

Le paysage linguistique: reflet d'une réalité bilingue à Moncton, Nouveau-Brunswick, Canada

Susanne BOSCHUNG

Université de Neuchâtel
s-o.boschung@bluewin.ch



Figure 1: " Bienvenue à Moncton " ¹

The linguistic landscape of Moncton, New Brunswick, Canada, seems particularly interesting because Moncton is situated at the edge of the Acadian French-speaking territory. It therefore represents a mixed region where French- and English-speaking inhabitants share space. Near Moncton lies Dieppe, a community with 74% of French-speaking inhabitants, but also Riverview, where 80% of the population is English-speaking. Both cultures collide in downtown Moncton. The results of this study show that even though English is clearly the dominant language, apparently existing as an independent culture, as seen in unilingual signs and symbols, French occupies its own, yet shared, space in this linguistic landscape. There is a surprising interaction between English and French, visible in signs that mix both languages by using syntactic differences, which seems to indicate that the inhabitants of Moncton are used to both languages and are relatively at ease with it.

1. Introduction

L'étude du paysage linguistique s'est développée ces dernières années en une approche sémiotique et sociolinguistique indépendante (Pappenhagen, Redder & Scarvaglieri, 2013) qui a trouvé ses débuts avec Landry et Bourhis (1997) mais aussi Gorter (2006). Le paysage linguistique décrit l'utilisation de textes dans l'espace public. Selon Androutsopoulos (2008), c'est le 20^{ème} siècle qui voit émerger ces paysages linguistiques qui sont devenus une partie intégrante du paysage formé par l'homme et même une caractéristique du monde urbain. Le phénomène de la migration complexifie ces paysages par l'apport d'autres langues et cultures dans les villes destinataires, villes considérées dans l'abstrait comme unilingues telles que – en Suisse – Zurich qui serait germanophone et Genève francophone, mais qui possèdent en réalité une hétéroglossie composée d'une multitude de langues. De ce fait, l'intérêt pour le rapport entre le langage visuel et la société s'est éveillé et diverses études se sont préoccupées de ce phénomène (voir Backhaus, 2007, Brown, 2012 ou Lüdi, 2007). L'expression de ce paysage linguistique devient

¹ <http://www.cheminsdelafrancophonie.org/la-renaissance-de-lacadie-un-peuple-sans-frontiere/>
(29.09.2016)

particulièrement intéressante là où elle est le symbole d'une cohabitation entre deux cultures comme c'est par exemple le cas à Jérusalem (voir Spolsky & Cooper 1991). Un rapport entre minorité et majorité linguistique se retrouve également au Nouveau-Brunswick, une province officiellement bilingue dans un pays à large dominance anglophone, qui a choisi le chemin du bilinguisme plutôt que de suivre l'exemple de la province du Québec, devenue francophone. L'Acadie, patrie du français acadien, est constituée du nord et de l'est du Nouveau-Brunswick ainsi que de localités plus isolées qui se trouvent sur l'Île-du-Prince-Edouard, en Nouvelle-Ecosse ainsi qu'en Terre-Neuve et Labrador.

2. Paysage linguistique

Qu'est-ce qui constitue alors exactement le paysage linguistique ? D'après Bourhis & Landry (2002), il est formé des enseignes publiques dans les rues, des affiches de publicité, des noms de rues et de places, des enseignes commerciales et des enseignes publiques sur des bâtiments d'un territoire, d'une région ou d'une agglomération donnés. C'est donc l'utilisation du langage sous sa forme écrite dans la sphère publique, le langage visible sur une surface publique donnée. Il remplit, selon ces auteurs, deux fonctions importantes:

2.1. *Fonction informationnelle du paysage linguistique*

Selon Androutsopoulos (2008), mais aussi Landry & Bourhis (1997), la fonction informationnelle englobe tout ce que le paysage linguistique dévoile sur les habitants et utilisateurs de cet espace. La fonction la plus essentielle serait celle d'un marquage géographique pour indiquer le territoire d'une communauté linguistique donnée (Bourhis, 1992). Ce marquage se rencontre quand on passe de Moncton à Riverview, qui fait partie, avec Dieppe, de l'agglomération du Grand Moncton². Alors qu'à Moncton on observe une bonne présence proportionnelle du français, à Riverview on se situe clairement sur un territoire anglophone: sur environ 220 photos prises à Riverview, seules 6 montrent du texte en français. Le territoire bilingue de Moncton est donc délimité par un changement abrupt de pratiques linguistiques dans l'espace public. Ce marquage géographique permet également de savoir dans quelle langue il est possible de se faire servir dans un établissement. La frustration est d'autant plus grande quand ceci n'est pas le cas, car des signes publics dans une ou plusieurs langues engendrent automatiquement l'attente de pouvoir se faire servir dans la ou les langues correspondantes à l'intérieur des commerces ainsi désignés (Maurais & Plaimondon, 1986). Le non-respect de ces signes peut être interprété de manière négative par l'interlocuteur con-

² http://www.moncton.ca/visiteurs/renseignements_sur_moncton.htm, 15.09.2015

cerné qui peut se sentir dévalorisé dans son identité si celle-ci est étroitement liée à sa langue, ce qui est souvent le cas des minorités linguistiques.

La fonction informationnelle renseigne également sur le statut des langues au sein d'une société ou d'une communauté. Une langue qui domine l'espace public reflète le rapport de pouvoir entre cette langue et une autre, moins représentée. Deux manières permettent de voir le pouvoir supérieur d'une langue, soit par une majorité de signes visibles dans cette langue, soit par des signes bilingues affichant une présentation plus marquante de la langue dominante (Bourhis, 1992). Il est ainsi possible de tirer des conclusions quant à un rapport de pouvoir entre des communautés linguistiques avant même d'entrer en contact avec des habitants, simplement en observant le paysage linguistique de la région donnée (Landry & Bourhis, 1997).

2.2. *Fonction symbolique du paysage linguistique*

Selon Bourhis (1992), la présence ou non d'une langue ne reflète pas uniquement la réalité linguistique de l'endroit mais influence également la perception que les membres de ce groupe linguistique peuvent avoir d'eux-mêmes et de leur communauté. Voir sa langue affichée transmet le message émotionnel que cette langue a de la valeur dans cet environnement et qu'elle a atteint un certain statut social. Ce statut ne peut être atteint que si le groupe linguistique en question possède une influence suffisamment grande dans des secteurs clés comme l'économie, la politique ou la presse. Il faut en effet être capable de faire pression et d'argumenter au sujet de la nécessité d'un affichage dans une langue minoritaire ou au moins bilingue. Cela n'est jamais accepté si le groupe linguistique minoritaire n'a pas un poids démographique suffisant. L'exclusion d'une langue signale le peu d'importance de celle-ci, voire de la culture correspondante dans la vie publique de la société concernée. Cela peut même conduire la communauté linguistique en question à cesser de transmettre cette langue à la prochaine génération (Landry & Bourhis, 1997).

3. **La situation linguistique au Nouveau-Brunswick**

En 1969, le Nouveau-Brunswick a adopté la *Loi sur les langues officielles* qui reconnaît le français et l'anglais comme langues officielles de cette province. En 1981, la *Loi reconnaissant l'égalité des deux communautés linguistiques officielles au Nouveau-Brunswick* ("Loi 88") confirme l'égalité de statut des droits et privilèges des deux communautés linguistiques. Elle leur accorde de plus le droit à des institutions distinctes où peuvent se dérouler des activités culturelles, éducationnelles et sociales et encourage le développement culturel, économique et social des deux communautés³. En 1982, la *Charte cana-*

³ Le gouvernement du Nouveau-Brunswick assure la protection de l'égalité de statut et de l'égalité des droits et privilèges des communautés linguistiques officielles et en particulier de

dienne des droits et libertés de la Constitution du Canada est adoptée. Elle est complétée en 1993 par l'insertion des principes fondamentaux de la *Loi 88*. L'article 16.1 réaffirme l'égalité entre les communautés anglophone et francophone et reconnaît leur droit à des institutions culturelles et éducationnelles nécessaires à leur avancement. De plus, l'article de la Charte oblige le gouvernement du Nouveau-Brunswick à protéger et promouvoir ses deux communautés de langues officielles. Selon le recensement de Statistique Canada de 2011, comprenant des régions métropolitaines et les agglomérations, les francophones représentent 21.3% de la population globale du Canada (32.8% au Nouveau Brunswick). Le bilinguisme stipulé par la loi concerne principalement les services administratifs et, depuis 2002, les services municipaux. Selon Boudreau et Violette (2009), le bilinguisme reste cependant asymétrique: la minorité francophone compte 68% de locuteurs bilingues, alors que seuls 16% des anglophones savent les deux langues. La province n'est d'ailleurs pas systématiquement bilingue. Elle est formée de régions à majorité francophone ou anglophone, ou alors mixte, comme c'est le cas à Moncton.

4. La situation linguistique à Moncton

La situation sociolinguistique à Moncton reprend ce bilinguisme asymétrique. Les villes de Dieppe et Riverview font partie de l'agglomération du Grand Moncton qui s'étend sur 15 km autour de la ville Moncton. Dieppe est majoritairement francophone (à plus de 70%), mais Riverview est composé de plus de 80% d'anglophones. Moncton centre-ville représente la zone où les deux cultures et langues se rencontrent et cohabitent.

5. L'étude

L'étude d'une section de la rue principale de Moncton centre-ville (la *Rue Main*) a comme but de déceler si le paysage linguistique reflète le bilinguisme inhérent à cette ville. Est-ce que le français réussit à se frayer un espace dans un monde dominé par l'anglais, et si oui, de quelle manière ? Selon la loi sur les langues officielles (Juin 2002)⁴ paragraphe 29:

Tout affichage public et autres publications et communications destinés au grand public et émanant d'une institution sont publiés dans les deux langues officielles.

Toutes les enseignes issues du gouvernement, de la province ou de la municipalité sont censées être formulées dans les deux langues. Mais qu'en est-il des enseignes privées d'établissements et des commerces? Les francophones osent-ils s'exprimer uniquement en français, ou doivent-ils systématiquement

leurs droits à des institutions distinctes où peuvent se dérouler des activités culturelles, éducationnelles et sociales. (1981, ch. O-1.1, art. 2). <https://www.canlii.org/fr/nb/legis/lois/lrn-b-2011-c-198/derniere/lrn-b-2011-c-198.html>; 20.10.2016

⁴ www.gnb.ca/0062/PDF-acts/o-00-5.pdf, paragraphe 29, 04.11.2014

quement avoir recours à l'anglais ? Est-ce qu'il y a des enseignes qui ne sont qu'en français, ou est-ce que tout est traduit dans les deux langues ? Les enseignes bilingues sont-elles traduites ou y a-t-il d'autres formes de bilinguisme ?

6. Présentation des données

L'analyse des résultats engendre différents problèmes méthodologiques. Il y a d'un côté toutes les questions liées au nombre de photos à prendre ainsi qu'au choix de l'endroit. Est-il nécessaire d'étudier tous les quartiers de manière systématique ou suffit-il de se limiter à une seule rue ? Quelle est l'unité d'analyse qu'il convient d'utiliser ? Faut-il rassembler les images par établissement ou analyser chaque photo de manière individuelle ? Quelle est la meilleure catégorisation à utiliser ?

Pour cet article, le choix a été en partie dicté par le temps disponible sur place, en ce qui concerne le nombre de photos à prendre et le choix de l'endroit. Ce choix s'est porté sur une section de la *Rue Main*, la rue principale du centre ville de Moncton, pour plusieurs raisons. Premièrement, comme mentionné plus haut, Moncton se trouve dans une zone linguistiquement mixte. Le choix de Moncton centre-ville semble s'imposer puisque c'est vraisemblablement à cet endroit que les deux cultures et les deux langues se rencontrent et cohabitent. Deuxièmement, la rue principale de Moncton permet de prendre en photo une multitude d'enseignes et d'écriteaux différents, tant fédéraux que provinciaux et municipaux. De plus, elle est constituée d'un nombre assez important d'établissements privés et publics ainsi que de magasins et de services de prestations utilisés par les deux communautés linguistiques. La gastronomie et un large éventail d'entreprises du secteur privé et public sont ainsi représentés. Cela permet de distinguer plusieurs catégories d'analyse comme suit.

6.1 Catégories

6.1.1 Bottom-up ou Top-down

Selon Leclerc (1989), mais aussi Landry et Bourhis (1997), il est utile de distinguer entre des enseignes et écriteaux publics et privés. Les enseignes publiques (top-down) comprennent toutes les enseignes issues du gouvernement national, provincial ou municipal comme par exemple les noms des rues et des places, les inscriptions sur les bâtiments (hôpitaux, universités, écoles, arrêts de bus, etc.) alors que les enseignes privées sont constituées d'affiches et de panneaux commerciaux et de publicités, de slogans et de noms de services ou de commerces.

6.1.2 Bilingue, multilingue ou monolingue

Une deuxième distinction claire est celle de la ou des langues utilisées sur les enseignes. Les deux langues officielles sont-elles représentées et si oui de quelle manière ? Y a-t-il une séparation marquée entre les deux langues ou pas, une traduction complète des textes ou uniquement des traductions partielles, une différence entre les écritures utilisées ou même deux affiches distinctes ? Combien de signes sont unilingues, que ce soit dans l'une ou l'autre des langues officielles ? Y a-t-il des signes unilingues dans une langue non-officielle ? Nous verrons le résultat de ces questions dans l'analyse.

6.1.3 Catégories

Il fallait également établir des catégories qui permettaient de classer les enseignes. Nous avons choisi de distinguer deux catégories principales qui seront le top-down et le bottom-up et de sous-catégoriser les enseignes par la suite dans ces deux groupes.

Les sous-catégories du groupe top-down sont les suivantes:

- les institutions publiques, p. ex. la Gendarmerie royale du Canada, la bibliothèque publique, les studios de CBC/Radio-Canada à Moncton ou les transports en commun.
- les signalisations publiques d'intérêt général ou d'informations, p. ex. les informations de stationnement ou des plaques de commémorations historiques.
- les noms des rues et des places.

Les sous-catégories du groupe bottom-up sont les suivantes:

- les magasins
- l'hôtellerie et la gastronomie
- les services de prestations
- les annonces privées
- les annonces culturelles
- les signalisations privées, réparties en interdictions, informations et plaques professionnelles (les plaques professionnelles sont les plaques fixées à l'entrée des bâtiments avec les noms des établissements se situant dans le bâtiment en question).

6.2 *Analyses*

Sur les 292 photos prises dans la rue principale de Moncton, 10 n'étaient pas utilisables. Les 282 photos restantes ont été réparties par établissement, magasin, service etc. Puisque cette étude s'intéresse à l'utilisation des langues pour communiquer avec la population ainsi qu'à la représentation des deux communautés dans l'espace public, nous avons décidé de ne pas prendre les

photos de manière individuelle comme unité d'analyse, mais de rassembler les photos par établissement. Ceci permet de voir si une institution communique dans les deux langues officielles ou non. Après cette répartition, il reste 201 photos dont 35 top-down et 166 bottom-up. Leur distribution se présente comme suit:

6.2.1 Top-down

	total	anglais	français	anglais et français	autres
Institutions publiques	7			7	
Signalisations publiques	21	5		14	1
Noms des rues et des places	7			7	

Table 1: répartition des 35 photos " top-down "

Selon la loi sur les langues officielles, le texte de toutes les photos du groupe top-down devrait être formulé dans les deux langues. Conformément à la catégorisation opérée ci-dessus, nos résultats confirment le respect de cette loi et sa mise en pratique. La seule photo que nous avons dû classer sous " autres " est une inscription gravée en latin sur une statue d'église en pierre, difficilement classifiable comme appartenant à la classe des bottom-up, mais ce n'est pas vraiment un écriteau de nature gouvernementale non plus. Trois des cinq signalisations publiques rédigées uniquement en anglais sont liés au service d'incendies (voir figure 2)⁵, et nous n'avons pas pu déterminer si ce sont des personnes privées ou la municipalité qui les ont installées.



Figure 2: avertissement monolingue en anglais

Une photo indique l'emplacement du Wi-Fi public de Moncton, référence qui est internationalement connue (figure 3). Une dernière photo, parmi les signalisations publiques en anglais (figure 4), fournit des renseignements au

⁵ L'écusson des pompiers de Moncton est pourtant bilingue :



sujet des mendiants, et là de nouveau, l'émetteur de l'information n'est pas clairement identifiable. Comme cette affiche répertorie toute une liste de services d'entraide de la ville, nous l'avons classée dans la catégorie top-down.



Figure 3: emplacement du Wi-Fi public de Moncton

It's OK to say NO

Say NO to Panhandling

By supporting panhandling, you may be contributing to the problem, whatever it may be...

Recent stats indicate more than 95% of people panhandle to feed their addictions.

Be part of the solution by supporting the agencies that provide services to those in need, community contributions go a lot further towards employment, housing and social services that go directly towards supporting those in need.

Housing	Food & Clothing	Support Services	Addiction Services	Youth Services
<ul style="list-style-type: none"> Maison Nazareth House 858-5702 Harvest House 388-4357 Crossroads for Women 853-0811 NB Housing 1-866-426-5191 Alternative Residences 857-8414 	<ul style="list-style-type: none"> Karing Kitchen 75 Alma St. Ray of Hope Soup Kitchen 340 Dominion St. Food Depot Alimentaire 383-4281 YMCA Community Food Centre 857-0606 St-Vincent de Paul Clothing Depot 857-2088 Boutique encore 384-1853 Drop Inn Ministries 872-4107 	<ul style="list-style-type: none"> ReConnect Street Intervention 856-4362 Headstart Family Intervention 858-8252 YWCA (women) 855-4349 Support to Single Parents 858-1303 Income Assistance and Child Protection 1-866-426-5191 Pregnancy Resource Centre 857-3033 Salvation Army 389-9901 Mental Health 856-2444 Salvus Clinic 384-7283 Sexual Health Centre 856-3310 Sida-Aids Moncton 859-9616 Victim Services 857-2452 John Howard Society 854-3499 Community Chaplaincy for Ex-Offenders 851-6384 BUILT Network 383-7520 Volunteer Centre of Southeastern NB 853-7856 	<ul style="list-style-type: none"> Alcoholics Anonymous 386-7572 Narcotics Anonymous 1-888-436-2929 Detox Centre 856-2333 Portage (Youth) 1-800-735-9800 Gambling Helpline 1-800-461-1234 24-Hour Help Line NB 859-HELP CHIMO 1-800-667-5005 Phoenix Centre (Methadone Clinic) 854-4673 Cameron St Clinic (Methadone Clinic) 858-0287 	<ul style="list-style-type: none"> Youth Quest Centre 859-6355 Transitional Housing 869-6301 YMCA of Greater Moncton 857-0606 Turning Points Youth Centre 384-5908 Kids Help Phone 1-800-668-6868

TO REPORT PANHANDLING

Figure 4: informations concernant la mendicité

Dans l'ensemble, la loi est donc bien respectée sur les affiches publiques du gouvernement, de la province ou de la municipalité.

Un cas particulièrement symbolique de signalisation bilingue est celui des plaques de rues et de places. À Moncton, on combine le français et l'anglais dans un même "énoncé" onomastique:



Figure 5: plaques de rues bilingues à Moncton

Les deux photos de la figure 5 montrent comment les deux langues sont combinées sur les plaques de rues pour éviter une traduction complète, ce qui fait gagner de la place et évite des répétitions inutiles ; le résultat est parfaitement compréhensible. De plus, cela permet une bonne intégration des noms propres qui ne se traduisent pas, bien au centre des plaques, tout en respectant les syntaxes française et anglaise (" Ruelle Orange Lane ", " Rue Lutz Street ", " Rue St George Street ")⁶. On verra plus loin que cette pratique est assez répandue à Moncton ; elle est utilisée surtout en lien avec les noms des établissements.

À titre de comparaison, dans la principale ville bilingue de Suisse, Biel/Bienne (55% de germanophones, 40% de francophones), on préfère en revanche les traductions complètes, le français et l'allemand se combinant moins bien.



Figure 6: plaques de rues bilingues à Biel/Bienne (Suisse)⁷

À Moncton, les institutions et les panneaux de nature publique fournissent généralement une traduction complète et exacte des textes dans les deux

⁶ Dès que des noms communs sont en jeu, on observe cependant que les dénominations onomastiques de base, au centre ville de Moncton, sont entièrement en anglais : les rues s'appellent "Rue *Main Street*", "Rue *Church Street*", "Rue *High Street*", "Av. *Railway Ave.*", etc. ; nous avons cherché en vain des noms à consonance spécifiquement française ou réellement bilingues ("Rue de l'Église / *Church Street*", etc.). On se rend compte, ainsi, que le bilinguisme officiel de Moncton est récent, et reste assez superficiel.

⁷ Sources : https://fr.wikipedia.org/wiki/Bienne#/media/File:Picswiss_BE-98-49_Biel-_Zweisprachige_Strassenbeschriftung.jpg; <http://www.derbund.ch/bern/region/Biel-erhaelt-Label-fuer-die-Zweisprachigkeit/story/28147970> (24.9.2016).

langues. Les caractères et leur taille ainsi que les couleurs sont identiques pour les deux langues. L'emplacement de la langue peut varier mais c'est souvent l'anglais, langue dominante, qui apparaît en premier ou à gauche (figures 7 et 8).



Figure 7: consignes de stationnement bilingues



Figure 8: panneau gouvernemental bilingue

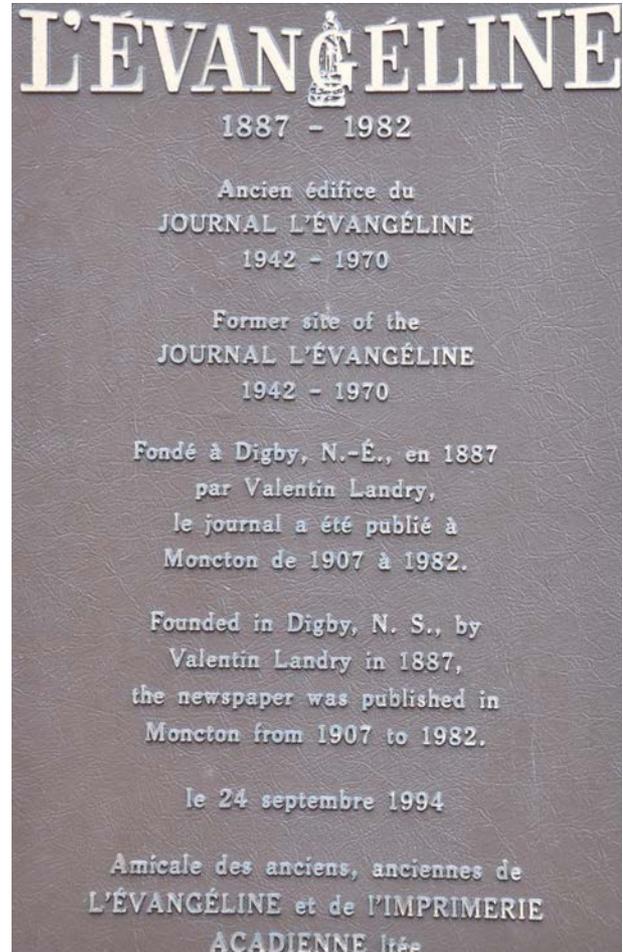


Figure 9: plaque commémorative du journal francophone "L'Évangéline"

Ci-dessus, deux panneaux, l'un émanant de la municipalité (figure 7) l'autre d'une institution gouvernementale canadienne (figure 8) montrent l'anglais en premier. En revanche, la plaque commémorative du journal francophone "L'Évangéline" qui a joué un rôle primordial pour la société acadienne, accorde une place prépondérante au français (figure 9).

6.2.2 Les Bottom-up

	total	anglais	français	anglais et français	autres
Magasins	14	8		6	
Hôtellerie et gastronomie	45	25		14	6
Services de prestations	58	21	4	32	1

	total	anglais	français	anglais et français	autres
Annonces privées	5	3	2		
Culture	7	2		5	
Signalisations privées, informations	23	5		18	
Signalisations privées, interdictions	6			6	
Signalisations privées, plaques professionnelles	6	2		4	
Graffitis	2	1			1

Table 2: répartition des 166 photos " bottom-up "

Sur les 166 photos que nous avons prises à Moncton (100%), 67 (40%) n'affichent que de l'anglais ; 85 (51%) sont bilingues français-anglais. 6 photos (3,5%) sont uniquement en français ; enfin, 7 (4%) montrent l'anglais en combinaison avec une autre langue. Globalement, 159 unités analysées contiennent donc de l'anglais (avec ou sans une autre langue) ; 91 comprennent le français. Le nombre d'affichages bilingues est le plus élevé avec 85 unités. Étant donné que ces chiffres concernent le secteur du commerce privé, ce résultat s'explique sans doute par un souci d'attirer un maximum de clients: on observe un effort – du moins partiel – de communiquer avec la population francophone. Le fait que seules 6 unités soient uniquement en français confirme que ce sont plutôt les francophones qui sont bilingues, comme l'affirment Boudreau et Violette (2009) en accord avec les chiffres publiés par Statistique Canada: les francophones se permettent rarement de communiquer uniquement dans leur langue. Par ailleurs, le peu de recours à d'autres langues que le français et l'anglais est remarquable.



Figure 10: affichage monolingue en anglais



Figure 11: affichage bilingue et monolingue en français

On ne sera pas étonné que le journal francophone du Nouveau-Brunswick "Acadie Nouvelle" s'affiche uniquement en français. En revanche, on constate

que le consulat général de France à Moncton respecte rigoureusement le bilinguisme officiel de la province. En ce qui concerne le panneau "Detour" (sans accent aigu), il n'est pas spécifiquement français: il joue sur les similitudes lexicales entre le français et l'anglais et se trouve aussi tel quel dans des régions anglophones monolingues du Canada (et aux États-Unis).

En dehors des deux langues officielles, nous n'avons trouvé que des mots isolés d'espagnol (dans le nom d'un restaurant), d'italien (restaurant), de japonais (restaurant), d'allemand (une marque de liqueur allemande), d'irlandais (dans l'enseigne d'un pub) et un graffiti avec un nom propre (*Vepar*, qui désigne une entité démoniaque⁸).



Figure 12: affichage en d'autres langues

Ce qui nous a paru intéressant, au sujet des enseignes et écriteaux bilingues, ce sont les variations "stylistiques" dans l'emploi des deux langues. L'emploi "combiné" des deux langues qui tire profit de leurs ressemblances lexicales et de leur syntaxe respective (comme dans les plaques de rues, ci-dessus), y côtoie les traductions intégrales:

⁸ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Vepar> (24.9.2016).



Figure 13: emploi combiné des deux langues dans l'affichage commercial



Figure 14: emploi combiné des deux langues dans l'affichage utilitaire

La figure 13 illustre un emploi particulièrement judicieux des deux procédés. Le nom de l'établissement "Incolor" est présenté selon le procédé des plaques de rues: le français *imprimerie* d'abord, l'anglais *printing* après le nom de l'enseigne. Le nom même de l'entreprise, *Incolor*, est bien choisi car il est proche des deux langues (*couleur* et *colour*). Le slogan publicitaire, par contre, est complètement traduit (avec l'anglais en première position) ; on remarque qu'il utilise un jeu de mots possible dans les deux langues.

Le panneau de la figure 14 commence par un mot internationalement connu (*maximum*) en combinaison avec un chiffre (pas de traduction nécessaire) et la traduction du seul mot à peine différent dans les deux langues. Il illustre une véritable recherche d'efficacité afin de présenter une information compréhensible dans les deux langues sans avoir recours à deux panneaux différents ou à une traduction complète qui risque d'être lourde.

Un autre "style" intéressant a été trouvé sur les murs d'un établissement bancaire qui cherche clairement à attirer des clients aussi bien francophones qu'anglophones. La publicité de cet établissement utilise les deux langues, mais sur des affiches complètement séparées. Dans ce cas, on ne peut donc plus parler de traduction, mais d'une utilisation ciblée des deux langues par rapport aux deux publics.



Figure 15: publicité bilingue d'un établissement bancaire, sans traduction

Par leur graphisme et leur iconographie commune, les deux affiches sont facilement identifiables comme appartenant au même établissement mais ne présentent plus une simple traduction. On rencontre ici un véritable effort de communication avec les deux groupes linguistiques, reflétant probablement des campagnes publicitaires spécifiques pour chaque langue. C'est le seul exemple d'une telle utilisation précise des deux langues que nous ayons rencontré.

Sinon, dans la plupart des affichages bilingues, les deux langues sont présentes sur le même panneau, avec un résultat plutôt lourd, et on remarque un texte en français un peu approximatif dans l'exemple 16:



Figure 16: affichage entièrement bilingue

Très souvent, les panneaux de ce type se présentent comme dans la figure 17, qui reflète le cas le plus fréquent:



Figure 17: panneaux d'avertissements bilingues

On observe que c'est tantôt l'anglais, tantôt le français qui se trouve en première position. Dans l'illustration de droite, on observe cependant une traduction littérale peu idiomatique et un emploi typiquement anglais des majuscules dans le texte en français ("Pour Eglise Seulement").

Le dernier "style" rencontré dans les affichages bilingues est la traduction intégrale avec séparation des deux langues, comme dans les figures 18 et 19:



Figure 18: anglais à gauche, français à droite de la porte d'entrée



Figure 19: affichage bilingue sans utilisation des éléments communs aux deux langues

On observe ainsi que quand les deux langues sont physiquement séparées – sur deux supports différents (figure 18) ou par un élément iconographique (figure 19) – il n'y a pas de traduction partielle.

En ce qui concerne les enseignes qui sont uniquement rédigées en anglais, les 67 unités se répartissent à travers toutes les sous-catégories, avec un pic dans les services et dans le domaine de l'hôtellerie et de la restauration (souvent, il s'agit juste du nom du restaurant: "Tide & Boar Gastropub", "Catch 22 Lobster Bar", etc.). Considérant la présence très forte de l'anglais, il est difficile de savoir si on y parle effectivement uniquement l'anglais, ou s'il s'agit d'une simplification de l'affichage alors qu'en réalité, les deux langues y sont parlées⁹. Toujours dans la rue *Main*, on trouve pourtant aussi un "Café c'est la vie" dont le nom ne permet pas davantage de savoir quelles sont les langues parlées par le personnel de l'établissement.



Figure 20: enseignes monolingues de cafés et de restaurants dans la Rue Main

⁹ Au "Catch 22 Lobster Bar" de la rue Main, F.D. et A.K., en insistant un peu, ont bel et bien réussi à se faire servir en français, par une serveuse acadienne très aimable et parfaitement bilingue. Illustration : Google Street View (29.09.2016).

La carte du restaurant peut fournir plus d'indications, si elle est affichée à l'entrée. Par contre, lorsqu'il s'agit d'un magasin ou d'un service de prestations, le fait qu'il s'affiche uniquement en anglais crée l'impression que l'établissement concerné ne s'adresse pas aux francophones. D'un point de vue commercial, c'est une attitude assez étonnante pour une région bilingue. De plus, cela transmet un message négatif à la communauté linguistique minoritaire en lui imposant l'utilisation de l'autre langue. Cette pratique confirme encore une fois la nécessité pour les francophones de maîtriser les deux langues.



Figure 21: enseigne complètement monolingue d'un magasin de mode



Figure 22: affiche commerciale monolingue

Dans les 6 (3,5%) unités en français, nous avons compté une affiche écrite à la main, un autocollant, l'enseigne du quotidien francophone Acadie Nouvelle (voir fig. 11 ci-dessus), celle d'une assurance, celle d'un établissement de conseils économiques et enfin un autre slogan publicitaire concernant un établissement que nous n'avons pas pu identifier.

Dans les enseignes en anglais, nous avons notamment remarqué un studio de fitness (figure 22) dont les 4 affiches prises en photos étaient uniquement en anglais. Sur la porte d'entrée, les heures d'ouvertures étaient également rédigées en anglais seulement. La seule indication en français concernait le numéro à appeler en cas de fermeture.

7. Discussion

Le paysage linguistique de Moncton reflète clairement la cohabitation de l'anglais et du français dans cette ville. On observe cependant une sous-représentation du français dans les enseignes privées par rapport au nombre de francophones qui habitent à Moncton. En effet, selon Statistique Canada 2011, 34.5% des habitants de la ville se définissent comme francophones monolingues, contre 61.4 % d'anglophones. Seuls 1.4% se considèrent com-

me bilingues français-anglais. Malgré une présence bien réelle du français, l'impression générale est donc celle d'un bilinguisme déséquilibré: alors que l'anglais affirme sa présence de manière autonome, la communauté francophone est obligée de partager l'espace public avec l'anglais.

Cette sous-représentation mise à part, le français a tout de même acquis une bonne place dans la rue principale de Moncton. Par ailleurs, ce qui nous a frappée dans les analyses, c'est l'excellente qualité des deux langues affichées. Les traductions erronées ou maladroites sont rares. Le mélange de langues comme on le retrouve notamment dans les noms de rue ou les noms des établissements indique en plus une très bonne maîtrise de l'utilisation des deux langues au niveau pragmatique et sémantique. Ce constat est confirmé par les jeux de mots dans les deux langues. Les habitants de Moncton semblent avoir l'habitude de jongler entre le français et l'anglais, tout au moins en ce qui concerne l'écrit. Bien entendu, il est difficile d'en tirer des conclusions quant aux pratiques langagières réelles de la population. Boudreau & Dubois (2005) montrent d'ailleurs que l'affichage bilingue ne signifie pas forcément qu'un service est effectivement offert dans les deux langues.

Notons enfin que dans les matériaux rassemblés nous n'avons rencontré que du français écrit commun, sans le moindre régionalisme du français acadien. Celui-ci, tout comme le chiac – malgré le rôle identitaire de ces deux formes linguistiques dans la communauté francophone acadienne, dans la littérature, dans la chanson et sur internet¹⁰ – semble rester essentiellement réservé à la communication orale.

Bibliographie

- Androutsopoulos, J. (2008): Linguistic Landscapes: Visuelle Mehrsprachigkeitsforschung als Impuls an die Sprachpolitik. Vortrag auf dem Internationalen Symposium "Städte-Sprachen-Kulturen", 17.-19.9.2008, Mannheim.
- Backhaus, P. (2007): Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo. Clevedon: Multilingual Matters
- Boudreau, A. & Dubois, L. (2005): L'affichage à Moncton: Miroir ou Masque ? Revue de l'Université de Moncton, 36(1), 185-217.
- Boudreau, A. & Violette, I. (2009): Savoir, Intervention et Posture en milieu minoritaire: les enjeux linguistiques en Acadie du Nouveau-Brunswick. Maison des sciences de l'homme. Langage et société, 2009/3, 129, 13-28.
- Bourhis, R.Y. (1992): La langue d'affichage publique et commercial au Québec: Plan de recherche pour l'élaboration d'une loi linguistique. Québec: Conseil de la langue française.
- Brown, K. (2012): The Linguistic Landscape of educational spaces. Language revitalization and schools in southeastern Estonia. In D. Gorter, H. Marten & L. van Mensel (éds.), *Minority languages in the linguistic landscape*. New York (Palgrave Macmillan), 291-298.

¹⁰ On pense notamment au site internet d'Acadieman, <http://www.acadieman.com/>.

- Bourhis, R.Y. & Landry, R. (2002): La loi 101 et l'aménagement du paysage linguistique du Québec. In P. Bouchard & R.Y. Bourhis (éds). *L'aménagement Linguistique au Québec: 25 D'application de la Charte de la Langue Française*. Québec (Publications du Québec), 107-132.
- Gorter, D (2006): *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Landry, R. & Bourhis, R.Y. (1997): Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study, *Journal of Language and Social Psychology*, 16, 23.
- Lüdi, G. (2007): Basel: einsprachig und heteroglossisch. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik (LiLi 148)*, 132-157.
- Leclerc, J. (1989): *La guerre des langues dans l'affichage*. Montréal: VLB Editeur.
- Maurais, J. & Plaimondon, P. (1986): *Le visage français du Québec, Enquête sur l'affichage*. Québec: Conseil de la langue française.
- Pappenhagel, R., Redder, A. & Scarvaglieri, C. (2013): Hamburgs mehrsprachige Praxis im öffentlichen Raum – sichtbar und hörbar. In A. Redder, J. Pauli, R. Kiessling, K. Bührig, B. Brehmer, I. Breckner & J. Androutsopoulos (éds.) *Mehrsprachige Kommunikation in der Stadt. Das Beispiel Hamburgs*, (pp.127-160). Münster: Waxmann Verlag.
- Spolsky, B. & Cooper, R.L. (1991): *The Languages of Jerusalem*. Wotton-under-Edge: Clarendon Press & Cooper
- Statistique Canada. 2012: Moncton - Riverview - Dieppe, Nouveau-Brunswick (Code 13007) et Nouveau-Brunswick (Code 13) (tableau). Profil du recensement, Recensement de 2011, produit n° 98-316-XWF au catalogue de Statistique Canada. Ottawa. Diffusé le 24 octobre 2012.

Sites internet consultés

- Acadieman: <http://www.acadieman.com>
- Chemins de la francophonie: <http://www.cheminsdelafrancophonie.org/la-rennaissance-de-lacadie-un-peuple-sans-frontiere/> (29.09.2016).
- Google Street View (site consulté le 29 septembre 2016).
- Gouvernement du Nouveau Brunswick: www.gnb.ca/0062/PDF-acts/o-00-5.pdf, paragraphe 29 (site consulté le 04 novembre 2014).
- L'Institut canadien d'information juridique: <https://www.canlii.org/fr/nb/legis/lois/lrn-b-2011-c-198/derniere/lrn-b-2011-c-198.html> (site consulté le 20 octobre 2016)
- Statistique Canada: <http://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2011/dp-pd/prof/index.cfm?Lang=F> (site consulté le 14 janvier 2015).
- Ville de Moncton: www.moncton.ca/visiteurs/renseignements_sur_moncton.htm (site consulté le 15 septembre 2015).
- Wikipédia: https://fr.wikipedia.org/wiki/Bienne#/media/File:Picswiss_BE-98-49_Biel-_Zweisprachige_Strassenbeschriftung.jpg (site consulté le 24 septembre 2016).
- Der Bund: <http://www.derbund.ch/bern/region/Biel-erhaelt-Label-fuer-die-Zweisprachigkeit/story/28147970> (site consulté le 24 septembre 2016).
- Wikipédia: <https://fr.wikipedia.org/wiki/Vepar> (24.9.2016).