

## Minorités linguistiques et société Linguistic Minorities and Society



*Le marché et la langue occitane au vingt-et-unième siècle : microactes glottopolitiques contre substitution*, Carmen Alén GARABATO et Henri BOYER, Lambert Lucas, 2020, 140 p.

Laurence Arrighi

Number 19, 2022

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1094402ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1094402ar>

[See table of contents](#)

### Publisher(s)

Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques / Canadian Institute for Research on Linguistic Minorities

### ISSN

1927-8632 (digital)

[Explore this journal](#)

### Cite this review

Arrighi, L. (2022). Review of [*Le marché et la langue occitane au vingt-et-unième siècle : microactes glottopolitiques contre substitution*, Carmen Alén GARABATO et Henri BOYER, Lambert Lucas, 2020, 140 p.] *Minorités linguistiques et société / Linguistic Minorities and Society*, (19), 170–173.  
<https://doi.org/10.7202/1094402ar>



## Compte rendu

### *Le marché et la langue occitane au vingt-et-unième siècle : microactes glottopolitiques contre substitution*

Carmen Alén GARABATO et Henri BOYER, Lambert Lucas, 2020, 140 p.

**Par Laurence Arrighi**

*Université de Moncton*

Dans les années 1990, le paysage linguistico-médiatique français fut le théâtre d'une petite révolution. Une publicité télévisée pour une eau minérale (la source Quézac<sup>1</sup> située dans le Cantal, en zone occitanophone) met en scène une petite fille narrant ce qui est présenté comme la légende de la source... en langue occitane. L'essentiel de la prise de parole est doublé en français par une voix hors-champ. Toutefois, le début et la fin de cette saynète laissent entendre, sans autre traduction, quelques mots de l'une de ces langues régionales qui ont été longtemps privées de toute présence publique et que la République française a tant travaillé à éradiquer. Cette publicité, pour une marque qui venait d'être rachetée par la multinationale agro-alimentaire Nestlé, peut être vue comme la manifestation extrême d'un mouvement qui prenait alors de l'ampleur : celui de la marchandisation des langues patrimoniales. Toutefois, le recours à une langue minoritaire – dans notre contexte, l'occitan – pour vendre un produit ou un service est-il purement instrumental? Cette incursion du « patois » (ainsi qu'il reste souvent nommé dans la vie ordinaire) dans l'espace public peut-elle être (aussi) comprise autrement? Et si cela avait un sens à la fois émotionnel et réfléchi de la part de nombre de personnes qui ont recours à cette pratique?

Carmen Alén Garabato et Henri Boyer, tous deux largement reconnus pour leur contribution à la compréhension de mécanismes sociolinguistiques en contexte occitan (la domination, la substitution linguistique...), consacrent à ce sujet un ouvrage fondé sur des décennies d'observation de terrain et les résultats d'entretiens ciblés dans le cadre

---

1. On peut voir la publicité à partir du lien suivant, consulté le 8 septembre 2022 : [https://www.youtube.com/watch?v=WKOv6mL\\_-Zc](https://www.youtube.com/watch?v=WKOv6mL_-Zc)

du projet de recherche ECO OC<sup>2</sup>. Ce projet, sous-titré « L'occitan face au marché », avait pour objectif de dresser un état des lieux de la présence de la langue et de la culture occitanes dans le monde du commerce (noms d'entreprises, de produits, usage publicitaire...). La chercheuse et le chercheur partent du constat que bon nombre de langues régionales ou minoritaires en Europe – et il en va de même pour bien d'autres langues dans le monde – survivent aujourd'hui dans des situations de coexistence très peu favorables. Elles doivent affronter de concert les langues dominantes au sein de leur communauté mais aussi les effets de la mondialisation. De plus, depuis quelques décennies, en Europe du moins, ces langues sont moins menacées par des politiques ouvertement coercitives que par l'indifférence des pouvoirs publics à leur endroit et un certain déficit de loyauté de la part des usagers et usagers potentiels. Enfin, la patrimonialisation de ces langues par la *Charte européenne des langues régionales ou minoritaires* pourrait contribuer à leur folklorisation.

Dans ce contexte difficile, Garabato et Boyer soulignent toutefois « la montée en puissance (limitée, certes, mais bien visible) dans la communication sociale et le paysage scriptural urbain d'une utilisation de désignants en occitan » (p. 10). Comment peut-on comprendre ce paradoxe ethno-sociolinguistique ? Au-delà de la recherche du profit, d'une valeur ajoutée essentiellement commerciale (et également touristique) signalée plus haut, peut-on y voir une action plus désintéressée, subjective et nostalgique mais néanmoins volontariste, une série de « microactes glottopolitiques » offrant un exemple de ce qui serait une intervention de *par en bas* sur les dynamiques linguistiques (Nettle et Romaine 2003, p. 189 et ss.) ?

Si une interprétation complexe, faisant intervenir un faisceau de facteurs difficiles à démêler, doit être privilégiée, c'est surtout la dernière piste évoquée que vont creuser Garabato et Boyer. Au fil de leur recherche en effet, ces occitanistes ont certes recueilli des arguments pratiques (débouchés professionnels ou commerciaux), des arguments sociolinguistiques (« c'est la langue de la région », « il faut éviter qu'elle se perde »), mais les arguments affectifs ne sont pas en reste. En effet, auprès de nombreuses personnes qui utilisent la langue régionale pour des raisons certes commerciales, le chercheur et la chercheuse ont entendu l'expression d'un réel engagement : « on a voulu l'appeler "La Granhota" parce qu'on est quand même en région occitane/et que par conviction et par engagement pour la culture occitane/j'ai voulu/prendre un nom occitan/voilà » (affirme un témoin cité p. 77). Notons que plusieurs extraits de discussions sont amplement retranscrits dans l'ouvrage, ce qui est indéniablement l'une de ses valeurs ajoutées. L'auteur et l'autrice remarquent aussi, si ce n'est une connaissance de la langue, une réflexion linguistique avancée et un souci de bien faire. Plusieurs personnes interrogées discutent par exemple de choix (ortho)graphiques. Doit-on privilégier *lo*, forme historique et normative de l'article défini, ou *lou*, forme francisée mais

---

2. Le titre joue sans doute sur les sonorités en commun entre le terme économie, abrégé en ECO et le Oc qui renvoie à langue d'oc qui a donné son nom à la Région du Languedoc et au nom Occitanie. Dans l'étude on apprend que Oc fut longtemps et très largement utilisé dans le nom de commerces et d'entreprises.

devenue plus iconique du Sud de la France? En reprenant l'exploitation viticole, un fils passe ainsi de la graphie patoisante et francisée « Lou sang del pays », choisie par ses parents pour dénommer une de leur cuvée, à « Lo sang del país », adoptant ainsi une graphie plus classique et plus cohérente et prouvant (certes anecdotiquement) que les représentations sur l'occitan ont changé.

L'équipe de recherche a aussi relevé plusieurs fois une émotion notable. Bien des entrepreneurs et entrepreneuses interrogés évoquent en effet leur plaisir à utiliser cette langue (même si ce n'est que sur une étiquette). Elle est « belle », ils « l'aiment », « l'adorent ». De façon particulièrement touchante, beaucoup soulignent qu'elle est pour eux et elles un lien avec les grands-parents, l'enfance, les bons souvenirs. Ainsi, choisir un nom occitan pour son restaurant :

c'est rendre hommage à mes grands-parents [...] décédés depuis longtemps [et que] je comprenais quand ils parlaient doucement sur tel/sur certains mots/mais après non [...] c'est un souvenir de jeunesse qui m'est cher/parce que mes grands-parents/ si vous préférez/les parents travaillaient/ c'est eux qui m'ont euh qui m'ont élevé quoi? qui m'ont qui m'ont gardé/voilà/donc c'est une attache familiale très forte. (cité p. 63-64)

Ce sont aussi certaines valeurs non marchandes qui sont associées à la langue. Elle évoque par exemple le travail artisanal contre une mécanisation de la production, l'homogénéisation du produit fini et la déshumanisation du travail menant à celui-ci. Ce sont ces valeurs qui met en l'avant un minotier de l'Aude qui a choisi d'appeler sa farine « Fior de pièra » (fleur de pierre), parce c'est « l'image avec la meule de pierre, signe de top qualité pour les farines. La translation en occitan permet de rappeler en sus le travail artisanal, l'intérêt des variétés anciennes, aussi » (cité p. 81).

L'usage de la langue régionale permet aussi d'évoquer la proximité et, ce faisant, de promouvoir l'achat local et donc écologiquement responsable. Évoquer ce type de valeurs quand il est question de l'occitan offre un certain détachement de dimensions traditionalistes du nationalisme occitan fondé surtout sur l'origine ethnique. L'un des résultats de l'enquête fut en effet de montrer que l'usage ici décrit de la langue régionale et l'attachement à cette dernière sont aussi le fait de personnes venues de l'autre bout de la France, voire de l'autre côté de la Méditerranée.

Dépassant le cas envisagé, la lecture proposée par Garabato et Boyer signe un certain renouveau de l'approche sociolinguistique du contact de langues : un accent moins porté, d'une part, sur le conflit que sur des stratégies de conciliation, de coexistence et, d'autre part, moins sur les dimensions collectives que sur le versant individuel. Conséquemment, l'agentivité, l'autonomisation des individus, leur capacité de résistance (même minime) sont reconnus, tout comme la prise en compte de leurs affects devient une piste scientifiquement probante. Dans un numéro précédent de *Minorités linguistiques et société*, Geneviève Bernard

Barbeau et Claudine Moïse appelaient à une telle lecture du contact linguistique qui soit plus en lien avec l'individuation de nos sociétés contemporaines. L'ouvrage de Carmen Alén Garabato et d'Henri Boyer illustre tout ce que cette (nouvelle) appréhension des dynamiques linguistiques a de prometteur en nos temps de modernité avancée.

Laurence Arrighi

[laurence.arrighi@umoncton.ca](mailto:laurence.arrighi@umoncton.ca)

## Référence

Bernard Barbeau, G. et Moïse, C. (2019). Transformation des dynamiques minoritaires, paradigmes sociolinguistiques et émotions. *Minorités linguistiques et société = Linguistic Minorities and Society*, 12, 31-50. <https://doi.org/10.7202/1066520ar>

Nettle, D. et Romaine, S. (2003). *Ces langues, ces voix qui s'effacent : menaces sur les langues du monde*. Autrement.