!

Il francese è come il primo amore, non si scorda mai!

Apprendre le français signifie apprendre à aimer

Ecco a voi la lingua più romantica del mondo, il francese

Francia, disegna il tuo futuro, allarga i tuoi orizzonti!

La lingua francese, stile di vita

La lingua francese fa parte di ognuno di noi più di quanto si pensi

Non conosci la bellezza se non conosci il francese

Con francese... menti accese!

Voulez-vous pâté avec moi ?

Se volete stuzzicare il palato, la vista, l'udito, il tatto, l'olfatto, fatelo in francese... c'è più gusto!

Lingua di amore, passione e colore. Ai sentimenti essa dona valore

Essere francese, essere alla moda

Signori e Signore venghino ad apprendere la nobile lingua di Napoleone Bonaparte

Français, un mot, un monde !

"Liberté, égalité, fraternité". Sient' a me', 'mparet' o' frances'

Clôture¹³²

L'enquête qui fait l'objet de cet ouvrage porte spécifiquement sur les RS de la langue française, mais celles de la France, des Français et des Francophones entrent également en jeu. En effet, il s'agit d'un système de représentations emboîtées, qui sont en interaction les unes avec les autres et se conditionnent mutuellement. Par ailleurs, les recherches portant sur les RS du français dans différents endroits du monde montrent la dépendance de ce système représentationnel de l'environnement économique, politique et linguistique dont il émerge. Ce dernier peut s'avérer en effet un facteur d'influence bien plus puissant que les facteurs géographique et diagénique (Rojana-Anun 2005 : 291).

La comparaison des résultats des ces différentes enquêtes met bien en évidence que la configuration des traits centraux et périphériques des RS associées à la langue française doit être redessinée, tour à tour, en fonction des contextes sociolinguistiques et des types de francophonies visés. Par exemple, pour ne prendre en compte que la seule évaluation esthétisante du français, dans le Sud-Est asiatique, la « beauté » est un trait régulièrement attribué à la langue française (Rojana-Anun 2005 : 197), mais ce sont les étudiant-e-s singapourien-ne-s et thaïlandais-es (pays riches) qui se montrent particulièrement « sensibles » à la beauté du français (Rojana-Anun 2005 : 222). « Belle », « dont les sons sont agréables à l'ouïe », « qui attire l'attention par ses sons », « dont les sons sont attachants » : ce sont les traits esthétiques que les étudiant-e-s universitaires mexicain-e-s, spécialistes et non spécialistes en FLE, utilisent pour décrire le français, mais les étudiant-e-s spécialistes évoquent d'abord le caractère international de la langue française. Les traits esthétiques sont donc subordonnés au statut de la langue (Velázquez Herrera 2011 : 62). À Madagascar, en revanche, le français n'est nullement qualifié de langue « belle ». Elle est décrite majoritairement comme une « langue internationale », qui offre « une ouverture sur le monde », qui donne accès à l'information et comme un atout professionnel (Stuby 2015).

¹³² Ces conclusions ont été élaborées conjointement par les deux auteurs.

L'Afrique francophone représente évidemment un terrain vaste et riche en termes d'enjeux glottopolitiques, d'où la grande attention qui est réservée précisément aux RS du français, de la France et de l'identité francophone (Maurer 2014), notamment de la part d'institutions internationales comme par exemple l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF). De plus en plus sensible au poids des langues-cultures et des identités locales, dont la prise en compte s'avère désormais indispensable notamment pour endiguer le dramatique taux de décrochage scolaire en particulier dans les pays d'Afrique subsaharienne (PASEC 2015), cette organisation se doit de s'interroger également sur les RS des langues nationales africaines ainsi que sur d'autres langues de grande diffusion internationale présentes sur le continent africain, l'anglais d'abord et surtout. Une vaste enquête menée en 2014 a été intégrée dans le Rapport sur *La langue française dans le monde* de cette même année, rédigé par l'Observatoire de la langue française. S'il est impossible de synthétiser ici les résultats de cette recherche d'envergure, concernant uniquement l'évaluation esthétisante du français il est en revanche possible de présenter quelques observations, dont on soulignera une fois de plus le caractère dynamique en fonction des différentes populations et terrains sondés. En effet, si les lycéen-ne-s de Bamako (Mali) associent la langue française d'abord à la France et, secondairement, à l'esthétique littéraire (OIF 2014 : 42), chez les fonctionnaires de la même ville l'esthétique littéraire du français arrive en cinquième place et suscite peu d'adhésions (*Ibid.*) À Dakar (Sénégal) la donne est inverse : ce sont les fonctionnaires qui adhèrent largement à l'idée que le français est porteur de valeurs esthétiques (littéraires), alors que les lycéen-ne-s placent cette RS en quatrième position. Dans la même ville, les entrepreneurs font preuve d'encore moins d'intérêt vis-à-vis du français langue littéraire (OIF 2014 : 47). À Kigali (Rwanda) la même enquête donne des résultats encore différents : non seulement pour ce qui est de l'adhésion à la RS du français langue de l'esthétique littéraire, assez mitigée aussi bien chez les lycéen-ne-s que chez les fonctionnaires, mais également en ce qui concerne l'association de la langue à la France, unanime chez les étudiant-e-s sénégalais-es et très faible chez les deux sous-populations rwandaises (OIF 2014 : 53). À Kinshasa (République Démocratique du Congo), les lycéen-ne-s considèrent très largement, presque de manière unanime, que le français est d'abord une langue des affaires et, en deuxième position, une langue littéraire, tandis que les fonctionnaires de la même ville rejettent le statut de langue des affaires et adhèrent avec un peu moins de force à la RS

du français langue littéraire (OIF 2014 : 57). Ces différences, remarquables, entre populations différentes s'estompent en bonne mesure à Libreville (Gabon), où aussi bien les lycéen-ne-s que les fonctionnaires se représentent le français tout d'abord comme langue de l'ancien colonisateur et langue véhiculaire dans le cadre des pays francophones et, seulement en cinquième position, comme langue de l'esthétique littéraire (OIF 2014 : 63).

Pour ce qui est des RS de la France, « en Europe, en Amérique latine et au Moyen-Orient [elles] présentent beaucoup de ressemblances » (Al-Badareh 2013 : 106). Au Brésil comme en Espagne (Radanovic Vieira 2006 : 48-50 ; Alén Garabato 2003 : 12-13), les étudiant-e-s se représentent la France « comme pays de la mode, de l'élégance, de l'amour, des parfums, du raffinement et sûrement comme le pays de la Tour Eiffel » (Al-Badareh 2013 : 106). En Jordanie, « la Tour Eiffel, le fromage, les parfums, l'Arc de Triomphe, les touristes et le drapeau de la France » sont les éléments que les élèves de FLE ont dessiné le plus fréquemment pour montrer l'image qu'ils ont de la France (Al-Badareh 2013 : 102). Toutefois, par contraste avec la présence du désert, les problèmes de sécheresse, la pénurie d'eau de la Jordanie, pour les élèves jordaniens la France est également un « pays de soleil, de plage et de bronzage » et « à la nature verdoyante » (Al-Badareh 2013 : 104-106).

Tous ces exemples montrent non seulement que la stabilité (ou l'impression de stabilité) de la RS ne l'est pas de manière absolue, mais également que les RS de l'altérité linguistique, sociale, culturelle sont en mesure de dévoiler un « imaginaire ethnosocioculturel » (Boyer 2016 : 48) où l'image de l'autre se forge en interaction avec celle que l'on a de soi-même.

Pour ce qui est de l'enquête présentée dans ce volume, elle vise à enrichir les connaissances concernant les RS du français dans le monde, à accroître les études portant sur ce même objet dans le contexte particulier de la ville Naples et, comme annoncé dès l'Introduction, à offrir des éléments de réflexion méthodologique (y compris dans la sphère didactique), en raison de l'emploi combiné de trois différentes méthodes de recueil et d'analyse des données.

Du point de vue des contenus, on doit souligner avant tout que la RS du français chez les apprenant-e-s universitaires napolitain-e-s de FLE est

centrée, globalement, sur des aspects positifs. Dans les lignes qui suivent, nous discutons quelques résultats significatifs, en différenciant les méthodes utilisées.

Les données traitées et présentées à l'aide de la méthode MAC offrent un diagnostic ordonné, hiérarchisé et efficace des RS du français chez la population enquêtée. La formulation des items du questionnaire, axés sur des aspects ponctuels, permet de tracer avec clarté les contours d'un « objet » d'étude très complexe. L'analyse en termes d'adhésion/rejet et de consensus/dissensus, met en jeu très directement la subjectivité des apprenant-e-s. Plus particulièrement, la gradualité des scores d'adhésion/rejet permet de cerner les traits essentiels qui définissent le système représentationnel que l'on veut faire émerger. On comprend d'emblée que les apprenant-e-s napolitain-e-s ont globalement une RS du français nettement positive. L'élégance, le raffinement, la beauté, la musicalité sont les traits constitutifs de leur représentation du français. Il est également à remarquer le refus d'une image « agressive » et négative du français (langue impérialiste, langue du snobisme). Un résultat important qui se dégage notamment de l'analyse MAC est lié à la mise en relation entre les notions de « beauté » et d'« utilité », même au niveau international, du français. Il apparaît assez clairement que, selon le point de vue de nos étudiant-e-s, ces deux qualités ne sont nullement exclusives l'une de l'autre.

Revenons à présent à l'une des hypothèses de départ : « à Naples, [...] la langue française a occupé par le passé et occupe encore de nos jours une place significative, ce qui nous pousse à croire que, en quelque sorte, la langue française n'y est pas tout à fait étrangère » (Agrèsti dans ce volume). Cette hypothèse demande inévitablement de « creuser en profondeur » dans l'imaginaire collectif napolitain, ce qui rend nécessaire des analyses fines, stratifiées, plurielles, qualitatives. Les tests d'association (libre) de mots nous amènent au cœur du noyau de la RS du français et de son aspect figé. Les items recueillis se rapportent tous aux éléments « stables de la *francité* » (Boyer 2003 : 26). Ils résultent d'une « perception globalisante du peuple » français et de la France et font référence à des éléments touristiques, gastronomiques ou du patrimoine culturel de l'Hexagone (Boyer 2003 : 35-36 ; chapitre 2 dans ce volume). Le français est conçu majoritairement comme un instrument de communication, dont certaines caractéristiques phonétiques attirent particulièrement l'attention, notamment la nasalisation des voyelles. On retrouve les symboles et les mythes les plus célèbres de l'imaginaire collectif de la France vue de l'étranger (Paris, la Tour Eiffel,

Brigitte Bardot, Victor Hugo, les parfums, le tricolore bleu-blanc-rouge, la baguette, etc.). L'atout des tests associatifs est leur capacité de produire des induits spontanés, immédiats, instinctifs, voire affectifs. Toutefois, force est de constater que la RS de la France chez nos enquêté-e-s relève de la stéréotypie. Les rapports entre stéréotype et RS sont évidemment très étroits, à tel point que Boyer (2003 : 15) définit le premier comme « une représentation qui a mal tourné, ou qui a trop bien tourné, victime, à n'en pas douter à la suite d'un usage immodéré dû à une grande notoriété, d'un processus de figement inhérent cependant à la nature de la représentation [...] ». Il émet même l'hypothèse de considérer la structure du stéréotype comme « une structure où noyau central et système périphérique ne font qu'un ». La stéréotypie qui touche les RS de la France et du français, qualifiée le plus fréquemment de langue « élégante », est de nature nettement positive : elle renvoie à la beauté, au luxe, à la culture, à l'art, à la littérature, au vin, à la gastronomie, etc. Le seul aspect « négatif » qui apparaît est le caractère « efféminé » que nombre de répondant-e-s associent à la langue française. Il s'agit d'une tendance mineure, mais susceptible de masquage. Il serait intéressant de connaître le degré de consensus que ce trait atteint auprès de la population napolitaine. La réponse associative qui s'ancre incontestablement dans la « napoléitanéité » est l'*azzurro* : la couleur du maillot de l'équipe de foot du Napoli, couleur dont l'histoire remonte aux dynasties angevine et Bourbon. L'aspect qui est en mesure de dévoiler la spécificité des RS du français à Naples est en revanche le lien linguistique (mais également culturel) qui rapproche le français du napolitain.

Cette composante représentationnelle n'apparaît qu'à travers la méthode interrogative. La plupart des enquêté-e-s insistent sur les ressemblances phonétiques et lexicales entre les deux langues, ils soulignent la « longue » domination des Français qui aurait inévitablement engendré la « proximité » linguistique entre le français et le napolitain. Les deux langues sont tantôt rapprochées tantôt opposées, pour être observées l'une à travers les caractéristiques de l'autre, dans une sorte de jeu de miroir où s'entremêlent lexicale, phonétique, accent, débit. Toujours concernant les rapports entre français et napolitain, il faut par ailleurs rappeler les collaborations musicales entre les rappeurs français et napolitains unis par l'idéologie hip-hop et par la dénonciation des inégalités sociales qui traversent les périphéries urbaines, notamment celles de Marseille et de Naples. L'univers de *Gomorra* et le lieu de tournage de la série télévisée, à savoir le quartier de Scampia devenu le symbole des banlieues, en constituent le maillon de

liaison. Dans les chansons des rappeurs français se mêlent les renvois aux personnages de *Gomorra*, le *Vele* di Scampia, Naples et la France. Ces chansons ont un impact dans l'imaginaire des jeunes napolitain-e-s, se placent au croisement de la culture française/marseillaise et napolitaine et sont susceptibles de créer des « communautés affectives » (Vitigliano 2019 : 16).

Les réponses des étudiant-e-s font apparaître également l'importance des emprunts au français, non seulement en napolitain, mais aussi en italien. C'est, pour eux-elles, une façon de s'approprier le français, le mots français se chargeant d'« italianité ».

Des éléments de subjectivité, indices d'une composante affective, émergent tout de même : la correspondance avec ses propres traits de personnalité ou physiques (l'élégance, la façon de s'habiller, la coupe de cheveux, le type de nez), la « passion » pour la France, les auteurs « préférés », une perception toute personnelle de l'ensemble France-langue qui « fascine », qui fait « tomber amoureux-euses ».

Toutefois, la composante représentationnelle la plus importante qui émerge des réponses recueillies concerne la qualification esthétisante du français. L'évaluation de la langue française se résume en deux mots : *élégance* et *beauté*. Par rapport à la dimension esthétique, la fonction utilitaire du français apparaît beaucoup moins évidente. Elle n'est pas cependant absente et sa valorisation représente l'une des « stratégies » de promotion du français proposées par nos apprenant-e-s.

En général, le « Milieu universitaire », la « Musique française », l'« Apprentissage et maîtrise de la langue », les « Voyages en France », la « Vision de films et vidéo-clip en français », la « Prononciation » constituent les catégories les plus représentées et susceptibles d'être considérées comme les éléments centraux de la RS du français, basée tendanciellement sur la relation métonymique langue-peuple.

Quant à la corrélation avec les variables diatopique, diagénique et d'établissement, le croisement des trois méthodes s'avère particulièrement efficace. Le figement représentationnel résultant de la méthode associative se reflète dans la quasi absence de corrélation entre les induits et les variables considérées. Un certain degré de corrélation apparaît à travers l'analyse des réponses aux questions ouvertes, mais la pluralité des catégories et le nombre de non réponses contribuent à donner une vision souvent floue des ces corrélations. On peut cependant souligner que les sous-populations urbaine, féminine et fréquentant les filières linguistico-

littéraires se conforment le plus fréquemment aux tendances de l'échantillon global. La variable diagénique a une faible incidence, tandis que la variable diatopique s'avère peu significative dans l'analyse des données avec la méthode MAC et plus significative dans l'analyse des données recueillies avec la méthode interrogative. Il reste à comprendre les raisons de cette oscillation. La méthode MAC permet, en particulier, de remarquer le comportement singulier des étudiant-e-s des établissements SOB et Vanvitelli (scores d'adhésion très éloignées pour la plupart des items : n. 4, 5, 7, 9, 10, 12, 14).

Ces quelques réflexions et la richesse des données présentées tout au long de cet ouvrage offrent plusieurs débouchés didactiques, qui ont été déjà en partie explicités dans les conclusions du chapitre 1. D'autres auteurs ont d'ailleurs déjà abordé le problème des RS du français dans cette particulière perspective applicative. En commentant les résultats de son enquête sur les RS du français, Grenzi (2014 : 350) écrit : « Ce travail montre que l'imaginaire des apprenants de FLE de la province de Modène (mais nous croyons que cela concerne tous les apprenants, italiens ou ressortissants d'autres pays, comme indiqué par les enquêtes citées) est assez simple et ne présente pas les aspects auxquels on s'attendrait après beaucoup d'années d'étude ». Or, à quelle image du français faudrait-il s'attendre ? De la réponse à cette question, qui impose finalement des analyses et des considérations au cas par cas, dépendent beaucoup de choix didactiques.

Quoi qu'il en soit, pour conclure, nous souhaitons mettre en exergue au moins trois idées-forces, qui pourraient utilement déboucher sur autant d'interventions pédagogiques. La première convoque un élément commun aux univers culturels en contact pris en compte dans la présente étude : la « musique » et le symbolisme phonétique peuvent inspirer des unités didactiques qui attirent l'attention sur les aspects intonatifs de la langue, également à travers la comparaison des trois langues « chantantes » par excellence, le français, l'italien et, bien entendu, le napolitain, à l'extraordinaire tradition musicale à la fois culte et populaire.

Un élément qui fait en revanche défaut dans nos données est la référence à la (F/f)rancophonie, terrain et réservoir de diversité, d'où l'opportunité de la valoriser dans les pratiques enseignantes. Comme l'écrit Jimenez (2018 : 243) « il s'agit [...] de transformer la classe de français en une véritable fenêtre de la Francophonie ».

Enfin, ce n'est que dans le cadre d'une didactique de l'intercompréhension entre langues romanes et, plus en général, du

plurilinguisme, que la proximité linguistique et culturelle entre français, italien et napolitain peut être mise à profit. Les traits centraux et périphériques de la RS du français qui résulte de notre analyse font émerger deux images du français, l'une abstraite et très stéréotypée, l'autre bien plus ancrée dans le tissu social et culturel napolitain.

Puisque les RS sont un produit culturel qui se structure au sein de la société, il serait intéressant d'analyser les RS du français à Naples même en dehors du milieu universitaire, privilégié, car certaines images du français, par exemple celle de langue efféminée, pourraient résulter encore bien incrustées dans la société. Du reste, « La vie représentationnelle de chacun de nous est une lutte constante contre d'autres représentations qui nous environnent » (Rojana-Anun 2005). Ce dernier constat ne fait que responsabiliser et relégitimer les pratiques des enseignants-chercheurs, auxquels on demande non seulement de lire le réel, étiquement et émiquement, mais également d'intervenir et de donner forme aussi bien aux objets d'étude qu'aux sujets étudiants.

Références

- ABERCROMBIE David (1968), « Paralanguage », *British Journal of Disorders of Communication*, 3, 1, pp. 55-59.
- ABRIC Jean-Claude (2003), « La recherche du noyau central et de la zone muette », dans Jean-Claude ABRIC (éd), *Méthodes d'étude des représentations sociales*, Ramonville-Saint-Agne : Erès, pp. 59-80.
- ABRIC Jean-Claude, VERGÈS Pierre (1994), Les représentations sociales de la banque. *Etudes et recherches du Gifresh*, 26.
- ABRIC Jean-Claude *et al.* (éds.) (1994, 2001), *Pratiques sociales et représentations*, Paris : PUF.
- ABRIC Jean-Claude (1987), *Coopération, compétition et représentations sociales*, Cousset-Fribourg : DeVal.
- AGRESTI Giovanni (En préparation), « Didactique des langues et environnement d'apprentissage. Mettre à contribution la francophonie latente dans la ville de Naples ».
- AGRESTI Giovanni (2020), « La médiation du linguiste dans le conflit diglossique : du regard rétrospectif aux nouvelles perspectives », dans Michele DE GIOIA, Mario MARCON (dir.) : *L'essentiel de la médiation. Le regard des sciences humaines et sociales*, Bruxelles : Peter Lang, pp. 123-142.
- AGRESTI Giovanni (2018), *Diversità linguistica e sviluppo sociale*. Prefazione di Jean Léo Léonard, Milano-Roma: Franco Angeli («Temi per lo sviluppo locale»).
- AGRESTI Giovanni (2017), « L'enjeu de l'identité linguistique dans l'île francoprovençale des Pouilles. Entre aménagement linguistique et linguistique du développement social », *Lengas. Revue de sociolinguistique*, 79 («L'Europe romane : identités, droits linguistiques et littérature»), Presses Universitaires de la Méditerranée. Édition électronique : <http://lengas.revues.org/1011>, pp. 1-39.

- AGRESTI Giovanni (2016), « Un nouvel outil numérique pour l'aménagement du français en Italie : l'analyse combinée des représentations linguistiques », *Publifarum*, 25 (« La Francesistica italiana à l'ère du numérique »).
<https://publifarum.farum.it/index.php/publifarum/article/view/567>, pp. 1-15.
- AGRESTI Giovanni (2015), *Le rappresentazioni sociali del romanés. Un'inchiesta sulla lingua dei rom e dei sinti in Italia*. Presentazione di Luciano D'Amico, Gianni Melilla. Postfazione di Pierfranco Bruni, Roma: Aracne («L'essere di linguaggio», 3).
- AGRESTI Giovanni (2008), « Analyser le discours écrit : les configurations relationnelles en français contemporain », dans Jacques DURAND, Benoît HABERT, Bernard LAKS (éds.), Actes du Premier Congrès Mondial de Linguistique Française (CMLF-08), CNRS et ILF (La Cité Internationale Universitaire de Paris, 9-12 juillet 2008) (édition sur CD-ROM et en ligne <https://www.linguistiquefrancaise.org/articles/cmlf/abs/2008/01/cmlf08172/cmlf08172.html>), pp. 1287-1300.
- AGRESTI Giovanni, PALLINI Silvia (2017), « L'occitan de Guardia Piemontese entre représentations linguistiques, construction identitaire et développement local, dans Aitor CARRERA, Isabel GRIFOLL (eds.), *Occitània en Catalonha: de tempes novèls, de novèls perspectives. Actes de l'XIen Congrès de l'Associacion Internacionala d'Estudis Occitans*. Barcelona - Lhèida : Generalitat de Catalonha - Institut d'Estudis Ilerdencs, pp. 299-313.
- AGRESTI, Giovanni et PALLINI, Silvia (2016), « Les représentations sociales de la langue et de l'identité frioulanes. Enquêtes dans le secondaire », *Circula. Revue d'idéologies linguistiques*, 3, pp. 86-113. En libre accès en ligne à la page <http://circula.recherche.usherbrooke.ca/numero-3/>
- AL-BADARNEH Abdullah (2013), « Enquêtons sur les représentations : aspects et implications méthodologiques, le cas des élèves jordaniens », dans Virginia GARIN, Guillaume ROUX, Maude VADOT (éds), *Enjeux méthodologiques en sciences du langage : orientations, matériaux, contraintes* (Actes du colloques Jeunes Chercheurs 7-8 juin 2012), Paris : L'Harmattan, pp. 91-110.

- ALÉN GARABATO Carmen, AUGER Nathalie, Patricia GARDIES, Eva KOTUL (2003), *Les représentations interculturelles en didactiques des langues-cultures : enquêtes et analyses*, Paris : L'Harmattan.
- ALTAMURA Antonio (1968), *Dizionario dialettale napoletano*, Naples : Fiorentino.
- ANDREOLI Raffaele (1887), *Vocabolario napoletano-italiano*, Turin : Paravia, [cit. tirée de l'éd. de 1966, Naples : Berisio].
- BENOIT-MOREAU Florence, DELACROIX Eva, FLOCH Aurélie, MOTTIS Elodie (2018), « Les stéréotypes de genre dans l'habillement : le cas des tee-shirts à messages » (Congrès de l'Association Française de Marketing, Strasbourg, France) (communication sans actes), <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01803622/document>.
- BIDAUD Samuel (2017), « Le phonosymbolisme des morphèmes du français », *Travaux de linguistique*, 75, 2, pp. 81-100, <https://www.cairn-int.info/revue-travaux-de-linguistique-2017-2-page-81.htm>.
- BLALOCK Hubert M. (1984), *Statistica per la ricerca sociale*, Bologna : Il Mulino.
- BOYER Henri (2016), *Faits et gestes d'identité en discours*, L'Harmattan : Paris.
- BOYER Henri (2003), *De l'autre côté du discours : recherches sur le fonctionnement des représentations communautaires*, Paris : L'Harmattan.
- CADDÉO Sandrine, JAMET Marie-Christine (2013), *Intercompréhension, une autre approche pour l'enseignement des langues*, Hachette : Paris.
- CAPUCHO Filomena (2008), « L'intercompréhension est-elle une mode ? Du linguiste citoyen au citoyen plurilingue », *Pratique*, 139-140, pp. 238-250.
- CASTAGNE Éric (éd.) (2007), *Les Enjeux de l'intercompréhension*, Reims : Épure.
- CASTELLOTTI Véronique, MOORE Danièle (2002), *Représentations sociales des langues et enseignements – Guide pour l'élaboration des politiques linguistiques éducatives en Europe – De la diversité linguistique à l'éducation plurilingue*, Strasbourg : Conseil de l'Europe, <http://www.coe.int/T/DG4/Linguistic/Source/CastellottiMooreFR.pdf>.

- CENNAMO Michela (2011), « Psicologici, verbi », dans SIMONE Raffaele (éd.), *Enciclopedia dell'italiano*, Rome : Istituto della Enciclopedia Italiana G. Treccani, pp. 258-260.
- COLOMBO Omar (2012), « Les représentations de quelques suffixes italiens chez les Français : une étude exploratoire », *La Clé des Langues*, <http://cle.ens-lyon.fr/italien/langue/la-traduction-1/les-representations-de-quelques-suffixes-italiens-chez-les-francais-une-etude-exploratoire>.
- CONSEIL DE L'EUROPE (2001), *Cadre européen commun de référence pour les langues* (CECRL), Paris : Didier.
- CONTINI Michel (2009), « Les phonosymbolismes : continuité d'une motivation primaire ? », *Travaux de linguistique*, 59, pp. 77-103, <https://www.cairn.info/revue-travaux-de-linguistique-2009-2-page-77.htm>.
- COURTINE Jean-Jean (1981), « Quelques problèmes théoriques et méthodologiques en analyse du discours. À propos du discours communiste adressé aux chrétiens », *Langages*, 62, *Analyse du discours politique*, pp. 9-128.
- D'ASCOLI Francesco (1990), *Dizionario etimologico napoletano*, Naples : Gallina.
- DAUZAT Albert, DUBOIS Jean, MITTERAND Henri (1981), *Nouveau Dictionnaire Etymologique de la langue française*, Paris : Larousse.
- DE CARLO Maddalena (éd.) (2011), *Intercomprensione e educazione al plurilinguismo*, Fermo : Wizarts.
- DOISE Willem (1990), « Les représentations sociales », dans Jean-François RICHARD, Rodolphe GHIGLIONE, Claude BONNET (éds), *Traité de psychologie cognitive*, vol. 3, Paris : Dunod, pp. 113-174.
- DUBOIS Jean, DUBOIS-CHARLIER Françoise (2013), *Les verbes français* (Version LVF+1). <http://rali.iro.umontreal.ca/LVF+1/alphabetique/A.html>.
- DURKHEIM Émile (1898), « Représentations individuelles et représentations collectives », *Revue de Métaphysique et de Morale*, 6, pp. 273-302.
- ERFURT Jürgen (2013), « Les différents concepts de la francophonie : applications et contradictions », dans KREMnitz Georg (Sous la direction de), *Histoire sociale des langues de France*, Rennes : Presses Universitaires de Rennes, pp. 61-70.

- EVENOU Gaid (2016), « L'intercompréhension entre langues romanes, levier d'un dialogue interculturel respectueux de la diversité linguistique », *Hermès, La Revue*, 75, 2, pp. 68-77.
- FÉDRY Jacques (2010), *Anthropologie de la parole en Afrique*, Paris : Karthala.
- FLAMENT Claude, ROUQUETTE Michel-Louis (2003), *Anatomie des idées ordinaires. Comment étudier les représentations sociales*, Paris : Armand Colin.
- FLAMENT Claude, GUIMELLI Christian, ABRIC Jean-Claude (2006), « Effets de masquage dans l'expression d'une représentation sociale », *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 69, pp. 15-31.
- FÓNAGY Iván (1983), *La vive voix: essai de psychophonétique*, Paris : Payot.
- FÓNAGY Iván (1979), *La métaphore en phonétique*, Ottawa : Didier.
- FORNEL de Michel, LÉON Jacqueline (2000), « L'analyse de conversation, de l'ethnométhodologie à la linguistique interactionnelle », *Histoire Épistémologie Langage*, 22, 1, pp. 131-135, http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/hel_0750-8069_2000_num_22_1_2770.
- FOUCHER Michel (2013), *Atlas de l'influence française au XXI^e siècle*, Paris : Robert Laffont.
- FREITAG Markus (2017), *Die Psyche des Politischen: Was der Charakter über unser politisches Denken und Handeln verrät (Politik und Gesellschaft in der Schweiz)*, Zürich : Neue Zürcher Zeitung (NZZ).
- GALLI DE' PARATESI Nora (1985), *Lingua toscana in bocca ambrosiana. Tendenze verso l'italiano standard: un'inchiesta sociolinguistica*, Bologne : Il Mulino.
- GALISSON Robert (1987), « Accéder à la culture partagée par l'entremise des mots à CCP », *Études de Linguistique Appliquée*, 67, pp. 119-140.
- GALISSON Robert, ANDRE Jean-Claude (1998), *Dictionnaire de noms de marques courants. Essai de lexiculture ordinaire*, INaLF (CNRS), Paris : Didier érudition.
- GHIO Bettina (2014), « Le rap français et la langue française : antinomie ou attraction ? », *Fabula-LhT*, 12, *La Langue française n'est pas la langue française*, <https://www.fabula.org/lht/12/ghio.html>.
- GIORDAN, Henri (2010), « Créer le désir de langue », dans AGRESTI Giovanni, D'ANGELO Mariapia (éds.) (2010), *Renverser Babel. Economie et*

écologie des langues régionales ou minoritaires. Actes des Troisièmes Journées des Droits Linguistiques (Université de Teramo-Faeto (FG), 20-23 mai 2009), Roma : Aracne (« *Lingue d'Europa e del Mediterraneo / Diritti linguistici* », 4/2), pp. 19-32.

GOHARD-RADENKOVIC Aline (2004), *Communiquer en langue étrangère. De compétences culturelles vers des compétences linguistiques*, Berne : Peter Lang.

GREZZI Chiara (2014), *L'image de la langue et de la civilisation françaises au sein de l'éducation nationale italienne : les représentations des acteurs du FLE des établissements scolaires de Modène*, Thèse de doctorat, Université Paul Valéry, Montpellier III, <http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01137678>.

GUIMELLI Christian, DESCHAMPS Jean-Claude (2000), « Effets de contexte sur la production d'associations verbales. Le cas de la représentation sociale des Gitans », *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 47, 48, pp. 44-54.

HANER Jean (2013), *La sagesse de votre visage*, Paris : Trédaniel [trad. de *The Wisdom Of Your Face: Change Your Life With Chinese Face reading*, Los Angeles, Californie, États-Unis : Hay House Inc., 2008].

HYMES Dell H. (1984), *Vers la compétence de communication*, Paris : Hatier-Crédif.

IBARRONDO Ludovic (2015), « Des airs de parole : du son et du rythme aux représentations symboliques de la musicalité intrinsèque à la langue », dans Stéphan ETCHARRY, Machteld MEULLEMAN (éds), *Langue et musique, Savoir en Prisme*, 4, <https://savoirsenprisme.com/numeros/04-2015-langue-et-musique/des-airs-de-parole-du-son-et-du-rythme-aux-representations-symboliques-de-la-musicalite-intrinseque-a-la-langue/>.

JAMET Denis (1999) « L'image du corps dans les langues », *L'ALEPH - Philosophies, Arts, Littératures*, L'ALEPH, 2, 2, pp. 10-19 [reproduit dans *L'ALEPH - Philosophies, Arts, Littératures*, 12 « Hors série », Lyon, 2003] http://aleph-idris.com/secure/corps_langues.pdf.

JANIN Pierre (2016), « L'intercompréhension, une ancienne pratique d'échange, une clé pour l'avenir », *Repères DoRiF, Langues et citoyenneté – Comprendre le monde pour agir dans la société*, http://www.dorif.it/ezine/ezine_articles.php?id=285.

- JANOT Pascale (2017), « Le français parlé : quel imaginaire linguistique dans les commentaires d'apprenants du corpus Interphonologie du Français Contemporain (IPFC-Italie) ? », *Repères DoRiF*, 12, Enrica GALAZZI, Marie-Christine JAMET (éds), *Les z'oraus. Les français parlés entre sons et discours*, http://www.dorif.it/ezone/ezone_articles.php?id=337.
- JIMENEZ Julian (2018), « Français et variété étrangère. Représentations de la langue française et des variétés québécoises en Colombie », *Synergies France*, 12, pp. 227-244.
- JODELET Denise (1989), « Représentations sociales : un domaine en expansion », dans JODELET Denise (éd.), *Les représentations sociales*, Paris : PUF, pp. 31-61.
- KERBRAT-ORECCHIONI Catherine (1980), *L'Énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Paris : Armand Colin (= U).
- LAKOFF George, JOHNSON Mark (1985), *Les Métaphores dans la vie quotidienne*, Paris : Minuit [*Metaphors we live by*, Chicago: The University of Chicago Press, 1980].
- LAKOFF George (1993), «The Contemporary Theory of Metaphor», dans Andrew ORTONY (éd.), *Metaphor and Thought*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 202-251.
- LECOMTE Alain (1981), « Comment Einstein raconte comment Newton expliquait la lumière, ou le rôle de la mémoire interdiscursive dans le processus explicatif », *Revue européenne des sciences sociales et Cahiers Vilfredo Pareto*, XIX-56, pp. 69-93.
- LO MONACO Grégory, LHEUREUX Florent (2007), « Représentations sociales : théorie du noyau central et méthodes d'étude », *Revue Electronique de Psychologie Sociale*, APSU, pp 55-64.
- LO MONACO Grégory, GUIMELLI Christian (2008), « Représentations sociales, pratique de consommation et niveau de connaissance : le cas du vin », *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 78, pp. 35-50.
- LUNGU-BADEA Georgiana (2009), « Remarques sur le concept de culturème », *Translationes*, 1, pp. 15-78.
- MARCOUX Richard, RICHARD Laurent (2017), *Tendances démographiques dans l'espace francophone*, Québec : Observatoire démographique et statistique de l'espace francophone, Université Laval, Rapport de recherche de l'ODSEF.

- MASONI Céline (2019), « Procès fictionnels et imaginaires périphériques : la série *Gomorra* dans la réception active des rappeurs français », *Cahiers de Narratologie*, 36, <https://journals.openedition.org/narratologie/9872>.
- MAUGEY Axel (2017), *Le succès de la francophonie au XXI^e siècle*, Saint-Chéron : Éditions Unicité.
- MAURER Bruno (dir.) (2016) *Images de langues minoritaires en Méditerranée : dynamiques sociolinguistiques et productions idéologiques*, numéro thématique de *Circula*, 3. En libre accès en ligne à la page <http://circula.recherche.usherbrooke.ca/numero-3/>
- MAURER Bruno (coord.) (2014) *Mesurer la francophonie et identifier les francophones. Inventaire critique des sources et des méthodes*, Paris : Édition des Archives Contemporaines.
- MAURER Bruno (2013), *Représentations sociales des langues en situation multilingue : la méthode d'analyse combinée, nouvel outil d'enquête*, Paris, Archives contemporaines.
- MAURER Bruno (1999), « Quelles méthodes d'enquêtes sont effectivement employées aujourd'hui en sociolinguistique ? », dans Louis-Jean CALVET, Pierre DUMONT (éds), *L'enquête sociolinguistique*, Paris : L'Harmattan, pp. 167-190.
- MIGNONE Alessia, MARINUCCI Marcello (2005), *Francesismi nel dialetto napoletano*, Trieste : Edizioni Università di Trieste.
- MOIRAND Sophie (2004) « De la nomination au dialogisme : quelques questionnements autour de l'objet de discours et de la mémoire des mots », dans CASSANAS Armelle *et al.* (dir.), *Dialogisme et nomination*, Actes du III^e colloque Jeunes chercheurs, Publications de l'université Paul-Valéry, Montpellier 3, pp. 27- 61.
- MOLES Abraham A. (1967), *Sociodynamique de la culture*, Paris-La Haye : Mouton et Cie.
- MOLINER Pascal, LO MONACO Grégory (2017), *Méthodes d'association verbale pour les sciences humaines et sociales : fondements conceptuels et aspects pratiques*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- MOLLARD-DESFOUR Annie (2011), « Le lexique de la couleur : de la langue à la culture...et aux dictionnaires », *Revue d'Études Françaises*, 16, pp. 89-108.

- MONDADA Lorenza (2008), « Documenter l'articulation des ressources multimodales dans le temps : la transcription d'enregistrements vidéo d'interaction », *Données orales, les enjeux de la transcription*, Perpignan : Presses Universitaires de Perpignan, *Cahiers 37*, pp.127-155.
- MOSCOVICI Serge (1961, 2008), *La psychanalyse, son image et son public*, Paris : PUF, Édition de 1976 [*Psychoanalysis. Its image and its public*, Cambridge (U.K.) and Malden, MA: Polity Press].
- MOSCOVICI Serge (1988), « Notes toward a description of social representations », *European Journal of Social Psychology*, 18, pp. 211-250.
- NOBILE Luca (2019), « Le symbolisme phonétique à l'âge de l'oralité numérique. Une perspective sur le langage par delà 'nature' et 'culture' », *Signifiances (Signifying)*, 3, 1, pp. I-XXXV.
- NOBILE Luca (2014), « L'iconicité phonologique dans les neurosciences cognitives et dans la tradition linguistique française », *Le Français Moderne*, 82, 1, pp. 131-169.
- OHALA John (1984), « An ethological perspective on common cross-language utilization of F0 of voice », *Phonetica*, 41, pp. 1-16.
- ORGANISATION INTERNATIONALE DE LA FRANCOPHONIE (OIF) (2019), *La langue française dans le monde (2015-2018)*, Paris : Gallimard/Organisation Internationale de la Francophonie.
- ORGANISATION INTERNATIONALE DE LA FRANCOPHONIE (OIF) (2014), *La langue française dans le monde 2014*, Paris : Nathan/ Organisation Internationale de la Francophonie.
- PASEC (2015), *PASEC2014 – Performances des systèmes éducatifs en Afrique subsaharienne francophone : Compétences et facteurs de réussite au primaire*, Dakar : PASEC, CONFEMEN. <http://www.pasec.confemen.org/publication/pasec2014-rapport/>
- PAVEAU Marie-Anne (2014) « Mémoire, démémoire, amémoire. Quand le discours se penche sur son passé ». Version française d'un article publié en portugais du Brésil dans la revue *EID&A*, 5, sous le titre « Memoria, des-memoria, a-memoria. Quando o discurso volta-se para seu passado » (décembre 2013, p. 137-161). hal-00990033
- PÉPIOT Erwan (2013), *Voix de femmes, voix d'hommes : différences acoustiques, identification du genre par la voix et implications psycholinguistiques*

chez les locuteurs anglophones et francophones, Linguistique. Université Paris VIII Vincennes-Saint Denis, Thèse de doctorat en Sciences du langage.

- PUOLATO Daniela (2020), « Représentations sociales des langues en milieu pluri-/multilingue. Une étude menée auprès des Africains subsahariens francophones installés à Naples et à Castel Volturno », dans Giovanni PASTA (éd.), *Mantua Humanistic Studies*, XI, pp. 315-370.
- PUOLATO, Daniela (2019), « ‘Je suis partout’ donc ‘J’existe’. La francophonie visuelle à Naples », dans Giovanni AGRESTI, Koffi Ganyo AGBEFLE, Rahma BARBARA (Coord.), *La recherche francophone dans le monde : interroger les lettres et les sciences sociales et humaines*. Actes du 1^{er} Congrès mondial des chercheurs francophones (Accra, Ghana, 11-14 juin 2019), *Les Cahiers de l’ACAREF*, 1, 3, décembre 2019, p. 239-269.
- RADANOVIC VIEIRA Denise (2008), *Estudantes brasileiros na França: competência intercultural e ensino-aprendizagem de línguas estrangeiras: um estudo de caso*, Thèse de doctorat, Faculdade de Educação, São Paulo, <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-08012009-111648/pt-br.php>.
- RATEAU Patrick, LO MONACO Grégory (2013), « La Théorie des Représentations Sociales : orientations conceptuelles, champs d’applications et méthodes », *Revista CES Psicologia*, 6, pp. 1-21.
- ROJANA-ANUN Suthisa (2005), *Les représentations du français en Asie du Sud Est. Le cas des étudiants en licence de français au Cambodge, au Laos, à Singapour, en Thaïlande et au Vietnam*, Thèse de doctorat en Sciences du langage, Université du Maine (Le Mans), Faculté des Lettres, Langues et Sciences Humaines.
- RUSSO Lorenza (2019), « La proximité linguistique entre le français et l’italien : le cas des collocations », *Nouveaux cahiers de linguistique française*, 33, pp. 319-334, <http://archive-ouverte.unige.ch/unige:123448>.
- SANTARPIA Alfonso *et al.* (2006), « La catégorisation des métaphores conceptuelles du corps », *Annales Médico Psychologiques*, 164, pp. 476-485.
- SAUSSURE de Ferdinand (1916), *Cours de linguistique générale*, Paris, Payot (cit. tirée de l’éd. de 1972).

- SHEEREN Hugues (2016), « L'intercompréhension : un nouveau souffle pour les langues romanes minoritaires et pour les dialectes ? », *Lengas*, 79, <https://journals.openedition.org/lengas/1060#quotation>.
- STRIGNANO Maddalena Grazia (2020), *L'image de la langue française : représentations sociolinguistiques des apprenants de FLE des universités de la Campanie*, Mémoire de Master, Université de Naples « Federico II ».
- STRUDSHOLM Erling (2011), « Movimento, verbi di », dans Raffaele SIMONE (éd.), *Enciclopedia dell'italiano*, Rome : Istituto della Enciclopedia Italiana G. Treccani, pp. 929-932.
- STUBY Patrick (2015), *Les représentations de la langue française à Madagascar*, Mémoire professionnel de Master en enseignement, Lausanne.
- SVALBERG Agneta M-L. (2016), « Language Awareness research: where we are now », *Language Awareness*, 25, 1-2, pp. 4-16.
- TEMPLE Martine (1996), *Pour une sémantique des mots construits*. Villeneuve d'Ascq : Presses Universitaires du Septentrion.
- THIBAUT André (2010), *Galicismes et théorie de l'emprunt linguistique*, Paris : L'Harmattan.
- VAN BAARDEWIJK-RESSÉGUIER Jacqueline (1993), « Les mots de la culture », dans Aafke HULK, Francine MEKLA, Jan SCHROTEN (éds), *Du lexique à la morphologie : du côté de chez Zwaan*, Amsterdam-Atlanta : Rodopi, pp. 29-31.
- VELÁZQUEZ HERRERA Adelina (2011), « Représentations sociales de la langue française et motivations de son apprentissage : enquête auprès d'étudiants universitaires mexicains spécialistes et non spécialistes », *Synergies Mexique*, 1, pp. 57-69.
- VERGÈS Pierre (1994), « Approches du noyau central : propriétés quantitatives et structurales », in Christian GUIMELLI (éd.), *Structures et transformations des représentations sociales*, Neuchâtel : Delachaux et Niestlé, pp. 233-253.
- VERGÈS Pierre (1992), « L'évocation de l'argent : Une méthode pour la définition du noyau central d'une représentation », *Bulletin de psychologie*, 45, 405, pp. 203-209.
- VITIGLIANO Daniela (2019), « IAM et Co'Sang : le rap au croisement des cultures marseillaise et napolitaine », *Archiv für Textmusikforschung*, 4, pp. 1-20, www.atem-journal.com.

WHITE Joanna, HORST Marlise (2012), « Cognate awareness-raising in late childhood: Teachable and useful », *Language Awareness*, 21, pp. 181-196.

ZARCONE Alessandra (2006), « Azionalità », *Quaderni del laboratorio di linguistica*, 6, pp. 1-9, http://linguistica.sns.it/QLL/QLL06/Alessandra_Zarcone.PDF.

Annexes

Tableaux quantitatifs

CATEGORIES	<i>Fréquences</i>	<i>Nbre d'items</i>
<i>À l'Université</i>	51%	150
<i>Musique</i>	36%	105
<i>Film ou séries télévisées</i>	23%	67
<i>Livres, magazines ou revues</i>	11%	33
<i>Amis</i>	9%	28
<i>Internet et réseaux sociaux</i>	9%	26
<i>Médias</i>	6%	17
<i>Jamais</i>	6%	13
<i>Au travail</i>	3%	10
<i>À la maison</i>	3%	10
<i>Mots français en italien</i>	3%	9
<i>Voyages</i>	2%	7
<i>Touristes</i>	2%	7
<i>Toujours</i>	2%	5
<i>Autre</i>	0%	1
<i>Aucune réponse</i>	3%	8
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>		295

Fig. 3 – Circonstances où le français entre dans la vie quotidienne des enquêté-e-s

CATEGORIES	<i>Fréquences</i>	<i>Nbre d'items</i>
<i>Apprentissage/compétence de la langue</i>	29%	85
<i>Traits physiques et caractériels</i>	24%	72
<i>Intérêt pour la langue, la littérature, l'art et l'histoire français</i>	15%	44
<i>Passion pour la mode</i>	10%	29
<i>Affinités linguistiques, culturelles et politiques</i>	9%	27
<i>Rien ne fait sentir français(es)</i>	8%	24
<i>Gastronomie</i>	5%	15
<i>Autre</i>	3%	9
<i>Aucune réponse</i>	9%	28
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 4 – Raisons pour lesquelles les enquêté-e-s se sentent français-es

Les représentations sociales de la langue française à Naples

CATEGORIES	Fréquences	Nbre d'items
<i>Écoute de la musique française</i>	28%	83
<i>Voyage en France</i>	23%	69
<i>Vision de films/vidéo-clips en français</i>	22%	66
<i>Étude de la culture, de l'histoire et des traditions françaises</i>	16%	46
<i>Grâce à la littérature française</i>	14%	41
<i>Jugements pseudo-linguistiques attribués au français</i>	12%	35
<i>Lecture de magazines ou de revues français</i>	11%	32
<i>Apprentissage de la langue</i>	11%	31
<i>Pratique de la langue avec des francophones</i>	5%	15
<i>Observation d'œuvres d'art françaises</i>	4%	11
<i>Autre</i>	5%	14
<i>Aucune réponse</i>	4%	12
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 5 – Moyens pour faire intéresser un-e ami-e à la langue et à la culture françaises

CATEGORIES	Fréquences	Nbre d'items
<i>Jugement pseudo-linguistique</i>	66%	195
<i>France (art, culture, histoire)</i>	23%	69
<i>Jugement social</i>	14%	40
<i>Mode</i>	11%	31
<i>Jugement fonctionnel</i>	1%	3
<i>D'autres réponses</i>	0%	1
<i>Aucune réponse</i>	2%	6
<i>Je ne sais pas</i>	1%	3
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 6 – Raisons pour lesquelles le français est lié à l'idée de raffinement et d'élégance

CATEGORIES	Fréquences	Nbre d'items
<i>Prononciation</i>	49%	146
<i>Jugement pseudo-linguistique</i>	24%	71
<i>Je ne sais pas</i>	7%	20
<i>Autre</i>	5%	16
<i>Aucune réponse</i>	25%	74
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 7 – Raisons pour lesquelles la tonalité du français est agréable

Les représentations sociales de la langue française à Naples

CATEGORIES	<i>Fréquences</i>	<i>Nbre d'items</i>
<i>Secteur du tourisme</i>	52%	153
<i>Traduction / Interprétariat</i>	24%	70
<i>Employé-e au sein des entreprises</i>	16%	46
<i>Entrepreneuriat</i>	7%	21
<i>Hôtesse de l'air / steward</i>	7%	20
<i>Personnel administratif / diplomatique</i>	4%	13
<i>Secteur édition / journalisme</i>	4%	12
<i>Emploi artistique</i>	3%	9
<i>Étude / recherche</i>	3%	9
<i>Secteur de la mode</i>	2%	5
<i>Aucun débouché professionnel</i>	2%	6
<i>Je ne sais pas</i>	2%	6
<i>Aucune réponse</i>	11%	33
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 8 – Débouchés professionnels et maîtrise du français à Naples

CATEGORIES	<i>Fréquences</i>	<i>Nbre d'items</i>
<i>Oui</i>	87%	256
<i>Non</i>	12%	36
<i>Aucune réponse</i>	1%	3
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 9 – Attitude envers le français en tant que langue appropriée aux secteurs du journalisme et de l'édition

CATEGORIES	<i>Fréquences</i>	<i>Nbre d'items</i>
<i>Oui</i>	71%	210
<i>Non</i>	25%	74
<i>Aucune réponse</i>	4%	11
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 10 – Opinions concernant la présumée meilleure maîtrise du français des Napolitain-e-s

Les représentations sociales de la langue française à Naples

CATEGORIES	Fréquences	Nbre d'items
<i>Oui, en raison des similarités lexicales</i>	23%	69
<i>Oui, en raison des similitudes phonétiques</i>	21%	61
<i>Oui, pour des raisons historiques</i>	16%	48
<i>Oui, grâce aux mots napolitains issus du français</i>	7%	20
<i>Oui, s'il s'engage à fond dans l'apprentissage du français</i>	6%	17
<i>Non, à cause de la phonétique du napolitain</i>	10%	29
<i>Non, n'importe qui peut le faire</i>	10%	29
<i>Autre</i>	6%	19
<i>Je ne sais pas</i>	1%	3
<i>Aucune réponse</i>	14%	42
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 11 – Explications concernant la présupposée meilleure maîtrise du français attribuable ou non attribuable aux Napolitain-e-s

CATEGORIES	Fréquences	Nbre d'items
<i>Bouche</i>	36%	106
<i>Nez</i>	22%	66
<i>D'autres parties de la tête</i>	14%	42
<i>Langue</i>	13%	38
<i>Cœur</i>	12%	36
<i>D'autres parties du corps</i>	7%	21
<i>Aucune partie du corps</i>	1%	2
<i>Autre</i>	0%	1
<i>Je ne sais pas</i>	0%	1
<i>Aucune réponse</i>	3%	8
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 12 – Parties du corps associées au français

CATEGORIES	Fréquences	Nbre d'items
<i>Verbes psychologiques</i>	35%	103
<i>Verbes d'activité</i>	34%	100
<i>Verbes de mouvement</i>	8%	23
<i>Autres</i>	4%	13
<i>Aucune réponse</i>	19%	56
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 13 – Verbes associés à la langue française

Les représentations sociales de la langue française à Naples

CATEGORIES	<i>Fréquences</i>	<i>Nbre d'items</i>
<i>Noms abstraits</i>	30%	88
<i>Gastronomie</i>	13%	38
<i>Art et littérature</i>	7%	22
<i>Style vestimentaire français</i>	6%	17
<i>Parties du corps</i>	5%	15
<i>Monuments historiques</i>	3%	9
<i>Lexique de base</i>	11%	32
<i>Autres</i>	2%	6
<i>Aucune réponse</i>	23%	68
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 14 – Substantifs associés à la langue française

CATEGORIES	<i>Fréquences</i>	<i>Nbre d'items</i>
<i>Jugement esthétique</i>	47%	138
<i>Trait de personnalité</i>	23%	68
<i>Autre</i>	13%	38
<i>Aucune réponse</i>	17%	51
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 15 – Adjectifs associés à la langue française

CATEGORIES	<i>Fréquences</i>	<i>Nbre d'items</i>
<i>Gastronomie</i>	19%	56
<i>Monuments historiques</i>	16%	47
<i>Mode française</i>	16%	46
<i>Lexique de base</i>	8%	25
<i>Mots renvoyant au domaine d'étude</i>	8%	23
<i>Symbole national</i>	6%	19
<i>Autre</i>	8%	24
<i>Aucune réponse</i>	19%	55
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 16 – Objets associés à la langue française

Les représentations sociales de la langue française à Naples

CATEGORIES	Fréquences	Nbre d'items
<i>Écrivains</i>	19%	56
<i>Chanteur-euse-s</i>	16%	46
<i>Acteur-trice-s</i>	11%	32
<i>Stylistes</i>	8%	25
<i>Personnages historiques</i>	8%	25
<i>Hommes politiques</i>	5%	15
<i>Sportifs</i>	4%	12
<i>Artistes</i>	4%	11
<i>Mannequins</i>	2%	7
<i>Personnages de fiction</i>	3%	9
<i>Autre</i>	0%	1
<i>Aucune réponse</i>	19%	56
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 17 – Personnes/personnages associés à la langue française

CATEGORIES	Fréquences	Nbre d'items
<i>Bleu</i>	35%	102
<i>Rouge</i>	33%	96
<i>Rose</i>	9%	26
<i>Jaune</i>	5%	16
<i>Bleu ciel</i>	5%	16
<i>Blanc</i>	5%	14
<i>Autre</i>	11%	32
<i>Aucune réponse</i>	2%	6
<i>Nbre d'étudiant-e-s</i>	100%	295

Fig. 18 – Couleurs associées à la langue française

CATEGORIES	Fréquences	Nbre d'items
<i>Images et slogans</i>	32%	93
<i>Jugement pseudo-linguistique</i>	20%	58
<i>Culture et la littérature française</i>	10%	29
<i>Symboles de la France</i>	6%	17
<i>Musique française</i>	3%	9
<i>Enseignement ludique de la langue</i>	3%	8
<i>Autre</i>	5%	14
<i>Je ne sais pas</i>	3%	9
<i>Aucune réponse</i>	29%	85
	100%	295

Fig. 19 – Façons dont les enquêté-e-s diffuseraient la langue française

En couverture :
Naples, via dei Tribunali. En français dans le texte
Photo de Michela Lo Feudo (2018)