

Québec français



Pour un usage linguistique des lois de l'économie

Roger Chamberland

Number 91, Fall 1993

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/44499ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Publications Québec français

ISSN

0316-2052 (print)

1923-5119 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Chamberland, R. (1993). Pour un usage linguistique des lois de l'économie. *Québec français*, (91), 5-5.

POUR UN USAGE LINGUISTIQUE DES LOIS DE L'ÉCONOMIE

Voilà ! c'est chose faite, la loi 101 n'est plus qu'un vague souvenir qui habitera une certaine génération qui s'était habituée à vivre en regardant le visage français du Québec. Mais à trop contempler l'horizon, on n'entend plus les clameurs qui s'agitent dans notre dos ; à trop croire que la seule force d'une loi, aussi coercitive soit-elle, peut assurer la pérennité d'une langue, nous a fait oublier que la parole existe parce qu'il y a des hommes, des femmes et des enfants qui l'utilisent. Visiblement, le français à Montréal n'aura été qu'une langue d'apparat, celle que l'on parle et que l'on affiche pour se conformer à la loi, sans en avoir saisi l'âme profonde et la culture qui y est adjointe. En somme, la portée culturelle d'une langue dépasse largement le cadre législatif et juridique dans lesquels on tente de la faire survivre.

La loi 186 a rompu la paix relative qui s'était instaurée, à force de loi, et transforme notre rapport à la dualité linguistique qui constituera désormais notre paysage. On ne reviendra pas sur les effets et les conséquences à court, moyen et à long terme, – là-dessus, tout a été dit ou presque –, cherchons plutôt à redéployer la logique que sous-tend cette interprétation de la maturité linguistique avancée pour modifier de fond en comble la loi 101. Au départ, rappelons que les experts de l'ONU qui se sont penchés sur le cas du Québec l'ont fait à la suite d'une plainte d'un commerçant anglophone relativement à la langue d'affichage commercial. *Mutatis mutandis*, ce sont encore des raisons d'ordre **strictement** économique qui ont motivé le ministre Ryan dans sa décision de modifier la loi 101/178. Toutes représentations en Commission parlementaire ayant échoué, toute mobilisation ayant connu un succès bien relatif, il ne reste plus que la loi du plus fort pour résister et faire comprendre que l'esprit d'une loi vaut plus que sa lettre. Cette loi du plus fort est celle de l'économie ; on l'a vu dans les années soixante-dix lorsque Cadbury a déménagé son siège social de Montréal à Toronto de crainte de voir l'avènement d'un gouvernement indépendantiste. Résultat de cette opération tacite de boycottage de leurs produits : perte importante de leurs profits au Québec dont la compagnie ne s'est jamais remis. On l'a vu aussi lors du référendum de 1992 alors que la Banque Royale a fait paraître

un rapport dévastateur sur les effets d'un non et, par voie de conséquence, sur l'indépendance du Québec. Bilan de cette opération : déplacement tellement grand de capitaux vers d'autres institutions bancaires que la Banque Royale a dû faire amende honorable et répudier ledit rapport. Ces deux événements sont importants parce qu'ils démontrent bien qu'il n'y a maintenant qu'une façon de se faire entendre et, surtout, de se faire comprendre, c'est par la force de l'argent. Tout le monde le sait : rien ne fait plus mal que de constater que son pouvoir monétaire s'amenuise comme peau de chagrin. Pour un particulier, comme pour une compagnie, la notion de profit est primordiale ; c'est sur ce terrain que devrait se jouer la prochaine partie de bras de fer linguistique.

Il faut commencer par boycotter toutes les entreprises qui affichent dans les deux langues et favoriser celles qui n'utilisent que le français. De la même manière, il faut éviter de faire affaires avec des commerces où l'on vous répond dans les deux langues ou en anglais seulement. En somme, la résistance linguistique doit se faire en fonction du seul rapport à l'argent : c'est là qu'est notre véritable force, c'est là que l'on peut exercer librement notre plus grand pouvoir qui est celui du consommateur. Il s'agit de faire comprendre à ceux qui croient que la liberté d'expression est également présente dans la langue d'affichage commercial qu'il existe une plus grande liberté, si l'on peut dire, qui est celle de pouvoir choisir avec qui nous commercerons. Les effets d'une telle attitude se feront sentir suffisamment vite pour que ces irréductibles comprennent, qu'au Québec, langue et culture ont partie liée avec l'économie, que la survivance de la langue française et de la culture québécoise ne relève pas essentiellement du législateur, mais est une préoccupation de chaque citoyen et citoyenne. Même si cette solution ne règle pas l'entièreté du problème, au moins présente-t-elle l'avantage d'être le signe d'une prise de conscience et de la résistance active à l'effritement des valeurs fondamentales sur lesquelles s'est bâti le Québec contemporain en attendant que l'on remette les pendules à l'heure.

Roger Chamberland