

**UNIVERSITÉ DE FRANCHE-COMTÉ**  
**ÉCOLE DOCTORALE « LANGAGES, ESPACES, TEMPS, SOCIÉTÉS »**

Thèse en vue de l'obtention du Grade de Docteur en  
**SCIENCES DU LANGAGE**

**Présentée et soutenue par : Min XIA**

**Le 29 juin 2010**

**ATTRACTIVITÉ, TERRITOIRES ET LANGUES  
ÉTRANGÈRES EN CHINE :  
LE CAS DU FRANÇAIS**  
**ENQUÊTE AUPRÈS D'ÉTUDIANTS DE SHANGHAI ET DE HEFEI (ANHUI)**

**Sous la direction de : Mme le Professeur Gisèle HOLTZER**

**Composition du jury :**

Mme Marie BERCHOUD, Professeur, université de Dijon

Mme Gisèle HOLTZER, Professeur émérite, université de Franche-Comté

Mme Marion PESCHEUX, Professeur, université de Lille 3, Rapporteur

## **Remerciements**

Nous tenons à exprimer notre gratitude à Mme le Professeur Gisèle Holtzer pour avoir assuré la direction de notre recherche durant ces sept longues et instructives années. Merci pour ses enseignements précieux, ses conseils constructifs et ses encouragements appréciés.

Nous voulons aussi remercier les membres du jury pour avoir accepté de lire et d'évaluer notre travail.

Nous adressons également nos remerciements aux professeurs de Shanghai et de l'Anhui qui ont diffusé l'enquête et aux étudiants qui ont répondu à notre questionnaire.

Nous disons enfin un grand merci à notre famille et à nos amis pour leur confiance constante, leur soutien chaleureux et leurs encouragements stimulants. Sans leur accompagnement, cette recherche n'aurait jamais pu aboutir.

# Table des matières

Liste des cartes et des tableaux .....	5
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>8</b>
<b>PREMIÈRE PARTIE : CONTEXTE D'ÉTUDE</b>	
<b>1. Présentation de la Chine .....</b>	<b>16</b>
1.1 Généralités .....	16
1.2 Les langues étrangères entre proximité géographique et géopolitique .....	18
1.3 Situation sociolinguistique de la Chine .....	20
<b>2. Quelques repères historiques, culturels et économiques     concernant Shanghai et l'Anhui .....</b>	<b>24</b>
2.1 La ville de Shanghai.....	26
2.2 La province de l'Anhui .....	33
<b>3. La situation de l'E/A des langues étrangères en Chine .....</b>	<b>37</b>
3.1 Les langues étrangères enseignées en Chine.....	37
3.2 L'évolution de l'enseignement des langues étrangères.....	38
3.2.1 L'évolution générale de l'enseignement des langues étrangères en deux phases.....	39
3.2.2 L'évolution des objectifs de l'enseignement des langues étrangères.....	42
3.2.3 L'évolution des méthodologies dans l'enseignement des langues étrangères.....	42
3.3 La formation des enseignants de langues étrangères.....	49
3.4 Le statut des langues étrangères en Chine .....	50

3.4.1 Le statut de la langue anglaise.....	51
3.4.2 Le statut de la langue française.....	53
<b>4. L’enseignement du français langue étrangère en Chine .....</b>	<b>54</b>
4.1 Aux origines de l’E/A du français.....	54
4.1.1 L’arrivée des premiers Français .....	54
4.1.2 Le premier contact officiel franco-chinois par l’intermédiaire des chrétiens français .....	55
4.1.3 Les premiers contacts sur le plan commercial entre la Chine et la France.....	57
4.1.4 Premiers contacts linguistiques et culturels des Français en Chine.....	58
4.2 La situation actuelle de l’enseignement du français à Shanghai et dans l’Anhui.....	63
4.2.1 A Shanghai .....	63
4.2.2 Dans l’Anhui .....	65
4.2.3 Synthèse quantitative.....	66

## **DEUXIÈME PARTIE : CADRE THÉORIQUE**

<b>1. La notion d’attractivité .....</b>	<b>71</b>
1.1 L’attractivité des territoires .....	72
1.2 L’attractivité des langues .....	75
<b>2. La diffusion du français entre l’offre et la demande .....</b>	<b>79</b>
2.1 Problématique générale .....	79
2.2 L’offre : les politiques linguistiques et éducatives .....	84
2.2.1 Les politiques internes .....	85
2.2.2 Les politiques françaises de diffusion du français .....	87
2.2.3 Partenariats et coopérations .....	95

2.2.4 Le développement de l'enseignement du français en Chine : quelques facteurs explicatifs .....	97
2.3 La demande en langue .....	99
2.3.1 Besoins des organismes .....	100
2.3.2 Motivations des individus.....	103
<b>3. Attitudes linguistiques .....</b>	<b>108</b>
3.1 Les origines du concept en psychologie sociale .....	108
3.2 Les définitions du concept .....	109
3.3 Le concept d'attitude en sociolinguistique .....	110
 <b>TROISIÈME PARTIE : ANALYSE</b>	
 <b>A : ATTRACTIVITÉ DE SHANGHAI ET DE L'ANHUI</b>	
<b>1. Premier groupe de facteurs d'attractivité .....</b>	<b>117</b>
1.1 Aspect démographique .....	117
1.2 Développement économique .....	120
1.2.1 Dans les grandes zones économiques .....	120
1.2.2 A Shanghai .....	122
1.2.3 Dans l'Anhui .....	124
1.3 Les ressources humaines .....	125
1.4 Recherche et innovation .....	128
<b>2. Deuxième groupe de facteurs d'attractivité .....</b>	<b>131</b>
2.1 Contacts avec les Français .....	131
2.1.1 La présence française à Shanghai et dans l'Anhui.....	131
2.1.2 Le tourisme international .....	132
2.2 Le territoire comme environnement culturel .....	136

2.2.1 Shanghai .....	136
2.2.2 L'Anhui .....	138
 <b>B : ENQUÊTE ET TRAITEMENT DES DONNÉES</b>	
<b>1. Cadre méthodologique de l'enquête .....</b>	<b>142</b>
1.1 Questions de recherche et hypothèses .....	142
1.2 Une enquête par questionnaire .....	143
1.3 Structuration du questionnaire.....	145
<b>2. Analyse des données .....</b>	<b>149</b>
2.1 Identification du public .....	149
2.1.1 Etat civil .....	149
2.1.2 Lieux d'enseignement .....	152
2.1.3 Capital linguistique en langues étrangères .....	153
2.2 Apprentissage du français .....	156
2.2.1 Conditions d'apprentissage .....	156
2.2.2 Attitudes linguistiques et motivation .....	163
2.3 Attractivité du lieu .....	173
2.3.1 Lieu attractif pour étudier le français à Hefei (Anhui) et à Shanghai (Q14, 15a, b, c, 19a, b) .....	174
2.3.2 Lieu favorable pour les contacts avec les francophones (Q16, 17a, b, c, d, e, 18a, b, c) .....	178
2.3.3 Lieu attractif pour les projets professionnels (Q20, 21, 22a, b, c) .....	182
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>190</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>196</b>
<b>Table des matières des annexes .....</b>	<b>209</b>

## Liste des cartes et des tableaux

Carte 1 : Les provinces de la Chine .....	17
Carte 2 : Les pays voisins de la Chine .....	19
Carte 3 : Diversité ethnique et linguistique en Chine .....	21
Carte 4 : Les entités administratives de rang provincial .....	25
Carte 5 : Concessions étrangères de Shanghai .....	29
Carte 6 : Division administrative de l'Anhui .....	34
Carte 7 : Les 15 Alliances Françaises en Chine .....	93
Tableau 1: Situation démographique de Shanghai et de l'Anhui en 2007 .....	25
Tableau 2 : Évolution de la FFC (1999-2005) .....	64
Tableau 3 : Nombre d'inscrits 2006-2007 .....	67
Tableau 4 : Nombre d'enseignants 2006-2007 .....	67
Tableau 5 : Évolution des effectifs .....	68
Tableau 6: Évolution de l'enseignement du français en Chine entre 1999-2005...	94
Tableau 7: Situation démographique de Shanghai, de l'Anhui et de Chine en 2004 .....	117
Tableau 8 : Évolution de la population dans la province de l'Anhui .....	118
Tableau 9 : Évolution de la population à Shanghai .....	118
Tableau 10 : Situation démographique dans l'Anhui et à Shanghai en 2004 .....	119
Tableau 11: Investissements directs étrangers de Shanghai, Pékin, Tianjin et Chongqing .....	121

Tableau 12 : Investissements directs étrangers du delta de Yangzijiang (milliard de dollars) .....	121
Tableau 13: Répartition de la population active dans les entreprises étrangères...	128
Tableau 14: Situation en matière de science et technologie dans l'Anhui et à Shanghai .....	129
Tableau 15: Situation de la recherche et du développement de l'Anhui et de Shanghai en 2004 .....	129
Tableau 16: Nombre de touristes étrangers dans cinq sites en 2005 .....	134
Tableau 17: Tourisme international dans l'Anhui et à Shanghai en 2006 .....	134
Tableau 18 : Age des enquêtés .....	150
Tableau 19 : Sexe des enquêtés .....	150
Tableau 20 : Lieu de naissance Anhui .....	151
Tableau 21 : Lieu de naissance Shanghai .....	152
Tableau 22 : Apprentissage des langues étrangères .....	153
Tableau 23 : Langue étrangère la mieux maîtrisée .....	155
Tableau 24 : L'apprentissage pré-universitaire du français .....	156
Tableau 25 : Lieu d'apprentissage du français des cinq étudiants de Shanghai ....	157
Tableau 26 : Intérêt de l'enseignant natif .....	159
Tableau 27 : Les avis des enquêtés sur les cours de français .....	161
Tableau 28 : Le français, langue facile/difficile .....	164
Tableau 29 : Le français, langue utile .....	165
Tableau 30 : Opinions comparées sur le français langue utile .....	166



Tableau 31 : Raisons comparées du choix du français .....	169
Tableau 32 : Attitudes positives .....	171
Tableau 33 : Nombre de réponses comparé .....	172
Tableau 34 : Choix du lieu d'études .....	174
Tableau 35 : Disponibilité de ressources en français .....	177
Tableau 36: Contacts avec des francophones .....	178
Tableau 37 : Rôles des enquêtés ayant des contacts avec des francophones .....	179
Tableau 38 : Les contacts informels améliorent le français ? .....	180
Tableau 39 : Raisons d'amélioration du français .....	181
Tableau 40: Activités professionnelles envisagées .....	182
Tableau 41: Possibilité de trouver ce travail dans la ville .....	184
Tableau 42 : Attractivité des lieux pour l'emploi envisagé .....	184
Tableau 43 : Eléments favorables à l'apprentissage du français .....	185
Tableau 44 : Eléments favorables à l'apprentissage du français .....	187
Tableau 45 : Eléments défavorables .....	188

## INTRODUCTION

Le sujet que nous traitons dans cette thèse porte sur le lien entre l'attractivité des territoires et les langues étrangères considérées en termes d'offre d'enseignement/demande d'apprentissage en Chine. Les transformations récentes du pays, suite à l'ouverture vers l'extérieur, se traduisent par un essor de l'offre et de la demande en langues. Il nous a paru intéressant d'explorer ce sujet, de mieux comprendre la relation entre territoires et langues par le biais de l'attractivité, à un moment de grand changement politique et social : la Chine à l'ère de la mondialisation. La mondialisation est à la base de la problématique générale de la thèse dans sa double articulation avec les territoires et les langues.

### 1. Un contexte mondialisé

L'événement le plus significatif ces dernières années, ce qui a transformé le développement de la Chine (économique, politique, gestion des territoires...) est l'ouverture à l'économie de marché. Le terme *mondialisation* est né dans la sphère politique et économique dans les années 70 et s'est beaucoup diffusé à partir des années 80. La notion a quatre dimensions : économique, sociale, culturelle, informationnelle (E. Cohen, 2001). Elle exprime l'état d'un monde sans frontières, l'ouverture des espaces fermés (bloc soviétique, Chine...), l'idée d'un monde où circulent les valeurs, les capitaux, les produits, où l'information se propage au niveau planétaire grâce aux technologies de l'information et de la communication (internet, sites...). Sur le plan économique, depuis 1989, le monde s'est progressivement unifié avec le système de l'économie de marché.

La mondialisation concerne des champs d'activités beaucoup plus larges que l'économie. Comme l'exprime la définition de Louise Beaudoin, la mondialisation est

« l'ensemble des processus culturels, informationnels, sociaux, économiques et politiques « mondialisés », c'est-à-dire : 1. diffusés à l'échelle du monde, en dépit des barrières d'origine nationale, géographique, linguistique, technologique, etc. ; 2. mettant à la disposition des hommes de toute origine, culture et pays des idées, des contenus, des services et des produits semblables ; 3. susceptibles d'avoir un impact mondial sur les activités humaines, quelles que soient leur nature. » (2008 : 10-11).

Pour la Chine, il faut d'abord noter que la mondialisation s'est réalisée de façon un peu différente que dans les autres pays. Après trente années de Maoïsme marquées par une mobilisation politique constante et une dynamique d'industrialisation planifiée sans croissance urbaine significative, la Chine s'est lancée dans une vague de réformes à la fin des années 70: la dé-collectivisation de l'agriculture (1979-1983), puis la décentralisation de l'allocation des ressources au profit des provinces, des entreprises et des particuliers, ensuite le lancement de la politique d'ouverture (1984-1988). Mais c'est surtout en 1992 que Deng Xiaoping a imposé l'intégration au marché mondial et « l'économie socialiste de marché ». Son successeur Jiang Zemin a poursuivi dans la même voie en négociant l'entrée de la Chine dans l'Organisation mondiale du commerce (OMC) en 1999-2000.

Ainsi s'est développée « une hybridation politique et sociale », entre socialisme et capitalisme (Domenach, 2002 : 55). La mise en œuvre de ces politiques a revitalisé l'économie, tout en déclenchant un processus d'urbanisation et de migration vers les régions côtières. A la différence des pays industrialisés qui sont très urbanisés, la Chine possède une population rurale importante (60% d'après les chiffres officiels) et l'économie rurale a longtemps été le pilier de l'économie chinoise. Mais depuis 1978, cette économie rurale se voit transformée en économie urbaine avec des réformes caractérisées par l'affaiblissement de l'économie d'Etat, l'expansion de l'économie privée, le lancement d'une économie ouverte et libéralisée en direction de l'international (Fabre, 2000 : 13-14). Depuis 1992, le mouvement d'industrialisation, l'afflux d'investissements étrangers ont fait de la Chine « l'atelier du monde ».

## **2. Mondialisation, territoires et langues**

La mondialisation a des effets sur les territoires. Elle accélère l'essor des grandes villes et a pour conséquence une urbanisation croissante avec des villes phares comme Shanghai, site retenu dans notre étude. Au début du XX<sup>e</sup> siècle, 100 millions de personnes vivaient dans des villes de plus de 100 000 habitants, elles atteignaient 2,5 milliards à la fin du siècle. En 2015, 27 villes devraient compter plus de 10 millions d'habitants et 550 villes de plus d'un million d'habitants devraient être habitées par 45% de la population mondiale (Attali, 1998 : 334-335). La Chine connaît une urbanisation croissante. En 1949, 90% de la population était rurale. En 2010 la population urbaine atteint 45% et devrait être de 70% en 2050. Pour P. Gentelle (2001), l'afflux des ruraux dans les villes est un phénomène majeur dans le développement économique du pays. Aujourd'hui, 16 villes chinoises comptent entre 2M5 et 5M d'habitants, 2 en ont plus de 15M, Pékin et Shanghai. Ces villes géantes sont des pôles d'attractivité au niveau intérieur et mondial.

« Derrière la mondialisation il y a presque toujours des rapports inégalitaires entre des éléments expansifs et conquérants et des éléments dominés. La dynamique du mouvement est assurée par une force dominante (un pays, un groupe de pays, une culture) qui tend à universaliser ses produits, ses valeurs, sa langue... » (Holtzer, 2003 : 71). L'un des centres de diffusion dominants est les Etats-Unis dans la décennie 2000. La Chine fait aujourd'hui partie des nations importantes. Les rapports inégalitaires se voient sur le plan mondial et aussi sur le plan intérieur. En Chine, les villes, surtout celles qui sont situées près de la côte Est, ont beaucoup plus de richesses que les campagnes. Aujourd'hui, le niveau de vie des citadins est plus de 3,5 fois supérieur à celui des ruraux. Cela a provoqué un exode rural important depuis les années 90 (Béja, 2009 : 111 et 114). Des régions se sont beaucoup plus développées que d'autres. Certains lieux concentrent des richesses, des activités, participent à des échanges mondialisés. D'autres se trouvent un peu à l'écart du développement. L'attractivité d'un territoire est ainsi en relation avec le phénomène de mondialisation.

L'internationalisation des échanges exige de connaître des langues étrangères. Ces langues doivent permettre une communication large avec des interlocuteurs de langues différentes, c'est-à-dire être des « grandes langues », des langues internationales. Le qualificatif « grandes » langues s'applique « à la valeur d'échange qu'elles représentent sur le marché de la communication » (M. Yaguello, 1988 : 27). L'attractivité des langues dépend donc de leur position sur le marché des langues (Calvet, 2002). Les langues du monde ne sont pas égales sur le plan statistique, social, et des représentations dont elles sont l'objet (certaines sont prestigieuses, d'autres pas). La mondialisation, écrit Calvet, « qui multiplie les réseaux de communication, accroît ces inégalités entre les langues, renforce la langue hypercentrale, l'anglais, et les langues centrales au détriment des langues périphériques » (p.103).

L'expansion économique a eu des effets sur les mentalités. Le pragmatisme économique est devenu une valeur prioritaire dans la société chinoise. « Tout le monde est préoccupé par l'argent, qui représente la chance d'une vie meilleure et offre l'accès à tout ce dont les Chinois ont été privés pendant si longtemps » (Gavalda et Rouvin, 2007 : 59). Cet esprit pragmatique appliqué au choix des langues fait dominer le critère utilitaire.

Dans notre thèse, la notion d'attractivité est donc inséparable du contexte général de mondialisation.

### **3. Questions de départ et hypothèses**

Nos questions de départ étaient très simples :

- Pourquoi le français connaît-il depuis quelques années une croissance importante dans les formations universitaires en Chine ? Y a-t-il un lien avec le changement de politique économique de la Chine ?
- Pourquoi des étudiants choisissent-ils d'apprendre cette langue ? Sont-ils influencés dans leur choix par les transformations du pays ? Sont-ils

principalement motivés par des raisons instrumentales ? Y a-t-il d'autres raisons ?

Nous avons voulu mettre en évidence les facteurs qui expliquent le développement actuel de l'enseignement du français en Chine en prenant pour repère la mondialisation. La dynamique due à la mondialisation est différente selon les régions. Nous avons pensé que les territoires qui bénéficient le plus de la croissance économique étaient aussi les plus favorables à l'enseignement/apprentissage (E/A) des langues, dont le français.

Cette problématique a donné naissance à trois hypothèses étroitement connectées :

#### Hypothèse 1

L'attractivité d'un lieu est fonction de son développement connecté à l'espace mondialisé. L'internationalisation des activités a des effets sur les langues en favorisant l'offre d'enseignement et la demande d'apprentissage. Elle favorise la diffusion des langues internationales, ici le français.

#### Hypothèse 2

La mondialisation agit sur les motivations à l'apprentissage d'une langue. Elle fait dominer la valeur « marchande » de la langue (pragmatisme des choix).

#### Hypothèse 3

Le choix d'une langue comme le français par de jeunes adultes (étudiants) peut être influencé par des orientations plus personnelles (intérêt culturel, attirance pour la langue, etc.).

### **4. Méthodologie de recherche**

Pour vérifier ces hypothèses, nous avons fait une étude liant attractivité des territoires et langues. Pour les territoires, nous avons choisi deux sites proches géographiquement mais très différents dans leur développement. Shanghai, ville littorale, fait partie des «régions développées de l'Est» (Larivière et Marchand, 1999 : 134), des «territoires de la mondialisation» (Sanjuan, 2007 : 36). C'est la plus grande métropole de Chine,

entourée de provinces développées : le Jiangsu et le Zhejiang. L'autre site, l'Anhui, est une des « régions intermédiaires » (Larivière et Marchand, *ibid.*), une des « terres enclavées » (Sanjuan, *ibid.*). La structure économique y est dominée par l'agriculture. Sa capitale, Hefei, est le centre politique, économique et culturel de la province.

Notre thèse est composée de deux études. La première a pour objectif de préciser le taux d'attractivité des deux lieux choisis et d'y comparer l'offre d'enseignement du français. Constatant que les politiques linguistiques de la France expliquaient la mise en place de certaines formations en langue, nous avons eu un entretien avec l'attachée de coopération linguistique à l'Ambassade de France en Chine en 2005. L'objectif était d'étayer nos hypothèses avec des arguments émis par une personne occupant une position centrale dans le système de diffusion du français.

La deuxième étude, plus importante, analyse les données d'une enquête par questionnaire auprès d'étudiants ayant choisi la spécialité 'français', 51 à Shanghai et 56 à Hefei (Anhui). Notre but était de préciser les motivations des étudiants dans le choix du français, d'avoir leur évaluation sur l'attractivité de leur environnement (pour l'apprentissage du français, pour leur projet professionnel...).

## **5. Organisation de la thèse**

Notre travail s'organise en trois parties. La première partie commence avec une présentation du contexte d'étude, la Chine et plus particulièrement Shanghai et l'Anhui dans leurs aspects historiques, culturels et économiques. Elle se termine avec un examen de la situation de l'enseignement et de l'apprentissage de langues étrangères en Chine et plus particulièrement celle du français.

La deuxième partie est consacrée à la présentation des concepts (attitude linguistique, marché des langues, politiques linguistiques) et des modèles (modèle gravitationnel des langues de Calvet, modèle de l'offre/de la demande en langue) nécessaires à notre

recherche. L'orientation théorique est principalement de nature sociolinguistique.

La troisième partie, analyse, comprend deux volets. Dans le premier nous comparons l'attractivité des deux sites choisis, Shanghai et l'Anhui, à l'aide d'une grille d'analyse composée d'indicateurs qui décrivent l'attractivité d'un territoire (développement économique, aspects démographiques, environnement culturel, etc.). Le deuxième volet s'organise autour de l'enquête réalisée auprès des deux groupes d'étudiants (un groupe par site) et concerne le recueil et le traitement des données. Les deux thèmes clefs sont d'une part l'évaluation que font les étudiants de leur environnement par rapport à l'apprentissage du français, la présence de natifs de la langue, les possibilités professionnelles ; d'autre part les raisons de leur choix d'apprendre le français, leurs images du français (langue utile ?). L'inégalité d'attractivité des deux sites devrait se refléter dans les résultats de l'enquête.

Dans la conclusion, nous exposons les résultats de nos analyses par rapport aux hypothèses et nous évoquons les pistes de travail ouvertes par notre étude.



## Première partie

Le contexte d'étude sera décrit en deux volets :

- une présentation de la Chine (contexte large) puis celle des deux lieux choisis pour notre thèse, Shanghai et la province de l'Anhui (contexte étroit) ;
- les langues étrangères en Chine, l'évolution des conceptions de leur enseignement (objectifs, méthodologie...) avec un centrage sur le français en tant que langue concernée par notre étude.

## **1. Présentation de la Chine**

Nous commencerons par donner un aperçu de la Chine afin de bien préciser le contexte de notre étude. Nous présenterons ce pays gigantesque en apportant des éléments de compréhension d'ordre linguistique, culturel, historique qui permettront d'éclairer le sujet traité dans notre thèse.

### **1.1 Généralités**

Avec une superficie de 9,6 millions de km<sup>2</sup> (17 fois la France), la Chine est le troisième plus grand pays du monde, derrière la Russie et le Canada. C'est le pays le plus peuplé de la planète avec une population de 1,3 milliard d'habitants, soit 20,7% de la population mondiale. Mais la population chinoise n'est pas répartie de façon homogène sur l'ensemble du territoire. De fortes disparités apparaissent entre l'est et l'ouest : le Henan, la province la plus peuplée, compte 96 millions d'habitants tandis que le Tibet en compte 2,63. La densité moyenne est de 133 habitants au km<sup>2</sup> avec une variation de 1,8 sur les hauts plateaux du Tibet à l'ouest à 360 dans les provinces côtières à l'est. Elle peut même atteindre 2 200 habitants au km<sup>2</sup> dans les grandes villes, comme Shanghai, ville de notre étude. Elle est de 464 habitants au km<sup>2</sup> pour la Province de l'Anhui, l'autre région de notre étude (Carte 1). On estime que 94% des Chinois vivent sur 40% du territoire. (Xie, 2008 : 8).

Carte 1 : LES PROVINCES DE LA CHINE



Source : [http://map-of-china.net/province\\_map.html](http://map-of-china.net/province_map.html)

Les Chinois ne sont pas nombreux à pratiquer une religion, seulement 100 millions, ce qui est relativement peu proportionnellement à la population totale du pays. Aujourd'hui, la Chine reconnaît cinq religions. Les principales sont le taoïsme, la plus ancienne, et le bouddhisme qui rassemble à lui seul 72,4% des pratiquants. L'islam regroupe, quant à lui, 17% des pratiquants (Cardoso, 2003 : 177). Le catholicisme et le protestantisme arrivent loin derrière.

Ce n'est pas en termes de religion qu'il faut aborder la question des croyances en Chine mais en termes de culture, de philosophie. Le confucianisme, enseignement dispensé par Confucius vers les VI<sup>e</sup> et V<sup>e</sup> siècles avant J.C., « a inspiré et nourri les développements philosophiques d'une grande richesse pendant plus de deux millénaires, [...] est devenu le soubassement idéologique de l'empire centralisé dès le II<sup>e</sup> siècle avant J.C. » (Cheng, 2002 : 93). Le terme confucianisme est un néologisme occidental dont l'origine remonte aux missionnaires chrétiens présents en Chine aux XVI<sup>e</sup> et XVII<sup>e</sup> siècles. Le mot s'est imposé ensuite en Occident qui voit dans le confucianisme « une religion sans Dieu ». Ce n'est qu'à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle que les intellectuels chinois ont adopté le terme pour « désigner la culture traditionnelle dans son ensemble, prise comme un tout homogène » (ibid., p.102). Interdit pendant la Révolution culturelle, le confucianisme connaît un renouveau depuis les années 70. En 1984, une « Fondation Confucius » a été créée à Pékin avec le soutien des plus hautes autorités du Parti communiste. Même si la culture traditionnelle n'a plus le même poids qu'autrefois, en particulier dans les grandes villes, les valeurs confucéennes basées sur le noyau central qu'est la famille, sur l'harmonie du corps social (cohésion, stabilité) continuent à inspirer les comportements de la société chinoise. Le fait que les Chinois ont tendance à rechercher le consensus et à éviter les désaccords est un héritage du confucianisme.

## **1.2 Les langues étrangères entre proximité géographique et géopolitique**

Ayant 32 000 km de frontière terrestre, la Chine a pour voisins au nord-est la Corée du Nord, au nord la Russie et la Mongolie, à l'ouest le Kazakhstan, le Kirghizistan, le Tadjikistan, l'Afghanistan, le Pakistan, au sud l'Inde, le Népal, le Bhoutan, la Birmanie, le Laos et le Vietnam (Frémy, 2004 : 1059). Ce voisinage géographique fait qu'au nord de la Chine, l'enseignement du coréen et du russe est très répandu alors que l'enseignement du vietnamien, birman, cambodgien, laotien, malaisien, thaïlandais et indonésien se concentre plutôt dans le sud à la frontière avec les pays où ces langues sont parlées. Mais ce qui est digne d'être mentionné ici c'est que les relations avec d'autres pays jouent un rôle très important dans la politique de l'enseignement des

langues étrangères. Dans la réalité, les bonnes relations avec un pays surpassent souvent le voisinage géographique. Citons l'enseignement du russe en Chine comme exemple.

Carte 2 : LES PAYS VOISINS DE LA CHINE



Source : GENTELLE Pierre (2001)

Avant et après la proclamation de la République Populaire de Chine en 1949, les étroites relations idéologiques, politiques, militaires et économiques entre la Chine et l'Union soviétique de l'époque ont fait que l'enseignement du russe a prévalu de très loin sur

toutes les autres langues étrangères, même dans des régions non-frontalières. Au début des années 1960, l'Union soviétique a mis brutalement fin à son aide économique et à son assistance technique. La Chine a pris des contre-mesures en créant des relations diplomatiques nouvelles avec certains pays européens. Le pays s'est trouvé dans une situation embarrassante : d'une part, une surabondance de russophones; d'autre part, un manque de gens parlant d'autres langues étrangères afin de nouer des relations avec d'autres pays que l'URSS. En fin de compte, ceux qui maîtrisaient le russe ont commencé à apprendre l'anglais ou le français. Il a fallu une dizaine d'années pour avoir une situation plus équilibrée dans l'enseignement des langues étrangères.

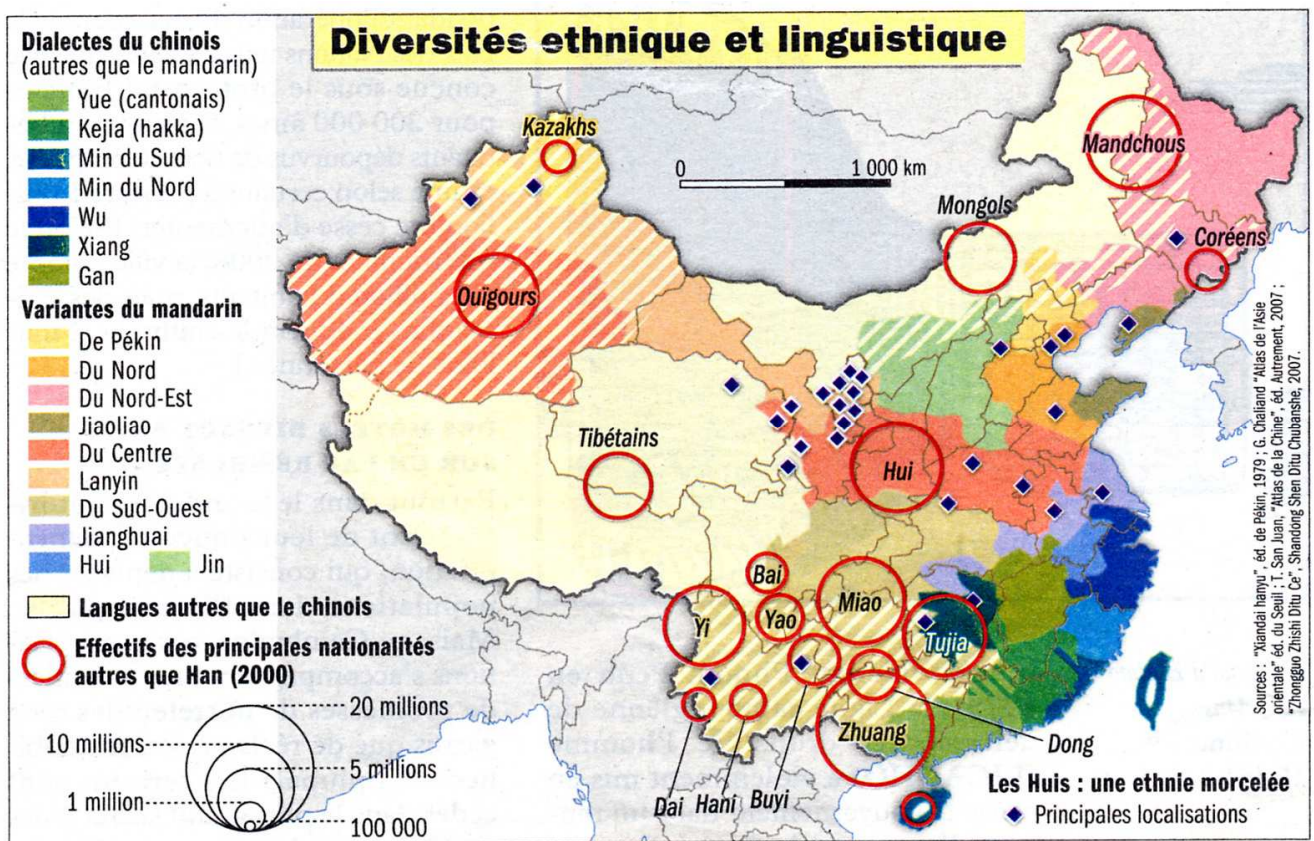
### **1.3 Situation sociolinguistique de la Chine**

La Chine est un état pluriethnique. Les Han constituent l'immense majorité de la population (92%). Comme le remarque l'historien E. Hobsbawm, la Chine, les deux Corées et le Japon forment « quelques-uns des très rares exemples d'Etats historiques composés d'une population presque ou totalement homogène sur le plan ethnique » (1992 : 128). Les 8% restant sont divisés en 55 minorités ethnolinguistiques. Les principales nationalités minoritaires sont les Zhuang avec une population de 16 millions, les Hui 9,8 millions et les Ouïghours 8,4 millions (Sanjuan, 2007 : 56). Cette multiplicité d'ethnies conduit à une grande complexité de la situation sociolinguistique où les pratiques langagières des minorités coexistent avec les langues chinoises (Carte 3).

Les langues parlées en Chine font partie de familles différentes des langues de l'Asie orientale. J. Gernet les a classées en cinq blocs (voir Tableau des langues de l'Asie orientales en annexe). Le groupe chinois figure dans la famille des langues sino-tibétaines et celui des différentes minorités linguistiques, selon le cas, est rattaché aux familles altaïque, austro-asiatique, malayo-polynésienne ou même sino-tibétaine. (Gernet, 1972 : 11) Pourtant on ne peut pas considérer que les langues appartenant à une même famille linguistique soient apparentées puisqu'elles se classent dans des groupes linguistiques différents. Donc il arrive que certaines langues minoritaires comme le

tibétain et le yao appartiennent à la même famille que les langues chinoises sans y être apparentées. De là, il existe, dans la pratique langagière, une absence d'intercompréhension absolue à l'intérieur des langues chinoises et bien entendu avec les langues non chinoises.

CARTE 3 : DIVERSITÉ ETHNIQUE ET LINGUISTIQUE EN CHINE



Source : GLADNEY Dru (2009)

Il nous faut ajouter que bien des variétés existent au sein des langues qui rentrent dans le même groupe linguistique, voire le même sous-groupe linguistique. Le groupe chinois est ainsi subdivisé en sept dialectes (certains experts disent huit). Les gens parlant le cantonais ne se font pas comprendre par ceux parlant le pékinois, un des

dialectes du Nord. Pour compliquer encore la situation linguistique en Chine, il y a différentes variétés locales du mandarin selon qu'il est parlé dans le nord, le centre, à Pékin, etc. (voir légendes de la carte 3).

Pour nous résumer, nous retiendrons les caractéristiques essentielles du fait linguistique en Chine : l'ampleur de l'espace et la profondeur de ses ramifications qui induisent variété et complexité. Cette diversité et complexité expliquent tous les efforts destinés à la compréhension linguistique dans tout le territoire chinois depuis la dynastie Qin (221-206 avant J.C.) jusqu'à nos jours.

La communication entre les Chinois parlant différentes langues ou différents dialectes passe par la langue officielle appelée le *putonghua* (la langue commune) ou mandarin. Dans la ville de Canton, par exemple, au moins deux langues co-existent : le cantonais et le mandarin. Parlée dans la province de Canton, à Hongkong, ainsi que dans certaines zones frontalières des provinces voisines, le cantonais remplit une fonction grégaire : c'est la langue de la famille, de la rue, de la convivialité, etc.. A cette première langue s'ajoute une seconde langue : le mandarin, langue officielle enseignée à l'école, utilisée dans l'administration, diffusée par les médias audio-visuels. A Canton, cette langue officielle a une fonction véhiculaire.

La standardisation de la langue chinoise remonte aux années 50. Dans le projet d'établir une langue nationale et de définir une norme de standardisation, le groupe « Académie Scientifique de Chine » a fait un travail fondamental et critique. En octobre 1955, cette académie a tenu la « Conférence concernant la normalisation du chinois contemporain ». Cette conférence a abouti à une décision importante : l'établissement du *Putonghua* comme langue officielle de la Chine. Une commission chargée d'examiner et d'approuver la phonétique de la langue commune a été formée. L'Institut de Recherche des Langues a rédigé le « Dictionnaire du Chinois contemporain » en 1959. Publié à plus de 40 millions d'exemplaires, ce dictionnaire sert d'outil de base à des millions et des millions d'utilisateurs.



La latinisation de l'écriture du chinois était déjà proposée au début du XX<sup>e</sup> siècle. Un érudit, Chen Duxiu ayant suivi des cours dispensés en langue française dans une école de construction navale à Hangzhou et ayant séjourné en France entre 1907 et 1910 est à l'origine d'un mouvement idéologique appelé 'le mouvement de la nouvelle culture'. En 1915, il a fondé un magazine d'orientation politique et littéraire sous le nom de *Nouvelle Jeunesse*. L'une de ses opinions était de latiniser les caractères chinois, avis qui a été partagé par d'autres érudits de l'époque comme Xu Qibai et Lu Xun. Des dirigeants chinois tels que Mao Zedong et Zhou Enlai ont appuyé la réforme de l'écriture chinoise, la généralisation de la langue commune et la standardisation du chinois contemporain.

L'avantage de l'écriture du chinois est qu'elle est indépendante des changements de la prononciation dans le temps et selon les lieux (prononciations locales). « Même aux périodes où la Chine fut politiquement désunie, et en dépit des différences de langues, aucune tentative de mettre sur pied de nouveaux systèmes d'écriture n'a été faite. C'est ainsi qu'aujourd'hui, n'importe quel diplômé d'université est en mesure de lire, dans leurs versions originales, les poésies écrites durant la dynastie Tang (VII<sup>e</sup> siècle). Un tel exercice, par un non-spécialiste, est simplement impossible pour un Occidental qu'il soit Anglais, Français ou Allemand ! » (Durand, 1997 : 149). Le désavantage de cette écriture est qu'elle exige un grand effort de mémoire, donc beaucoup de temps pris sur la scolarité. Comme Granet le constate : « les mérites de l'écriture chinoise sont d'un ordre tout autre : pratique et non pas intellectuel » (2005 : 44). Ne donnant aucune information phonétique, elle demande un apprentissage assez long.

Le chinois fait partie des « grandes » langues selon le critère du nombre de locuteurs. Il se place en effet au premier rang avec 1 milliard de locuteurs (chiffre de 1999). Calvet (2002) se demande quelle définition de la langue est prise en compte : le chinois est-il le putonghua (mandarin) ou l'ensemble des langues han (min, wu, hakka, cantonais...) ? (p. 138). Même si ce n'est pas très clair, on voit que le chinois est une langue très parlée

mais avec un taux d'internationalisation limité. Le classement des langues selon les pays où elles sont langue officielle place l'anglais au premier rang (45 pays), suivi par le français (30 pays), l'arabe (25 pays). Le chinois ne vient qu'au 8<sup>ème</sup> rang (3 pays) (p.142). Ce classement montre la faible répartition de la langue chinoise dans l'espace (7,2% de la superficie du territoire mondial contre 29,6% à l'anglais et 15,2% au français) (Calvet, p.143). On pourrait tenir compte de la « diaspora » chinoise pour être plus précis sur l'espace du chinois. Cette langue est parlée par les sinophones qui ont migré à l'étranger et qui ont conservé l'usage de leur langue d'origine. Au début des années 1990, on estimait à 30 millions le nombre de migrants chinois. 85% vivent en Asie (ils sont 7 millions en Indonésie), 10,5% en Amérique du Nord et 2,5% en Europe où ils se sont surtout implantés au Royaume-Uni et en France (ils sont environ 300 000 en France) (Atlas des migrations, 2009 : 110). Mais le chinois est une langue surtout parlée en Chine et, depuis l'ouverture du pays sur le monde, connaître d'autres langues est alors indispensable pour établir des relations au niveau international.

## **2. Quelques repères historiques, culturels et économiques concernant Shanghai et l'Anhui**

Nous allons maintenant aborder les deux régions où nous avons mené notre enquête en apportant des précisions sur leur histoire, leur univers culturel, leur économie, car «les rapports entre langue(s) et vie sociale sont à la fois des problèmes d'identités, de culture, d'économie, de développement, problèmes auxquels n'échappe aucun pays ». (Calvet, 1996 : 9). Mais avant cela, nous voudrions donner une précision d'ordre administratif.

L'organisation administrative du territoire chinois est déterminée par l'article 30 de la Constitution. Le pays est divisé en provinces, régions autonomes et municipalités de rang provincial (Carte 4). Selon cette division politico-administrative, les deux régions en question (la municipalité de Shanghai et la province de l'Anhui) ont le même statut quand bien même il existe entre elles une grande disparité de population et de superficie (voir tableau 1).

	<b>Population (millions)</b>	<b>Superficie (km<sup>2</sup>)</b>
<b>Anhui</b>	61,18	139 400
<b>Shanghai</b>	18,58	6 340

Tableau 1: Situation démographique de Shanghai et de l'Anhui en 2007

Source: Shanghai Statistical Yearbook 2008 et Anhui Statistical Yearbook 2008

#### CARTE 4 : LES ENTITÉS ADMINISTRATIVES DE RANG PROVINCIAL



Source : SANJUAN Thierry (2007)

L'histoire de la Chine remonte à la nuit des temps. Compte tenu du sujet de notre recherche, nous choisissons de retracer, dans les pages qui suivent, les grandes lignes de l'histoire de Shanghai et de l'Anhui ainsi que leur culture et économie en insistant sur la période 1980-2008.

## **2.1 La ville de Shanghai**

Ayant un long passé, Shanghai ne s'est pas toujours appelée Shanghai. On y a retrouvé des traces d'activités humaines datant de plus de 6 000 ans. En 223 avant Jésus Christ, le Royaume Qin établit la "préfecture Huiji" après la conquête du Royaume Chu. Cette préfecture recouvre une partie du territoire de Shanghai d'aujourd'hui. Ce fut la première organisation administrative concernant Shanghai. A ce moment-là, "Huiji" était encore un petit village de pêcheurs. En plus des activités de pêche, les gens récoltaient du sel en faisant bouillir de l'eau de mer. Grâce à ces deux activités, ce village connut un essor économique important pendant la dynastie des Jin (265-420 après J.C.).

Dès le début du XI<sup>e</sup> siècle, le commerce se développa et de plus en plus de gens s'y installèrent. Le village s'étendit petit à petit en surface. En 1267, la dynastie des Song du sud l'institua en "Bourg de Shanghai", d'où vient son nom actuel, signifiant "sur la mer". En 1291, la dynastie Yuan transforma le bourg en "district de Shanghai", lui donnant alors un statut de ville. Sous la dynastie des Ming (1368-1644), le district de Shanghai devint une région célèbre dans toute la Chine avec un commerce florissant. Au début de l'époque Qing, la circonscription de Shanghai a encore été élargie et elle atteignit pratiquement la même superficie qu'à l'heure actuelle. Puis les années passèrent et l'Empire chinois se renferma pratiquement sur lui-même (Zhao, 2005 : 130).

Dans les années 1930, les étrangers n'étaient tolérés qu'à Macao, colonie portugaise depuis trois siècles, et à Canton, dont une partie avait été accordée aux commerçants arabes en tant que première concession dès le XII<sup>e</sup> siècle. C'était aussi par le port de Canton que les Anglais, ayant développé dans leur colonie des Indes la culture du pavot et initié les Chinois à la consommation de l'opium, faisaient entrer en Chine de fortes quantités d'opium : de 100 tonnes vers 1800 à 2 600 tonnes en 1838. Le gouverneur chinois de Canton a décidé de s'opposer à ce gigantesque trafic. En 1839 il a saisi et brûlé une cargaison de drogue en place publique. C'était le prétexte qu'attendait Londres pour imposer l'ouverture du marché chinois. Deux ans après la destruction de l'opium,

les Anglais ont bombardé Canton, débarqué à Shanghai et remonté le Yangzijiang jusqu'à Nankin, obligeant Pékin à capituler. Cette première guerre de l'opium a débouché sur le traité de Nankin signé en 1842, qui ouvrait cinq ports, dont Shanghai, au commerce étranger et autorisait les étrangers à élire domicile dans ces cinq endroits.

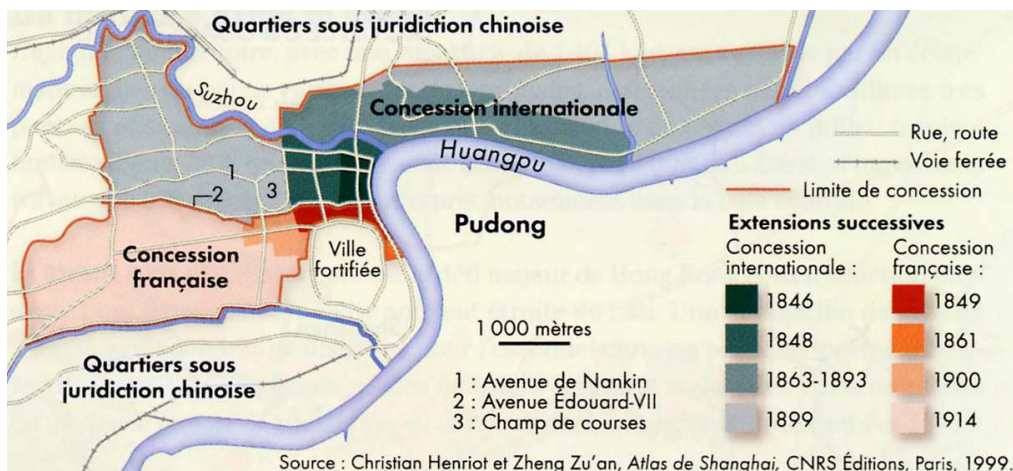
Peu après, Américains et Français imitaient les Britanniques et obtenaient des avantages analogues. Le traité de Nankin transforma une grande partie de la ville de Shanghai en concessions britanniques, dont les premières limites ont été définies en 1845. Des droits extraterritoriaux ainsi que d'autres privilèges furent par ailleurs accordés à la France et aux Etats-Unis. L'année 1848 a marqué l'arrivée du premier consul de France à Shanghai et l'année suivante a vu la fondation de la Concession française. En 1862, l'éventail de la ville est complété non seulement par les concessions anglaise, américaine et française mais aussi par d'autres colonies étrangères, très différentes, mais sans assise territoriale définie – Italiens, Hollandais, Japonais, Allemands, Portugais, etc. En 1863, les concessions anglaise et américaine se regroupent et constituent la Concession internationale afin de réaliser une administration plus cohérente, un service public plus intégré, et une économie plus riche. Depuis les deux concessions rivales (Britannique et Française) se développèrent différemment : « chez les Anglais elle est plus affairée et plus chaotique, chez les Français plus tranquille et plus ordonnée. » (Brossollet, 1999 : 19)

L'histoire moderne de Shanghai est marquée par des relations complexes que la ville a nouées avec les concessions étrangères. En matière politique, les concessions étaient un rappel constant du manque d'autonomie du gouvernement chinois. C'est dans cette circonstance que les puissances étrangères ont réussi à disposer de plus en plus d'avantages en Chine en appliquant ce que l'on appellera plus tard la "diplomatie de la canonnière". La période entre 1840 et 1900 a été marquée par un enchaînement d'agressions étrangères et de traités concédant des avantages ou des territoires aux puissances étrangères : le traité de Tianjin entre la Chine, l'Angleterre et la France en 1858, le sac du Palais d'été près de Pékin après l'expédition franco-britannique en 1860,

la cession de Taiwan au Japon après la Guerre sino-japonaise etc. (Brossollet, 1999 : 307-308). En matière économique, les concessions étrangères ont apporté à Shanghai toutes sortes d'agents économiques – soyeux, négociants, courtiers, entrepreneurs, banquiers, boutiquiers, trafiquants – qui firent de cette ville une des grandes métropoles marchandes de la planète.

L'économie, d'abord dominée par le trafic de l'opium, s'oriente petit à petit vers le commerce extérieur en général, la finance, la spéculation immobilière, puis l'industrie. Le centre économique de Shanghai se déplace ainsi de la vieille cité chinoise aux concessions étrangères, en particulier dans les quartiers contigus sur la rive ouest du fleuve Huangpu (Carte 5). Les capitaux d'origine chinoise et étrangère se conjuguent ; les guildes professionnelles chinoises et les acteurs étrangers se partagent les circuits commerciaux intérieurs et extérieurs. Les concessions, vitrines de la culture occidentale, influencent les mentalités et inspirent les innovations individuelles et collectives des Chinois : création d'entreprises publiques et privées, ouverture de nouvelles écoles, apparition d'une presse destinée au grand public, création d'une Chambre de commerce et d'un Conseil de la cité chinoise, aménagement des quartiers chinois, installation d'équipements modernes et de services publics... C'est ainsi qu'est né l'esprit d'entreprise, avec une nouvelle génération d'entrepreneurs chinois et la prospérité industrielle des années 1920.

## CARTE 5 : CONCESSIONS ÉTRANGÈRES DE SHANGHAI



Source : SANJUAN Thierry (2007)

Les activités économiques s'élargissent et au début du XX<sup>e</sup> siècle, les Shanghaiens voient trois grandes firmes régner sur les affaires françaises de Shanghai : la compagnie des Messageries Maritimes, la Banque de l'Indochine et la Compagnie des Tramways de Shanghai. (Brossollet, 1999 : 45). La première entreprend au début le transport du courrier, puis le transport des voyageurs et plus tard la construction métallique et mécanique. La Banque s'intéresse non seulement à l'émission des billets mais aussi aux activités entre les grandes places financières. La dernière, avec des affaires dans la construction des tramways, la production d'eau potable et l'éclairage électrique, est la plus importante entreprise industrielle française en Extrême-Orient (Brossollet, 1999 : 57).

Pouvoir et argent font souvent bon ménage. En cinquante ans, la Concession s'agrandit de 66 à 144 hectares. Les religieux en profitent pour continuer à évangéliser la Chine et Shanghai devient le centre de la catholicité en Chine du Sud. Les activités des Français ont laissé une trace remarquable à Shanghai aux niveaux de l'architecture, des arts et de l'éducation.

Shanghai est donc, pendant environ un siècle (1840 à 1949), un monde un peu à part avec une présence occidentale dans quasiment tous les domaines : politique, économique et culturel. La fondation de la République Populaire de Chine en 1949 met un terme aux activités occidentales dans la ville. Depuis, le destin de la ville est étroitement lié aux politiques du Gouvernement Central. Pendant plus d'un demi siècle (de 1949 jusqu'à aujourd'hui), cette métropole est passée par des périodes difficiles et des moments prospères.

Nous pouvons diviser l'histoire de Shanghai depuis 1949 en trois périodes : 1949-1966, 1966-1979 et 1979 à nos jours.

#### - 1949-1966, premier repli et premier rebondissement de Shanghai

Après l'avènement de la République populaire de Chine, Pékin décide de construire une nouvelle industrie à l'intérieur de la Chine en s'appuyant sur des villes côtières comme Shanghai. Pendant les cinq premières années depuis 1949, Shanghai a donné l'équivalent de vingt millions d'euros de produits industriels à d'autres régions de la Chine ; 500 000 Shanghaïens sont partis dans les autres régions pour aider à leur développement ; 40% des techniciens de Shanghai ont travaillé ailleurs. Par conséquent, le développement propre de Shanghai a été beaucoup entravé. En 1955, le PNB national a réalisé une augmentation de 5,6% alors que celui de Shanghai a chuté de 2,8%. C'est la première décadence de Shanghai, qui est expliquée par la politique de redistribution des richesses entre les territoires chinois.

La récession de Shanghai et la situation améliorée des autres régions font que le gouvernement central pense à changer sa politique. En 1959, Deng Xiaoping est allé à Shanghai deux fois afin de mettre en relief le développement de la ville. En 1965, des nouvelles industries comme celle d'instruments, la télécommunication, la défense nationale et la chimie y ont été implantées. C'est le premier rebondissement de Shanghai.



#### - 1966-1979 deuxième repli et deuxième rebondissement de Shanghai

Entre 1966 et 1976, la Révolution culturelle a mis l'économie nationale au bord de la paralysie. La ville de Shanghai n'a pas fait exception. En 1979, Deng Xiaoping a rendu visite à Shanghai pour concrétiser la formation et la sélection des jeunes dirigeants locaux. Cette réorganisation du groupe de dirigeants a joué un rôle notable dans l'essor de Shanghai dans les années 1990. Le comité municipal du Parti communiste de Shanghai a ainsi résumé dans son ouvrage *Deng Xiaoping et Shanghai* : Shanghai n'aurait pas vécu son développement à partir de 1990 sans la sélection de nouveaux responsables.

#### - 1979 à nos jours: troisième repli et troisième rebondissement de Shanghai

C'est encore une fois grâce à Deng Xiaoping que Shanghai connaît un nouveau développement. Deng Xiaoping se rend à Shanghai en 1988 pour fêter le nouvel an chinois. Il faut savoir qu'en Chine, quand les principaux dirigeants nationaux se rendent dans une ville ou une région, celle-ci attire l'attention du reste du pays, car les déplacements officiels sont largement médiatisés. Donc la présence de Deng à la fête du Printemps a signifié son appui et son attention à la ville. Deux mois après, Shanghai a organisé un symposium international sur le développement de la zone de Pudong<sup>1</sup>. Jiang Zeming, à l'époque secrétaire général du Comité du parti de Shanghai, a proposé le principe de la création à Pudong d'une nouvelle zone destinée aux technologies de pointe. (Zhao, 2005 : 121-130)

Le rapport du 14<sup>ème</sup> congrès du PCC (Parti communiste de Chine) a établi le positionnement stratégique du développement de Shanghai : il faut « faire de Shanghai aussi vite que possible un grand centre international capable de faire faire un nouveau

---

<sup>1</sup> Shanghai est située sur la rivière Huangpu, et se compose donc de deux parties distinctes, Puxi (à l'ouest de la rivière Huangpu) et Pudong (à l'est de la rivière Huangpu).

bond économique au delta du Yangzijiang et, au-delà, à toute la vallée du Yangzijiang » (Gentelle, 2000b : 94). Shanghai doit donc devenir un centre international aux niveaux économiques, financiers, commerciaux, afin de donner un nouvel élan à l'économie de la région.

En résumé, le redressement économique de la ville de Shanghai a commencé par la création en 1985 de trois zones tests de développement économique et technique facilitant les investissements étrangers dans la haute technologie. Cette démarche a été renforcée par le lancement de la zone de Pudong en 1990 et complétée par la création en décembre 1990 de la Bourse à Shanghai, la marque d'une volonté politique de transformer Shanghai en pôle financier d'envergure. D'importantes mesures incitatives, fiscales et douanières, ont attiré banques, assurances, multinationales et leurs investissements, dynamisant l'essor de Pudong et de Shanghai. Parallèlement, Shanghai reprend son rôle de précurseur dans des domaines tels que la réforme du logement et de la couverture sociale, le développement des services et du tertiaire, la préservation de l'environnement. Elle affiche ainsi le rôle qui lui a été attribué : symbole du succès de l'ouverture de la Chine à l'économie mondiale sur le mode 'socialiste'.

Pour l'avenir, Shanghai attend 70 millions de visiteurs pour l'Exposition universelle de 2010, qui va jouer un rôle considérable dans le développement urbain de la ville. La municipalité prévoit qu'en 2015 elle se situera au même niveau que certains pays développés avec un PNB/habitant de 16 000 dollars. On peut dire que « libérée des vicissitudes et des tribulations de l'histoire, la ville redresse la tête et prend un nouveau départ. » (Metzger, 1999 : 135). Le plein essor que la ville est en train de vivre rappelle le passé et son lien avec son histoire n'est jamais coupé. Elle est toujours un aimant attirant à elle des Chinois qui cherchent une meilleure condition de vie et des étrangers qui viennent y travailler, faire du tourisme. L'histoire et l'actualité de cette ville chinoise expliquent aussi pourquoi elle attire tant d'étudiants chinois pour l'apprentissage des langues, plus particulièrement celui de la langue française, phénomène que nous vérifierons dans notre enquête (3<sup>ème</sup> partie).

## **2.2 La province de l'Anhui**

Nous allons présenter la province de l'Anhui dans deux aspects : aspect historico-culturel et aspect économique.

La province de l'Anhui est le berceau important de la civilisation préhistorique de la Chine, dont les témoignages sont les vestiges des activités humaines datant d'il y a 2.5 millions d'années trouvés dans le district de Fanchang (noté 1 sur la carte 6) et ceux des 'pithécantropes' de l'époque paléolithique d'il y a trois cent mille ans trouvés dans le district de He (noté 2 sur la carte 6). Cette terre a connu aussi une prospérité supérieure aux autres régions. Par exemple, le district de Shou (noté 3 sur la carte 6) a été la capitale du Royaume de Chu pendant l'époque du Printemps et de l'Automne (770-476 avant J.C.) et celle des Royaumes combattants (475-221 avant J.C.).

Depuis 1667 pendant la dynastie des Qing, le territoire de l'Anhui est classé comme province, dont le nom simplifié est Wan, du fait que dans l'histoire de cette terre, il y avait le Royaume Wan, la montagne Wan et la rivière Wan. Le nom "Anhui" dérive des noms de deux villes du sud de la province, Anqing et Huizhou.

CARTE 6 : DIVISION ADMINISTRATIVE DE L'ANHUI



1. Le district de Fangchang      2. Le district de He      3. Le district de Shou

Source : <http://bbs.sogou.com/185975/yQr6d2XZS7dIBAAAA.html>

L'histoire de l'Anhui, c'est d'abord l'histoire de ses grands hommes : les philosophes tels que Laozi (Maître Lao) et Zhuangzi (Maître Zhuang) ont exercé une influence importante sur la culture chinoise. Laozi, né dans le district de Guoyang au VI<sup>e</sup> siècle

avant Jésus Christ, a initié le taoïsme, dont les doctrines sont définies dans son chef-d'œuvre *Livre de la Voie et de la Vertu*. Il est considéré par les taoïstes comme un dieu et l'ancêtre de toutes les écoles. Il est aussi considéré par beaucoup comme précurseur de l'anarchisme. Zhuangzi, né dans le district de Mengcheng à l'époque des Royaumes Combattants (IV<sup>e</sup> siècle av. J.-C.), a hérité et développé la pensée de Laozi. Il a écrit ses principes dans le livre de 'Zhuangzi', dont le concept central est le 'dao' ou la voie, que l'on peut définir comme le cours naturel et spontané des choses.

Une autre célébrité de la province s'appelle Liu An. Il a expliqué le changement des quatre saisons en s'appuyant sur la 'voie' et le 'Yin et Yang' du taoïsme. Il a aussi constitué le calendrier agricole qui divise l'année en 24 périodes appelées alternativement 'jie' (nœud) et 'qi' (souffle). Le calendrier, nommé globalement les 24 'jieqi', guide encore l'activité agricole en Chine. En pratiquant l'alchimie dans la montagne de Bagong, district de Shou, il a inventé, par hasard, un produit alimentaire: le fromage de soja. C'est pour cela que le district de Shou organise le festival du fromage de soja chaque année au pied de la montagne de Bagong.

En littérature, à la fin de la dynastie des Han de l'est (25-220), le père Chao Cao, ses deux fils Chao Pi et Chao Zhi ont constitué un nouveau style littéraire. Ce style, appelé Jian'an, a eu beaucoup de répercussions sur les poèmes des générations postérieures. Le début de la dynastie des Qing a vu trois écrivains éminents dans la ville de Tongcheng : Fang Bao, Liu Dahuai et Yao ding. Ils préconisaient la propagation du confucianisme et l'adoption de l'ancien style de l'écriture des dynasties des Tang (618-907) et des Song (960-1276). Cela a fondé l'école littéraire de Tongcheng, une école importante dans le monde littéraire de la dynastie des Qing (1644-1911).

En peinture, vers la fin de la dynastie des Ming et début de celle des Qing, il y avait, dans le sud de l'Anhui, un groupe de peintres dynamiques et révolutionnaires. Ils se sont libérés de la pratique d'imitation de l'époque en reproduisant sur leurs feuilles les vrais paysages de la région, plus particulièrement la montagne de Huangshan. Faisant

cela, ils ont créé une nouvelle école de peinture caractérisée par une combinaison de simplicité et de grâce. Cette école est désormais nommée l'école de Xin'an, un terme dérivant de la rivière de Xin'an dans le sud de la province. Ce style de peinture a eu un impact considérable sur les peintres de paysage en Chine. Les peintres comme Huang Binhong et Liu Haisu reconnus dans le monde entier, sont, dans une certaine mesure, les représentants remarquables de cette école.

Cette province est également connue pour sa médecine de Xin'an, caractérisée par son mariage entre les idées du confucianisme, du bouddhisme et du taoïsme. Beaucoup de médecins renommés étaient en même temps moines ou daoïstes. Cette médecine a pris son origine dans la dynastie des Song et a connu son apogée dans les dynasties des Ming (1368-1644) et des Qing.

Au niveau économique, l'Anhui est une province essentiellement agricole. Elle fait partie de ces provinces centrales qui ne bénéficient encore qu'à la marge du développement rapide des régions côtières. Placée au 14ème rang en Chine pour son PIB total et au 28ème rang pour son PIB par habitant, l'Anhui est le parent pauvre de la région de Shanghai et de la Chine de l'Est (voir 3<sup>ème</sup> partie).

En conclusion, Shanghai et l'Anhui sont deux régions très différentes. La première est une métropole mondialement connue avec un grand développement industriel, technologique et financier. La deuxième est une région agricole de la Chine, assez méconnue. Elle n'intéresse que ceux qui connaissent bien les fondamentaux de la civilisation chinoise : les quatre outils pour faire de la calligraphie, Xidi et Hongcun, les deux villages classés patrimoines culturels mondiaux par l'UNESCO et la Montagne Jaune, patrimoine naturel mondial. Par conséquent, elle attire moins d'investissements étrangers et moins d'implantations françaises (5 contre 647 à Shanghai). L'environnement pour l'E/A du français y est certainement beaucoup moins favorable que celui à Shanghai. Nous développerons ce point dans la 3<sup>ème</sup> partie avec le facteur d'attractivité.

### **3. La situation de l'E/A des langues étrangères en Chine**

Nous allons à présent présenter l'état des lieux de l'E/A des langues étrangères en Chine et ainsi circonscrire le contexte spécifique dans lequel se situe notre travail de recherche. Le public auquel nous nous intéressons est celui d'étudiants à l'université. Par conséquent, nous centrerons notre présentation sur l'enseignement des langues dans le système scolaire et universitaire.

#### **3.1 Les langues étrangères enseignées en Chine**

Au total une trentaine de langues étrangères sont actuellement enseignées en Chine. Elles peuvent se diviser en deux catégories : langues étrangères d'usage courant et langues étrangères d'usage limité. L'anglais, le russe, l'allemand, le français et le japonais font partie du premier groupe et les autres comme l'arabe, l'italien, le tchèque, etc., du second. Seuls les instituts des grandes villes de Pékin, Shanghai, Nankin, Wuhan et Guangzhou enseignent les langues étrangères d'usage limité selon les besoins qui prévalent chaque année. A Pékin, l'enseignement des langues étrangères d'usage limité se trouve dans six universités dont l'Université des Langues Etrangères de Pékin, établissement supérieur le plus prestigieux en Chine quant au nombre de langues étrangères enseignées.

En Chine, il existe une institution minoritaire qui valorise l'enseignement des langues étrangères. Comprenant le primaire, mais essentiellement le collège et le lycée, ces écoles des langues étrangères ont pour but principal de cultiver les talents en langues étrangères dès le début de la scolarisation des enfants. L'enseignement d'une langue étrangère peut commencer en 3<sup>ème</sup> année du primaire et continuer jusqu'à la dernière année du lycée. Cela fait donc un ensemble de 10 années (4 années en primaire, 3 années au collège, et 3 années au lycée) et environ 1200 heures de plus par rapport à l'enseignement qui se pratique dans les écoles primaires et secondaires ordinaires. Les cours de langues étrangères sont donnés en petits effectifs, de 12 à 20 élèves. Avec des programmes et une méthodologie adaptés à cet objectif particulier, les élèves

parviennent à une bonne maîtrise de la langue étrangère étudiée : ils peuvent suivre une conversation sur les sujets quotidiens, lire des romans et des périodiques étrangers, et rédiger des compositions. Après les études dans ces écoles, la plupart des élèves entrent dans les universités de langues étrangères pour renforcer encore leurs aptitudes. La plupart d'entre eux choisissent comme spécialité la langue étrangère dont ils ont commencé l'étude en primaire. Ainsi, ils sont souvent les meilleurs de leur promotion universitaire grâce aux bases acquises depuis longtemps. Ces écoles n'existent que dans des grandes villes telles que Pékin, Shanghai, Nankin et Canton. (Fu, 1986 : 96).

Dans les établissements supérieurs, l'enseignement des langues étrangères destiné aux spécialistes d'autres disciplines est intitulé "l'enseignement des langues étrangères publiques". Les langues étrangères publiques sont généralement l'anglais, le japonais, le russe, l'allemand, et le français. Mais dans la plupart des cas, c'est l'anglais qui prévaut. Quant à l'enseignement des langues étrangères comme spécialité dans les établissements supérieurs, il est dispensé pour des objectifs assez variés. Dans les Universités de langues étrangères, les étudiants sont formés en vue d'être professeurs de langue, traducteurs, interprètes, ou futurs chercheurs ; c'est, par exemple, le cas pour ce qui concerne l'Université de Langues étrangères de Shanghai. Pour que ces étudiants puissent travailler dans un domaine spécifique, il faut leur fournir une formation complémentaire. Dans les Facultés de langues étrangères qui ont une filière spécialisée, les étudiants sont formés pour travailler dans le commerce, la diplomatie, les douanes, ou le tourisme.

### **3.2 L'évolution de l'enseignement des langues étrangères en Chine**

Il nous paraît nécessaire de rappeler les évolutions essentielles qui ont eu lieu depuis la fondation de la République Populaire de Chine en 1949 en matière d'enseignement des langues.



### **3.2.1 L'évolution générale de l'enseignement des langues étrangères en deux phases**

Depuis la proclamation de la République Populaire de Chine à Pékin le premier octobre 1949 jusqu'à aujourd'hui, la nouvelle Chine a connu des périodes très mouvementées. L'une d'entre elles, qui a marqué non seulement toute la population chinoise, mais aussi les peuples du monde entier est la "Révolution culturelle" qui prétendait édifier une Chine révolutionnaire dans laquelle la lutte des classes devait progresser. Cette "révolution" s'est poursuivie une dizaine d'années (1966-1976). Durant cette période, certaines activités économiques, culturelles, et sociales ont été totalement interrompues ne laissant place qu'à la lutte politique. « Les universités furent fermées, les étudiants envoyés dans les usines et dans les champs. Toute l'activité intellectuelle s'étant arrêtée jusqu'en 1968, les rapports culturels avec l'étranger furent naturellement interrompus. » (Girard, 1984 : 76). L'enseignement des langues étrangères a été complètement paralysé. Compte tenu de cette grande coupure, nous diviserons l'évolution de l'enseignement des langues étrangères dans la nouvelle Chine en deux phases : celle de sa constitution initiale entre 1949 et 1965 et celle de la reprise et du développement de 1978 à nos jours.

La première phase est incontestablement liée aux orientations politiques de l'époque. Après la fondation de la République Populaire de Chine, plusieurs grandes campagnes de réformes ont été entreprises entre 1949 et 1952: réforme agraire en 1950, plans quinquennaux pour le développement économique, politique de non-alignement et alliance avec l'URSS. Les convergences idéologique, politique, économique reliant dans une même communion d'esprit la Chine et l'URSS ont littéralement étouffé les langues étrangères autres que le russe.

Avant même la proclamation de la République Populaire de Chine déjà, l'URSS et la Chine s'étaient entendues afin de former des traducteurs et des interprètes militaires de russe en provenance des universités de langues créées par l'Armée Rouge communiste au sein de ses écoles militaires. Cette démarche bilatérale a, dès le début des années 1950, presque complètement cantonné les choix linguistiques des étudiants chinois à

l'apprentissage du russe. Les grands perdants se sont trouvés être surtout les centres d'enseignement de l'anglais, du français et de l'allemand. En 1952, il ne restait en Chine que huit universités où l'on enseignait l'anglais, trois pour le français et trois pour l'allemand<sup>2</sup>.

Dans cet univers "en noir et blanc", les universités vont néanmoins peu à peu s'ouvrir au public, laissant apparaître quelques autres couleurs linguistiques au début des années 1960. Ce fut surtout le cas lorsque l'URSS mit fin à son aide économique et technique. Comme on l'a vu, La Chine réagit en établissant des liens avec certains pays européens, dont la France. Elle commença à se doter, au fil des mois et des années, d'un "paysage linguistique multi-coloré". L'ouverture s'est traduite, d'une part par l'envoi d'étudiants chinois à l'étranger, d'autre part par l'accueil de professeurs étrangers venus enseigner leurs langues maternelles au sein de structures chinoises. A partir de cette époque, il devint possible d'intégrer des Universités ou des Instituts donnant des cours d'anglais, de français, d'allemand, de japonais, d'arabe et de vietnamien, entre autres. La progression fut telle que peu avant 1966 et le début de la Révolution Culturelle, on dénombrait 74 universités ayant une section "langue étrangère" en leur sein. Plusieurs dizaines de milliers d'étudiants s'étaient alors ainsi spécialisés. La Révolution Culturelle allait cependant se révéler fatale à cet enseignement des langues étrangères.

La deuxième phase débute en 1978 avec la politique de réformes et d'ouverture sur l'extérieur mise en place qui a correspondu à l'essor de l'enseignement des langues étrangères. Durant cette même année, entre août et septembre, le "Symposium de l'Enseignement des Langues étrangères" s'est tenu à Pékin afin de relancer et de renouveler l'enseignement des langues étrangères. Au cours de cette conférence, des chercheurs et des enseignants ont fait le bilan des expériences depuis 1949, réfléchi à des mesures et des moyens pour améliorer la qualité de l'enseignement des langues

---

<sup>2</sup> Ministère chinois de l'Education, « Le développement de l'enseignement/apprentissage des langues étrangères dans les établissements chinois d'enseignement supérieur de langues », *Langues étrangères*, Journal de l'Université des Langues étrangères de Shanghai, n° 5, 1999.

étrangères et proposé des orientations pour l'avenir de ces enseignements. Ce symposium a marqué un tournant dans l'histoire de l'enseignement des langues étrangères en Chine nouvelle. La prise de conscience de l'importance de moderniser l'enseignement des langues et de les diffuser auprès de la population a suscité chez les jeunes une volonté forte d'apprendre des langues étrangères. C'est la rupture avec l'époque de la Révolution culturelle, où l'apprentissage des langues étrangères n'avait pas d'importance. L'enthousiasme des jeunes générations pour l'apprentissage des langues étrangères a incité le gouvernement à accorder une attention importante à leur enseignement.

Grâce à la stratégie dite : " faire prospérer le pays par la science et l'éducation", l'enseignement des langues étrangères dans toute la Chine s'est beaucoup développé. En faisant porter notre attention sur l'E/A des langues étrangères dans l'enseignement supérieur chinois, nous constatons que le développement est tout d'abord caractérisé par l'augmentation rapide du nombre de langues étrangères enseignées (une trentaine), couvrant la plupart des grandes langues parlées et utilisées à travers le monde. Nous remarquons également l'accroissement continu du nombre d'établissements d'enseignement supérieur de langues étrangères et donc celui du nombre des étudiants en langues étrangères. « Jusqu'en 1997, les formations ont été mises en place dans environ 300 universités et instituts, dont 17 spécialisés en langue. Le nombre d'étudiants formés dans ce domaine a atteint 75 500, soit une augmentation de 189% par rapport à l'année 1965. Durant cette même période, il y avait une moyenne annuelle de 19 000 diplômés titulaires d'une licence de langue, alors qu'avant 1965 ils n'étaient que 4 800. » (Fu, 2005 : 28).

Le passé récent de l'E/A supérieur des langues étrangères en milieu institutionnel chinois de langue montre que la Chine est dans une période de renouveau et d'expansion. L'ouverture vers l'extérieur, les besoins linguistiques suscités par la mondialisation, l'augmentation du niveau de vie suscitant le désir de voyager expliquent cette importance accordée aux langues.

### **3.2.2 L'évolution des objectifs de l'enseignement des langues étrangères**

Au cours des trois dernières décennies, l'objectif essentiel de l'enseignement des langues étrangères a connu un grand changement. Autrefois, les langues étrangères étaient enseignées afin que les étudiants puissent comprendre les œuvres littéraires, les documents scientifiques et techniques en provenance de l'étranger. Les aptitudes à la communication avec les étrangers n'étaient pas importantes car il y avait très peu d'occasions de rencontres et d'échanges avec eux. Mais, au fur et à mesure de l'évolution des réformes et de l'ouverture sur l'étranger, la Chine a élargi ses objectifs en matière d'enseignement des langues étrangères. Il est rapidement devenu nécessaire de l'ouvrir sur de nouvelles perspectives : économie, politique, culture, sciences et technologies... En ce début de XXI<sup>e</sup> siècle, la Chine a la volonté affirmée de s'inscrire dans le mouvement de la mondialisation, ce qui se traduit par d'énormes besoins en personnes moyennement ou hautement compétentes en langues étrangères. Elle a besoin de personnes qui comprennent et s'expriment bien dans des langues étrangères, qui soient aptes aux divers types d'échange (conversations téléphoniques, négociations commerciales, conférences internationales...) et d'autres qui maîtrisent les connaissances de base dans des domaines tels que : la finance, la gestion, le marketing, le tourisme... En l'occurrence, en s'adaptant à cette nouvelle situation et à ces besoins nouveaux, le but de l'enseignement des langues étrangères aujourd'hui est de faire en sorte que les apprenants puissent communiquer avec des représentants d'autres cultures et acquérir des compétences de type fonctionnel pour des usages professionnels. Ce besoin a fait apparaître en Chine l'enseignement du français sur objectifs spécifiques (FOS).

### **3.2.3 L'évolution des méthodologies dans l'enseignement des langues étrangères**

Pour atteindre les objectifs indiqués plus haut, des enseignants et des chercheurs en langues étrangères n'ont cessé d'améliorer leurs méthodes. Traditionnellement, les enseignants expliquaient les points difficiles en grammaire, traduisaient des phrases et des paragraphes ; les étudiants écoutaient en notant tout ce qui était dit pour l'apprendre

et pouvoir ensuite le réciter. Dans cette méthodologie basée sur la grammaire et la traduction, il existait une sorte d'inégalité de participation enseignant/apprenant, les enseignants étant au centre du processus d'appropriation des langues étrangères, les apprenants étant plutôt dans une position passive. Ainsi, ils pouvaient assimiler des savoirs linguistiques comme le lexique, la grammaire, c'est-à-dire les éléments et les règles de fonctionnement de la langue, mais ils ne pouvaient pas acquérir une compétence de communication active.

Afin de changer cette situation, des enseignants-chercheurs chinois se sont inspirés du fruit des travaux internationaux dans le champ des méthodologies de l'enseignement des langues étrangères et les ont adaptés au contexte chinois. Dans les années 1970, on a commencé à intégrer certaines méthodes se référant à la méthodologie audio-visuelle. Des départements de français ont utilisé des méthodes françaises telles que *Voix et images de France* pour comparer leur résultat avec la méthodologie traditionnelle. Après un certain temps d'essai et d'observation, on a constaté que les méthodes audio-visuelles renforçaient les étudiants dans les domaines de l'intonation et de la conversation mais pas dans la compréhension et la production écrites et la grammaire. Beaucoup d'enseignants se sont rendu compte qu'il valait mieux combiner méthodologie traditionnelle et méthodologie audio-visuelle pour que les étudiants aient non seulement une compétence de conversation mais aussi une base solide de la grammaire leur donnant des outils pour mieux développer la capacité à communiquer.

Puis l'approche communicative est arrivée en Chine au moment de sa prospérité dans les années 1980. Cette méthodologie, fondée sur la linguistique fonctionnelle dans un contexte où les besoins communicatifs sont de plus en plus importants, a suscité la curiosité et l'intérêt tant de la part des didacticiens que de la part des enseignants. D'un côté, le marché éditorial chinois s'est ouvert sur le matériel pédagogique français : les manuels tels que *Reflets*, *Le Nouveau sans frontière*, *Festival*, *Taxi* ont été bien accueillis. De l'autre, les enseignants n'ont pas hésité à mettre en pratique cette approche communicative dans leurs classes de langues. Comme nous le savons, le choix

d'un nouveau manuel ou d'une nouvelle méthodologie passe toujours par les étapes d'expérimentation, de réflexion, de mise en commun et de remise en cause. L'approche communicative a vécu les mêmes phases en Chine. Avec le temps, les enseignants ont trouvé que cette approche n'était pas la solution magique pour améliorer la compétence de communication des apprenants chinois. Pourquoi ?

Cette approche ne correspond pas généralement aux habitudes et aux attentes des Chinois dont les spécificités sont multiples.

#### Du côté de l'apprenant :

En Chine, il y a une tradition d'enseignement des langues qui fait de la grammaire l'élément central d'une langue enseignée. Cette approche est culturelle. Sous l'influence du confucianisme, les Chinois accordent beaucoup d'importance aux règles. « On s'égare rarement en s'imposant soi-même des règles sévères. » Cette phrase de Confucius montre que les règles sont importantes pour poursuivre un chemin droit. Cette pensée s'applique également dans l'E/A des langues. L'enseignant donne les règles grammaticales et l'apprenant les applique. Concernant une langue étrangère telle que la langue française, la grammaire est un élément important dans l'enseignement en raison de la différence entre la grammaire française et la grammaire chinoise. Cette difficulté amène les apprenants chinois à fournir beaucoup d'efforts et à solliciter de l'aide. Mais enseigner la grammaire en approche communicative n'est pas évident pour le public chinois. « L'apprenant chinois (ou asiatique en général) n'est pas habitué à découvrir des notions, à les organiser et à conceptualiser. Il attend de l'enseignant des règles simples et logiques qu'il pourra appliquer ensuite. » (Robert, 2002 : 139).

Dans l'approche communicative, la notion de conceptualisation occupe une place importante qui permet à l'apprenant d'aller de la découverte à l'appropriation du nouveau matériel linguistique. L'apprenant est amené à observer les variations de forme, à les analyser, à les organiser et à proposer une règle qui illustre le phénomène. Cette approche est toute nouvelle et étrangère pour l'apprenant chinois, qui va de l'exemple

donné par l'enseignant vers les exercices d'application. Cette habitude chinoise va à l'opposé du principe d'apprendre une langue étrangère comme outil de communication, car la « conception de la langue comme outil de communication suppose une méthodologie qui s'appuie sur le postulat suivant : on apprend la grammaire de la langue en communiquant au lieu d'apprendre la grammaire avant de communiquer » (Desmons, 2005 : 97). Dans la pédagogie des langues en Chine, c'est la grammaire explicite qui domine : elle « est fondée sur l'exposé et l'explication des règles par le professeur, suivis d'applications conscientes par les élèves » (R. Galisson, D. Coste, 1976 : 206).

L'apprenant chinois privilégie l'écrit. La diversité de langues et de dialectes en Chine fait que les Chinois ne se comprennent pas toujours entre eux. Mais la compréhension écrite passe par une seule écriture : les caractères chinois. L'écriture chinoise, on l'a dit, demande un long apprentissage et développe une très bonne mémoire visuelle. L'enseignement scolaire est en majorité basé sur l'écrit. A la fois aide à la mémorisation et habitude d'apprentissage formée par le système scolaire, l'écrit a une grande place dans les pratiques de l'apprenant chinois. Ainsi, il est habitué à noter ce que l'enseignant dit pendant le cours. Quand il y a un jeu de rôle, il note souvent le dialogue pour le mémoriser ensuite. Cette tendance à écrire, allant contre la pratique de l'approche communicative, est très répandue chez les étudiants chinois.

Certaines activités communicatives faites en classe, par exemple le jeu de rôle, mettent l'apprenant chinois dans l'embarras. Son statut socioculturel ne lui permet pas d'être à l'aise face à l'enseignant s'il doit jouer le rôle d'un porteur ou d'un chauffeur de taxi ou d'un simple ouvrier, métiers qui sont méprisés en Chine. Prendre spontanément la parole dans un groupe, en présence d'une personne de statut supérieur (l'enseignant), n'est pas quelque chose de naturel pour des raisons culturelles. M. Brachet dans son étude sur les silences dans les cours de pratique orale en milieu universitaire japonais montre l'influence de la culture, en particulier du confucianisme, sur la parole. Dans « une société fortement hiérarchisée, basée sur la piété filiale, le devoir et l'obligation

telle que le prônait le confucianisme, la parole ne pouvait pas être positivement considérée » (2000 : 34). Même s'il y a des différences entre les cultures japonaise et chinoise, cet aspect est commun aux deux. Ce sont des représentations socioculturelles qui entravent la pratique de telles activités.

L'approche communicative donne la priorité à la compétence de communication. Un étudiant qui a un accent mais arrive à communiquer aisément dans la langue d'apprentissage est considéré comme un exemple de réussite. Mais pour les Chinois, une prononciation et intonation très proche de celle d'un natif est aussi importante que la compétence de communication. Les recruteurs, par exemple, évaluent en premier la prononciation et l'intonation des candidats avant leurs compétences communicatives. En effet, les Chinois croient qu'à travers la prononciation et l'intonation, celui qui parle une langue étrangère sans accent fait preuve de son niveau d'instruction et de son élégance. Un accent anglais dans le français ne serait pas du tout apprécié en Chine. Cela décourage les étudiants de continuer avec confiance dans leur apprentissage de langue.

L'approche communicative, ou même « toute l'approche contemporaine de l'enseignement des langues valorise la prise de risque. L'erreur, en tant que trace de la langue intermédiaire, de *l'état provisoire du savoir*, représente un fondement de l'apprentissage. Valoriser ce qui n'est pas entièrement fini, conforme, maîtrisé est toujours une mise en danger. » (Dautry, 2005 : 92). Les Chinois n'aiment pas prendre ce risque, car on ne montre pas en public ses faiblesses et ses erreurs. Il s'agit de la notion fondamentale de face : on perd la face quand on fait une erreur en public ; on garde la face de l'autre quand on sauve son honneur en public ou quand on l'aide à éviter de faire une erreur. Donc, si l'enseignant demande 'Avez-vous compris?', l'apprenant répond toujours 'oui'. Il tarde à répondre aux questions en classe, car il a besoin d'un temps de réflexion pour que sa réponse soit correcte. S'il n'est pas sûr de sa réponse, il ne répond pas.



On le constate, l'approche communicative comme méthodologie d'enseignement des langues en Chine rencontre de nombreuses difficultés, dues au contexte culturel et aux traditions d'enseignement. Mais elle peut aussi motiver les étudiants qui ont le sentiment de vivre dans une société de plus en plus internationalisée et qui veulent apprendre une langue vivante et pas une langue 'académique'.

#### Du côté de l'enseignant :

En Chine, le rôle de l'enseignant et celui de l'étudiant sont clairement séparés. L'enseignant est celui qui transmet les connaissances, ce qui induit crédibilité, responsabilité et autorité. L'enseignant chinois évite donc de changer de rôle, car le changement de position peut mettre en question son statut et son autorité. Il préfère garder la distance. Dans les jeux de rôle, il arrive parfois qu'une personne manque dans un groupe. Dans ce cas, l'enseignant doit suppléer à cette absence. Mais pour lui, c'est une situation difficile car participer au jeu de rôle signifie être proche de ses étudiants et être au même rang qu'eux. De plus, il ne s'attend pas à ce que l'apprenant lui pose une question pendant le cours, parce que les questions peuvent perturber le déroulement de son cours et qu'elles peuvent mettre en question la qualité de son enseignement. Il préfère que les étudiants posent des questions après le cours. Cette façon de faire ne favorise pas l'interaction enseignant/apprenant.

En tenant compte de toutes ces spécificités, beaucoup de professeurs ont conclu que pour le public chinois, il valait mieux adapter l'approche communicative aux habitudes de ce public et de la combiner avec les méthodologies traditionnelles. Les enseignants chinois ont la même position que les enseignants japonais d'après l'enquête réalisée par A. Disson : 90% des professeurs japonais interrogés veulent « combiner l'approche classique et l'approche communicative » (1996 : 102). Sur le terrain, pour résoudre le problème de face, certains professeurs facilitent l'apprentissage en prévenant leurs apprenants à l'avance des objectifs et en leur donnant le matériel pédagogique et les consignes. L'apprenant a donc le temps de se familiariser avec le texte et de se préparer à répondre aux questions et à participer aux activités sans prendre le risque de perdre la

face. En effet, c'est une façon de lui permettre de retrouver ses habitudes et ses manières d'apprendre.

C'est pour cela qu'aujourd'hui, dans le domaine méthodologique, les recherches et les pratiques de l'enseignement des langues étrangères en Chine pourraient se caractériser par la phrase suivante: « que cent fleurs s'épanouissent et que cent écoles rivalisent ». De nombreuses recherches d'ordre méthodologique ont été publiées. Par exemple : *Les principales écoles de méthodologie des langues étrangères à l'étranger* par Zhang Jianzhong (1984) ; *L'histoire de l'enseignement des langues étrangères en Chine* par Fu Ke (1988) ; *L'E/A de l'anglais* par Hu Wenzhong (1989) ; *La méthodologie de l'enseignement de l'anglais avec les caractéristiques chinoises* par Li Guanyi (1995), etc.. Au niveau des manuels, pour le français LV1, on citera *Le français*, rédigé par Ma Xiaohong (1992) et *Cours de français niveau intermédiaire* rédigé par Wang Tingrong (2002). *Le français* de Ma Xiaohong considéré comme une bonne combinaison de l'approche communicative et les méthodologies traditionnelles, est très utilisé dans les universités pour les étudiants de « spécialité français ». Depuis sa première publication en 1992, elle a connu un grand succès : en 2003, elle en est à sa dix-septième édition pour le Tome I, quatorzième édition pour le Tome II, onzième édition pour le Tome III et dixième édition pour le Tome IV (Pu, 2005 : 78).

Malgré les progrès faits ces deux dernières décennies, certains problèmes subsistent. Même dans *Le français* évoqué ci-dessus, pour certains dialogues fabriqués, le contexte situationnel n'est pas clair et les interactions des interlocuteurs sont souvent artificielles, le français présenté n'est pas très naturel. De plus, les interférences culturelles ne permettent pas aux apprenants d'acquérir une bonne compétence de communication. Les manuels occupent évidemment une place importante dans l'enseignement des langues. « Mais aucun méthodologue, ni hier ni aujourd'hui et pas plus à Paris qu'à Pékin, ne peut réellement mesurer la validité des supports, la clarté des consignes ou les incompréhensions culturelles, et au-delà, l'usage du matériel par les enseignants particuliers sur des terrain particuliers... La question récurrente du choix du manuel

renvoie en effet à celle de l'usage qu'en font les maîtres (et c'est bien en ce sens qu'il n'y a pas de « bon » ou de « mauvais » manuel)... » (Dautry, 2005 : 90). Cela montre l'importance du rôle de l'enseignant et de sa formation.

### **3.3 La formation des enseignants de langues étrangères**

Dans la Chine de la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle, les gouvernements qui se succédaient n'attachaient pas d'importance à la formation des enseignants. Mais avec l'ouverture de la Chine, les langues étrangères ont joué un rôle de plus en plus important, ce qui a amené le gouvernement chinois à accorder de plus en plus d'attention à la formation des enseignants de langues. Pourtant, il faut constater que par rapport aux pays occidentaux, il reste encore beaucoup à faire.

Au niveau de la formation initiale, il faut dire que les enseignants de langues à l'université ne sont pas tous diplômés d'une université « spécialisée ». Les enseignants ne reçoivent donc pas tous une formation pédagogique. La plupart d'entre eux sont formés dans des départements de langues dispensant une formation classique telle que la connaissance linguistique de la langue, la littérature et la traduction. Ce phénomène est dû à deux raisons. Tout d'abord, les universités « spécialisée » destinées à former des enseignants sont peu nombreuses en Chine. Deuxièmement, pour un recruteur chinois, la réputation de l'université passe avant la formation pédagogique. Il préfère, par exemple, un diplômé de l'Université de Pékin à un diplômé de l'Université « spécialisée » de Wuhu, qui est une ville provinciale. Cela a pour conséquence que les jeunes enseignants doivent majoritairement se former sur le terrain.

Dans les années 1990, la demande d'enseignants de langues dépassait largement l'offre. On recrutait souvent un diplômé de Bac + 4 pour un poste d'enseignement universitaire. Petit à petit, le seuil s'est élevé. De nos jours, il faut avoir un doctorat pour enseigner l'anglais à l'université. Pour d'autres langues, un Bac + 4 a encore la possibilité d'enseigner à l'université. La formation initiale des enseignants de langues à l'université présente donc deux faiblesses : le niveau de formation n'est pas suffisant pour assurer

un enseignement supérieur et une partie spécialisée en pédagogie n'est pas toujours présente.

Au niveau de la formation continue, elle varie selon les universités. Une université qui a de nombreux partenariats avec des universités à l'étranger a plus d'occasions d'envoyer ses enseignants de langues dans une université d'accueil pour une formation de courte ou longue durée. Au niveau de l'Etat, il y a un comité d'études à l'étranger attaché au Ministère de l'Education qui accorde des bourses pour une formation continue à l'étranger mais la priorité est donnée aux enseignants de sciences et les enseignants de langues ont très peu de chance d'en bénéficier. Certaines ambassades et certains consulats offrent des opportunités de formation continue. Ainsi, ce sont l'Ambassade de France à Pékin et les consulats de France en Chine qui donnent le plus de chances aux enseignants chinois de français pour la formation continue. Mais cela ne concerne qu'une minorité d'enseignants de français.

Malgré les progrès que la Chine a faits dans la formation des enseignants de langues depuis son ouverture sur l'étranger, il existe encore des points faibles dans la formation initiale et la formation continue. Ce problème est plus accentué dans les régions les moins développées. Cela explique en même temps le mécontentement relatif des étudiants par rapport à la qualité des enseignements (voir enquête, 3<sup>ème</sup> partie).

### **3.4 Le statut des langues étrangères en Chine**

Les documents législatifs à propos de l'usage des langues en Chine ne concernent que l'usage de la langue nationale ou mandarin et celui des langues des ethnies minoritaires. Le statut des langues étrangères n'est jamais déterminé sous forme de documents législatifs. De fait, formellement, les langues étrangères n'ont pas de statut légal en Chine. Mais les langues ont un statut éducatif selon la place qui est accordée à telle ou telle langue, si elle est obligatoire ou non, selon le nombre d'heures dont elle dispose.

Comme dans la plupart des pays, la position des langues étrangères en Chine est très inégalitaire. L'anglais dispose d'une position unique et dominante avec son statut de langue obligatoire dans l'enseignement secondaire et supérieur. Dans le secondaire, seulement quelques établissements comme des Ecoles des langues étrangères sont autorisés à enseigner des langues autres que l'anglais, dès la première année du collège et l'enseignement de ces langues (russe, japonais, français, allemand,...) ne touche qu'un nombre minime d'élèves. Dans le supérieur, l'anglais est une des épreuves obligatoires au concours national d'entrée à l'Université. Cela renforce le statut de l'anglais comme 1<sup>ère</sup> langue étrangère.

Parmi les autres langues étrangères, le russe et le japonais concernent un plus grand nombre d'apprenants (bien que le russe connaisse un net déclin depuis les années 1980). Le français et l'allemand concernent beaucoup moins d'étudiants. Le russe et le japonais ont été inclus dans les épreuves optionnelles du concours national d'entrée à l'Université dans la région du Nord-Est (ou Mandchourie), car le nombre d'apprenants du secondaire le justifie : parmi les 50 millions d'élèves du secondaire, environ 350 000 apprennent le russe et environ 160 000 apprennent le japonais<sup>3</sup>.

### **3.4.1 Le statut de la langue anglaise**

L'anglais est présent un peu partout dans le monde, dans les institutions internationales, dans les affaires, dans le commerce, dans l'industrie et dans la culture avec 375 millions de personnes qui le parlent comme langue première, 375 autres millions qui l'utilisent comme langue seconde et environ 750 millions qui l'emploient comme langue étrangère. (Source: British Council). L'universalisme de l'anglais est une réalité et dans *Réflexions anglophiles sur la géopolitique de l'anglais*, l'auteur explique cette diffusion planétaire et ses raisons ainsi : « ... on peut risquer de dire qu'il n'y a aucune catégorie de la population d'un Etat qui ne soit attirée par l'anglais. Pour certains, ce phénomène s'explique par le fait d'être une langue maternelle ; pour d'autres, par la pérennité de

---

<sup>3</sup> Entretien avec Mme Claire Saillard, attachée de coopération linguistique à l'Ambassade de France en Chine.

l'influence coloniale, plus souvent encore par le poids politique du monde de langue anglaise et par son succès insolent dans tous les domaines de la vie scientifique, économique et industrielle qui la rend attractive quel que soit le poids des traditions auxquelles elle s'affronte » (Le Breton, 2004 : 15). La place centrale de l'anglais est un des effets linguistiques de la mondialisation (voir 2<sup>ème</sup> partie).

La Chine ne fait pas exception. Depuis l'ouverture sur l'étranger, la mise en pratique de l'économie de marché et l'entrée dans l'OMC, l'anglais occupe une place de plus en plus importante. Elle est devenue la langue internationale. (A Hongkong l'anglais est langue officielle avec le cantonais.) L'enseignement de l'anglais commence en troisième année du primaire, sauf dans les régions reculées. Dans les grandes villes, les cours d'anglais commencent dès la première année du primaire.

Dans l'enseignement secondaire, l'anglais est la langue étrangère la plus enseignée. Son enseignement a une place aussi importante que celle des matières de base comme le chinois et les mathématiques. A raison de 5 heures hebdomadaires au cours de 6 années, les élèves auront bénéficié de 960 heures d'anglais au total. A la fin de leurs études, les élèves doivent disposer de 2400 à 2500 mots et de 300 à 400 expressions idiomatiques. Avec cette connaissance de base de la langue, ils doivent pouvoir comprendre des lectures de niveau moyen à l'aide d'un dictionnaire et pouvoir engager une conversation simple (Ministère chinois de l'Education, 2003 :14).

Dans le supérieur, l'enseignement de l'anglais est obligatoire. Il y a actuellement en Chine 512 établissements supérieurs qui disposent de départements d'anglais et qui dispensent des cours d'anglais de tous niveaux. Ce chiffre dépasse largement le nombre de départements d'autres langues. Le russe et le japonais se situent derrière l'anglais avec respectivement 217 et 78 départements, suivis par le français et l'allemand forts de 62 et 47 départements universitaires respectivement. (Source : Ministère Chinois de l'Education).

L'importance de l'anglais se voit aussi par le biais d'activités spontanées. Tous les dimanches, par exemple, autour d'un étang du Parc du Peuple de Shanghai se réunissent des groupes d'apprenants d'anglais. Venant de différents quartiers de cette grande ville, ils ne s'obligent à parler qu'en anglais quels que soient leur âge, leur métier ou leur identité. Si vous avez des questions, vous pouvez les poser aux gens capables de répondre ; si vous avez envie de pratiquer la langue, vous pouvez commencer une conversation seulement en disant "Good morning" (Bonjour) ; si vous voulez des renseignements à propos de l'apprentissage de la langue, vous pouvez vous adresser à n'importe qui... On appelle cet endroit "English corner" (coin d'anglais). Ces "coins d'anglais" s'étendent dans beaucoup de villes et campus. En suivant l'exemple des coins d'anglais, les coins de français, d'allemand ou de japonais apparaissent les uns après les autres (Fu, 1986 : 95-103).

Ces quelques éléments montrent que l'anglais a un statut éducatif dominant. Il demeure « la langue occidentale à être la plus étudiée en Chine et elle le restera tant que la perception chinoise du bloc occidental sera dominée par les Etats-Unis » (Durand, 1997 : 153).

### **3.4.2 Le statut de la langue française**

« Le statut du français en Chine est sans conteste celui d'une langue-culture étrangère. » (Saillard, 2005 : 10)

Le français fait partie des langues étrangères les plus enseignées en Chine. De plus en plus d'étudiants chinois choisissent la France pour y poursuivre leurs études. D'une part, la France a acquis, depuis longtemps, une bonne réputation pour l'accueil des étudiants étrangers et pour la formation des élites. En 2006, il y avait, en France, 240 000 étudiants étrangers (l'un des cinq plus forts contingents du monde), dont 15 000 étudiants chinois (au 3<sup>ème</sup> rang après les Etats-Unis et la Grande Bretagne). D'autre part, entre la Chine et la France, il existe des accords de reconnaissance réciproque des diplômes; 400 accords de coopération ont été signés afin de faciliter les séjours d'études

des étudiants chinois en France et des étudiants français en Chine. 400 bourses d'études sont attribuées chaque année à des étudiants chinois. (Source : Ambassade de France en Chine). Cette évolution du choix de la France comme pays d'accueil a engendré un essor de l'E/A de la langue française tant en Chine qu'en France.

Notre recherche portant sur le français, nous allons consacrer un chapitre particulier à cette langue.

#### **4. L'enseignement du français langue étrangère en Chine**

##### **4.1 Aux origines de l'E/A du français**

L'enseignement d'une langue étrangère dans un pays est lié aux échanges et aux relations entre les deux pays concernés. En réalité, des relations bilatérales positives servent de moteur pour l'enseignement des langues étrangères. Il nous semble nécessaire de revenir aux racines des relations et des échanges franco-chinois, car le présent découle du passé et une compréhension correcte du passé permet de mieux interpréter les phénomènes présents. En l'occurrence, il s'agit de voir comment sont nés les échanges franco-chinois, quel est leur lieu d'origine pour mieux comprendre ce qu'ils sont aujourd'hui.

##### **4.1.1 L'arrivée des premiers Français**

Il est difficile d'imaginer la possibilité des échanges entre la Chine et la France, pays différents dans presque tous les domaines : le territoire, l'histoire, la structure économique, la tradition et la civilisation. Cependant les civilisations française et chinoise se sont rencontrées et se sont influencées en se heurtant parfois.

Les échanges sur les plans commercial et culturel entre la Chine et les autres pays datent des dynasties des Qin (221-206 avant J. C.) et des Han (206-220 avant J. C.). Par la route terrestre et maritime de la soie, les produits en soie de Chine ont été exportés vers les pays étrangers et les marchandises des autres pays importées en Chine. Les articles



commerciaux chinois sont arrivés en Gaule dès l'époque romaine. Mais les échanges personnels entre la Chine et la France n'ont pas commencé avant le XIV<sup>e</sup> siècle.

Le premier Français qui a mis le pied en Chine s'appelle Nicola, professeur en théologie de l'Université de Paris. En 1333, le Pape l'a nommé deuxième évêque à Khan Baliq. Par conséquent Nicola est venu en Chine avec une mission religieuse. (Le premier évêque à Khan Baliq était italien.) Mais les révoltes populaires ont éclaté et les Yuan se sont écroulés sous les émeutes en 1368. Durant ce chaos, Nicola perdit le contact avec le Pape. Pensant que Nicola était décédé, le Pape a envoyé à Khan Baliq en 1370 Guillaume de Prato, un autre professeur en théologie de l'Université de Paris. Mais suite à une nouvelle perte de contact, le Pape a cessé d'envoyer des personnels théologiques en Chine.

Nicola est resté à Pékin pendant plus de 30 ans. Mais plus précisément, bien qu'il soit Français, son séjour en Chine signifie essentiellement une prise de contact entre la curie Romaine et la Chine. Et après lui, aucun contact n'eut lieu pendant deux cents ans.

#### **4.1.2 Le premier contact officiel franco-chinois par l'intermédiaire des chrétiens français**

Au XVI<sup>e</sup> siècle, les échanges par voie maritime entre l'Europe et l'Asie ont à nouveau apporté des missionnaires européens. François-Xavier est mort le 3 décembre 1552 dans l'île de Sancian, sans avoir pu toucher la Chine. Trois ans plus tard, Melchior Nunez arrive à Canton, en 1582 Matthieu Ricci (1552-1610) le rejoint. Sa connaissance de la langue chinoise, sa science de géographe et d'astronome devaient séduire les savants et l'empereur qui l'a appelé à Pékin en 1601. Ses travaux astronomiques, sa réforme du calendrier chinois, ses écrits sur la morale de Confucius et sur le "Seigneur maître du ciel" sont diffusés dans l'empire. A sa mort, en 1610, l'empereur confirme ses successeurs européens dans leurs charges et permet aux missionnaires jésuites d'annoncer l'Évangile dans toutes les provinces, sauf dans les deux de l'extrême Ouest.

Les jésuites français ont contribué au succès de Matthieu Ricci en Chine. Bien qu'ils soient envoyés par le pape romain, ils ont cherché à établir un lien entre la France et la Chine. Sous leur influence, en 1685, le roi de France Louis XIV (1638-1715) a envoyé cinq missionnaires jésuites en Chine. Leur rencontre avec l'empereur chinois Kangxi représente le premier contact officiel entre la France et la Chine.

Les missionnaires français ont apporté beaucoup de contributions à l'établissement des relations franco-chinoises, mais ils ont provoqué en même temps des problèmes. En tant que chrétiens, ils ont eu pour premier but de propager le christianisme en Chine. Cependant dès leur arrivée, ils ont découvert un pays avec déjà une longue histoire et civilisation et un solide système social, politique, économique. Ils ont également constaté que les trois religions (le confucianisme, le taoïsme, et le bouddhisme) étaient fortement enracinées dans la société chinoise. Il leur fallait amener les Chinois à abandonner leur propre religion et à croire au Dieu des chrétiens. Dans ce processus, les conflits au niveau culturel et religieux sont survenus et avec le temps les points de vue sont devenus inconciliables.

Face à cette résistance, les jésuites ont adopté un compromis en tolérant le culte des ancêtres. Mais en Europe, les rivaux des jésuites se sont déchaînés contre la prétention de ces derniers de concilier l'Évangile avec le culte des ancêtres et les rites du confucianisme chinois. « Quand les adversaires des jésuites triomphèrent au début du 18<sup>ème</sup> siècle, les rites chinois furent condamnés comme superstitieux à trois reprises par le pape Clément XI, en 1704, 1707 et 1715» (Gernet, 1982 : 248).

En fin de compte, l'empereur chinois Kangxi interdit la prédication du christianisme dans toute l'étendue de l'empire par l'édit du 17 mai 1717. Le successeur de Kangxi, l'empereur Yongzheng a adopté cet interdit de façon encore plus stricte, en commandant d'interdire toutes les religions occidentales et de confisquer les biens religieux. En conséquence, les échanges franco-chinois dans les autres domaines ont été réduits au minimum.

### **4.1.3 Les premiers contacts sur le plan commercial entre la Chine et la France**

L'intérêt commercial est un autre moteur des échanges franco-chinois. Aux XVI<sup>e</sup> et XVII<sup>e</sup> siècles, la France n'était pas parmi les pays européens ayant un grand succès commercial dans les marchés orientaux à la différence de l'Espagne, du Portugal, des Pays-Bas et de la Grande Bretagne. «Vers 1660, un ensemble de 20.000 navires européens sont arrivés en Extrême-Orient, dont 1600 faisaient partie des Pays-Bas et seulement 500 de la France» (Li, 1962 : 15). En 1664, La Compagnie des Indes a été créée par Colbert. En 1669, la France et l'Inde ont signé un contrat concernant le développement des échanges commerciaux. Dès lors, l'Inde est devenue un relais des activités commerciales franco-chinoises. C'est-à-dire que toutes les marchandises chinoises sont entrées en France en passant par l'Inde et vice versa. Cette situation était préjudiciable au développement commercial entre la France et la Chine. Pour changer cette situation et pour créer un lien commercial direct entre les deux pays, Louis XIV a envoyé en Chine un navire appelé Amphitrite, parti le 6 mars 1698 avec Joachim Bouvet, sept jésuites et des commerçants. Après être restée à Canton pendant plus d'un an, l'Amphitrite est retournée en France en 1700 avec un grand nombre de marchandises chinoises telles que la porcelaine, la soie, les objets d'art et d'artisanat. La première navigation de l'Amphitrite a eu un grand retentissement en France.

Ceux qui ont profité de ce commerce sont les spéculateurs, qui ont tiré un colossal profit en élargissant la différence entre le prix d'exportation et d'importation. Les produits de Chine ont ainsi entraîné « les plaintes des fabricants d'Europe et le protectionnisme mercantiliste dont les industries de luxe sont l'un des domaines préférés » (Dermigny, 1964 : 396).

De son côté, le système économique chinois a aussi freiné le développement du commerce avec la France. « Structure fondamentalement agraire d'une société dominée par l'écrasante primauté des grands propriétaires fonciers et structure compartimentée – du moins dans les parties centrales et méridionales, toutes coupées de montagnes, de rivières et de lacs – d'un pays où chaque région tend à se suffire à elle-même se

conjuguent pour engendrer le retard économique. En effet, le propriétaire foncier, ayant besoin de disposer d'une réserve de main-d'œuvre, redoute instinctivement la croissance de toute activité concurrente... » (Dermigny, 1964 : 60-61). Pour cette raison, la société chinoise n'avait pas besoin des marchandises provenant de l'étranger et se contentait de ce qu'elle produisait elle-même.

En résumé, le commerce des marchandises de Chine était contrecarré en France par le protectionnisme et les produits de France étaient stockés en Chine à cause de son système social. Il semble que toutes les conditions défavorables ont été réunies pour empêcher le développement des échanges franco-chinois en matière de commerce. C'est le trait principal qui caractérise les premiers contacts sur le plan commercial entre la Chine et la France.

#### **4.1.4 Premiers contacts linguistiques et culturels des Français en Chine**

En Chine, les missionnaires français ont cherché à s'intégrer dans la société chinoise. Ils apprenaient le chinois et servaient à la cour de Kangxi. Certains d'entre eux faisaient même des recherches sur les livres classiques chinois en les traduisant en français ou en latin ou en rédigeant des ouvrages à propos de ces livres.

Nous citerons ici quelques exemples des recherches effectuées par les Français en ce qui concerne les études sur l'histoire chinoise et sur les livres canoniques chinois. En 1626, Nicolas Trigault a traduit le *Wujing (Les cinq livres canoniques de la Chine)* en latin et l'a fait publier à Hangzhou. L'année 1697 a vu la sortie de trois livres rédigés par Joachim Bouvet : *Idea generalis Doctrinae Liber I-king (Yijing yaozhi, Illustration du Classique des Mutations)*, *Portrait Historique de l'Empereur de la Chine* et *Etat présent de la Chine, en figures gravées par P. Giffart sur les dessins apportés au roi par le P. J. Bouvet*. Joseph Henri Marie de Prémare a écrit le *Jingzhuang yilun*, traduit les extraits du *Shujing, Classique des documents* et du *Shijing, Classique des odes* et rédigé *Essai d'Introduction Préliminaire d'Intelligence des Kings (le Zhongguo jingxue yanjiu daoyan)*. Joseph-Marie de Mailla a écrit *Histoire Générale de la Chine (Zhongguo*

*tongshi*). Il a aussi traduit le *Tongjiqn Gangmu* ou le *Miroir universel avec résumé et détails* de Zhu Xi (1130-1200), représentant de l'orthodoxie néo-confucéenne. Jean Baptiste du Halde a composé *Description Géographique, Historique, Chronologique, Politique, et Physique de l'Empire de la Chine et de la Tartarie Chinoise etc. (Zhonghua diguo zhi)*. Cet ouvrage a été imprimé et publié à Paris en 1735 et il est devenu en Europe une encyclopédie concernant la Chine. En un mot, les recherches réalisées par les jésuites français sur la Chine « ont eu une grande influence sur la sinologie professionnelle française et européenne subséquente. » (Li, 2001 : 203).

En étudiant l'histoire, la littérature, la philosophie, l'économie et la politique de la Chine, les missionnaires français ont également introduit des éléments du monde occidental aux 'petits Chinois'. « Assurément, les jésuites ont plus fait pour divulguer la Chine en Occident que pour révéler l'Occident aux Chinois ; mais on se tromperait fâcheusement si l'on réduisait à rien leur contribution à la pensée chinoise. M. Verhaeren a rédigé avec soin et publié le catalogue de la Bibliothèque peu à peu rassemblée par les jésuites de Pékin. [...] Cette Bibliothèque de Pei-t'ang, c'est-à-dire de l'Eglise du Nord, rassemblait toutes sortes d'ouvrages européens que les jésuites estimaient utiles à leur action en Chine. » (Etiemble, 1989 : 14).

Grâce aux efforts fournis par des jésuites, la richesse et l'antiquité de la civilisation chinoise ont développé une vague de chinoiseries en Europe. Dans le royaume français, au cours du XVI<sup>e</sup> siècle, les produits en soie, les porcelaines, les laques, le jade, les émaux, les peintures et l'architecture des jardins de Chine ont été accueillis par les Français avec une grande appréciation. En un mot, la Chine était à la mode partout en Europe et particulièrement dans la France du XVIII<sup>e</sup>.

À l'arrivée des premiers Français, la Chine, connue sous le nom de l'Empire du Milieu, a été dirigée successivement par la Dynastie des Ming (1368-1644) et la Dynastie des Qing (1644-1911), qui sont les deux dernières dynasties impériales. Pendant cette période, les Chinois ont développé leur civilisation, sciences et techniques jusqu'à un

niveau tel qu'ils ont provoqué l'admiration du monde occidental. Les Européens considéraient les Chinois comme une population parfaitement civilisée et la Chine comme un « étalon de certains pays européens » (Li, 2001 : 137). De ce fait, les jésuites français ont pris la décision de s'adapter à la situation chinoise pour y prêcher le christianisme. La première chose a été d'apprendre la langue chinoise, malgré les difficultés énormes que cet apprentissage présentait pour un Européen.

En dépit des obstacles linguistiques, les efforts des jésuites français ont porté leurs fruits. Beaucoup d'entre eux ont fait sur la langue chinoise ou la langue tartare de très importantes recherches, qui ont profité à l'apprentissage et la communication sur le plan linguistique. Mentionnons d'abord l'exemple du père Dominique Parrenin (1665-1741). Il « parla chinois mieux qu'aucun Européen n'a jamais parlé cette langue, et il s'exprima en tartare [mandchou] aussi purement et aussi facilement qu'en sa langue maternelle » (Dehergne, 1943b : 46). Basé sur sa connaissance de la langue chinoise, il a rédigé un dictionnaire chinois-latin, ainsi qu'un *Lexicon sinico-latinum*. Un autre spécialiste en langue chinoise est Joseph Henri Marie de Prémare (1666-1736) qui a écrit *une Notice sur la langue chinoise*. Il est aussi connu pour sa manière de traiter et d'analyser les caractères chinois afin d'y trouver des significations religieuses. Son interprétation du caractère 信 (foi, confiance) sert de bon exemple de sa façon d'étudier. Ce caractère se compose de deux parties, de gauche à droite : 人 (homme) et 言 (parole). Selon lui, ce caractère est utilisé pour « exprimer ceux qui viendraient après le Messie, parce que cet homme - Dieu a parlé » (Dehergne, 1943a : 674).

Avant de venir en Chine, Joachim Bouvet a appris non seulement le chinois, mais aussi la langue tartare. Pendant son séjour en Chine, il a rédigé un dictionnaire chinois-français et il a fait paraître plusieurs ouvrages sur les mathématiques en langue tartare. Il a aussi servi d'interprète au fils de Kangxi. D'autres Français ont fait des recherches sur la langue chinoise, parmi lesquels Julien-placide Hervieu (1671-1746) avec ses dictionnaires latin-chinois et français-chinois, Nicolas Fréret (1688-1749) avec ses

*Principes généraux de l'écriture et, en particulier, fondements de l'écriture chinoise*, Pierre Foureau (1700-1749) avec ses *Réflexions sur la grammaire chinoise de M. Fourmont* et Pierre d'Incarville (1706-1757) avec son *Dictionnaire français-chinois*.(Gaubil, 1970 : 882-867)

En plus de ces recherches linguistiques, les missionnaires français se sont engagés dans l'enseignement des langues étrangères en Chine au cours du XVII<sup>e</sup> et du XVIII<sup>e</sup> siècles. Nous citons ici le Collège d'Interprètes (1729-1744), fondé par l'empereur Kangxi pour apprendre le latin, langue diplomatique, à environ 30 jeunes Tartares et Chinois. Malheureusement, il existe actuellement très peu de documents à propos de ce collège. La seule documentation que nous avons trouvée sur ce collège se trouve au début d'une lettre rédigée par le père Gaubil le 24 octobre 1729 : « C'est au mois de février que le 13<sup>e</sup> et 16<sup>e</sup> Regulo déterminèrent l'empereur à nous charger du collège latin dont vous aurez sans doute entendu parler » (Gaubil, 1970 : 244).

En lisant et étudiant des documents concernant les échanges franco-chinois avant 1840, nous constatons qu'en matière d'apprentissage de langues, les missionnaires ont fait un effort important pour apprendre et décrire la langue chinoise. Des commerçants français et même des lettrés français comme Voltaire se sont efforcés d'apprendre cette langue. « Voltaire a si familièrement acquis la langue chinoise qu'il lisait les cinq Kings avec fruit... » (Etiemble, 1989 : 378). On peut penser que les commerçants français n'avaient ni la même motivation, ni le même goût, ni la même patience que les missionnaires et les lettrés qui s'intéressaient à la langue chinoise. Mais ils ont quand même pris l'initiative d'aborder le chinois, langue connue en Occident pour son étrangeté, afin de pouvoir entreprendre une conversation de base avec les Chinois.

Les Chinois en revanche avaient « peu de curiosité pour les langues étrangères » (Dermigny, 1964 : 366). En conséquence, « peu de gens lisaient le français ou le latin » (Etiemble, 1989 : 14). Pourtant, on peut supposer que l'enseignement du français existait, par exemple, pour les Chinois convertis au christianisme.

L'apprentissage du français en Chine avant 1840 est donc quasiment inexistant. Les sources que nous avons consultées montrent qu'il y a alors trois grandes écoles des langues étrangères en Chine. La plus ancienne dans l'histoire de la Chine est l'Ecole de HuiHui Guozi, établie en 1289 et destinée à l'enseignement du persan. La deuxième est l'Ecole de Siyi, établie en 1407 et destinée à l'enseignement des langues des ethnies voisines comme l'indien, le birman, etc. Ensuite, c'est l'Ecole du Russe, établie en 1708 et destinée à l'enseignement du russe (Fu, 2004 : 7-11).

L'enseignement du français en Chine a pris de l'envergure à travers le mouvement 'Qingong Jiexue' (travailler pour étudier). Il nous faut relever le rôle particulier de Li Shizeng, fils du Ministre de la Défense chinois de l'empereur Guangxu. En 1902, il est arrivé en France pour étudier la chimie et la biologie. En 1907, il a adhéré au 'Tongmenghui' (Alliance révolutionnaire), un mouvement créé par Sun Yat-sen et visant à 'renverser les barbares mandchous, rendre la Chine aux Chinois, établir une république et redistribuer les terres avec égalité'. Pour attirer en France des ouvriers chinois afin qu'ils puissent travailler tout en étudiant, il a créé dans la banlieue parisienne une usine fabriquant des produits alimentaires à base de soja afin de leur offrir un endroit pour travailler. Ces ouvriers suivaient des cours de français et de sciences le soir après le travail. En Chine, pour préparer les étudiants désirant se rendre en France, il a créé des écoles de français, d'abord dans sa ville natale de Baoding, la province du Hebei, ensuite dans une vingtaine de villes. Entre 1919 et 1920, ces écoles ont envoyé près de 2 000 élèves en France dont de grands personnages de l'Histoire contemporaine chinoise, telles que ZHOU Enlai, DENG Xiaopin, CHEN Yi etc. (Fu, 2004 :37). Cela explique en partie pourquoi certains étudiants chinois de nos jours ont choisi la France comme lieu d'études : ces personnages évoqués ci-dessus étaient « les précurseurs et les acteurs principaux des mouvements majeurs de l'histoire chinoise moderne » (Hu, 2005 :198).



## **4.2 La situation actuelle de l'enseignement du français à Shanghai et dans l'Anhui**

A Shanghai, il y a une continuité de l'enseignement du français depuis le primaire jusqu'à l'université alors que dans l'Anhui, cet enseignement existe seulement à l'université.

### **4.2.1 A Shanghai**

Avant 1980 il y avait des cours de français dans le primaire et le secondaire à Shanghai. En 1998 avec l'établissement de la filière francophone en Chine (voir 2<sup>ème</sup> partie), l'enseignement du français a pris un nouvel élan. En 1999 il y avait 334 élèves inscrits en français LV2. Depuis, l'enseignement du français dans le primaire à Shanghai attire de plus en plus d'élèves en raison de sa réputation de qualité. Par exemple, l'École primaire No. 3 de l'Arrondissement Luwan a lancé l'enseignement du français dans une classe en août 2004. Elle recrute principalement des lecteurs français avec le support du Consulat Général de France à Shanghai. Les professeurs s'appuient sur des manuels de FLE publiés en France afin d'assurer l'enseignement du "vrai français". ([www.szx.lwedu.sh.cn](http://www.szx.lwedu.sh.cn))

Dans le secondaire, la filière francophone en Chine (FFC) a fait évoluer l'enseignement du français. Dans la ville de Shanghai, le projet de la FFC a été mis en route en 1999, avec trois établissements secondaires qui ont débuté l'enseignement du français avec un effectif de 260 élèves. Dans les trois années qui ont suivi, le nombre d'établissements est resté assez stable mais le nombre d'élèves de français a rapidement augmenté, comme le montre le tableau 2. A partir de 2003, le nombre d'établissements et les effectifs connaissent une croissance importante (due en partie à l'année de la France en Chine).

	Sept 1999	Sept 2000	Sept 2001	Sept 2002	Sept 2003	Sept 2004	Sept 2005
<b>Nombre d'établissements (lycées et collèges)</b>	3	3	4	4	13	21	23
<b>Nombre d'élèves</b>	260	315	417	553	1 300	2 000	2 320

Tableau 2 : Évolution de la FFC (1999-2005)

Source : Fédération des Associations Franco-Chinoises

Tous les établissements partenaires de la FFC ont le même cadre d'enseignement. Le nombre d'élèves est limité à 25 par classe pour faciliter la prise de parole et la communication. Pour chaque classe, il y a un professeur chinois et un professeur français qui pratiquent une méthode communicative à partir de méthodes élaborées en France : *Alex et Zoé* dans le primaire, *Oh là là (1 et 2)* au collège – qui correspond au niveau A1 du Conseil de l'Europe- *Belleville (1 et 2)* au lycée, qui est conforme aux niveaux A1 et A2 du Conseil de l'Europe. Ces manuels doivent permettre aux élèves d'acquérir rapidement des compétences de communication dans les situations de la vie courante et de se préparer à l'examen du Test d'Evaluation de Français, organisé par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris.

Au niveau supérieur, Shanghai dispose de quatre grandes universités ayant chacune un département de français. Nous donnerons l'exemple de deux d'entre elles. L'Université des Etudes Internationales de Shanghai (UEIS) est une université de langues étrangères. Elle comprend un département de français où 405 étudiants sont inscrits en français LV1, dont 100 en Bac+2 ou Bac+3, 270 en Bac+4, 29 en Master et 6 en Doctorat. Les étudiants de Bac+4 suivent au total 1 800h de français. Les méthodes destinées à ce public sont *Le manuel de français* (manuel édité par l'UEIS), *Le français* et *Bienvenue en France*. En LV2, 500 étudiants de spécialité anglais niveau Licence sont inscrits pour

une formation d'environ 350h sur deux ans. Le *Français public* est utilisé comme support pédagogique.

L'enseignement du français comme deuxième spécialité est ouvert aux étudiants d'autres universités situées sur le même campus (le campus de Songjiang). On compte un total de 250 étudiants inscrits. Au total, l'enseignement du français est donné à 1155 étudiants et assuré par 18 professeurs de français dont un lecteur français. A l'UEIS, il y a trois professeurs qui sont habilités à diriger un doctorat dans les domaines de la littérature et de la linguistique françaises.

L'Institut du Commerce Extérieur de Shanghai a ouvert un département de français en 1960. On compte 240 étudiants inscrits en Licence (Bac+4) français LV1 pour une formation de 1 600h sur 4 ans, français général puis français économique à partir de la 3ème année (presse économique, commerce extérieur). Le manuel principal destiné aux étudiants est *Le français* rédigé par Ma Xiaohong. En LV2, 300 étudiants de niveau Licence en spécialité Commerce Extérieur et Anglais y sont inscrits. La formation est de 4h par semaine sur un an et demi. *Le français public* est utilisé en tant que support méthodologique.

Au total, neuf professeurs de français dont un lecteur français assurent l'enseignement à un public de 540 étudiants. Il n'existe pas encore de professeurs habilités à diriger un doctorat en français.

#### **4.2.2 Dans l'Anhui**

L'Anhui dispose de trois universités dont une seule possède un département de français : l'Université de l'Anhui. Après une fermeture de plus de 20 ans, le département de français a ouvert à nouveau en 2001 et a recruté depuis deux promotions d'étudiants. La première promotion de 25 étudiants a été diplômée en juin 2005. Six étudiants ont intégré des Master de français dans les universités de Nankin et de Shanghai. 25 étudiants de la deuxième promotion, recrutée en 2002, ont été diplômés en juin 2006.

La formation en français (2 400h sur quatre ans) comprend des cours de littérature, de lecture de presse, des cours sur des documents audio-visuel, de traduction. Les manuels sont *Le français* rédigé par Ma Xiaohong, *Reflets*, *Studio 100*, etc. 400 étudiants sont inscrits en français LV2 pour une formation en français de 290h sur deux ans. Ce sont des classes de 60 à 100 étudiants, effectifs beaucoup trop nombreux pour assurer une bonne qualité de l'enseignement de langues. Au total, l'effectif des apprenants de français à l'Université de l'Anhui atteint 427 en 2006.

Quatre professeurs de français dispensent des cours de français et depuis 2004 un lecteur français. Il n'y a pas de professeurs habilités à diriger un doctorat.

L'Université agricole de l'Anhui n'a ni département de français ni section de français. Mais une centaine d'étudiants sont inscrits en français LV2 pour une formation de deux ans à raison de 3 heures par semaine. L'enseignement est assuré par deux professeurs chinois de français et pas de lecteur français.

#### **4.2.3 Synthèse quantitative**

Les trois tableaux suivants synthétisent les données quantitatives sur l'enseignement du français au niveau supérieur à Shanghai et dans l'Anhui. Pour élargir la comparaison, nous avons ajouté les provinces du Jiansu et du Zhejiang. Les chiffres s'appliquent à l'année universitaire 2006-2007.

- Effectifs étudiants

<b>Français à l'université</b>	<b>LV1</b>	<b>LV2</b>	<b>Total</b>
<b>Shanghai</b>	2 059	4 491	6 550
<b>Jiangsu</b>	392	2 651	3 043
<b>Zhejiang</b>	44	2 069	2 113
<b>Anhui</b>	27	600	627 <sup>4</sup>
<b>Total</b>	2 522	9 811	12 333

Tableau 3 : Nombre d'inscrits 2006-2007  
Source : Consulat Général de France à Shanghai (2007)

- Effectifs enseignants

	<b>Enseignants chinois</b>	<b>Lecteurs français</b>	<b>Total</b>
<b>Shanghai</b>	113	20	133
<b>Jiangsu</b>	36	4	40
<b>Zhejiang</b>	19	1	20
<b>Anhui</b>	8	1	9
<b>Total</b>	176	25	201

Tableau 4 : Nombre d'enseignants 2006-2007  
Source : Consulat Général de France à Shanghai (2007)

---

<sup>4</sup> Le chiffre 627 concerne le nombre d'inscrits en français pour toute la province de l'Anhui.

- Evolution du nombre d'étudiants entre 2005 et 2006

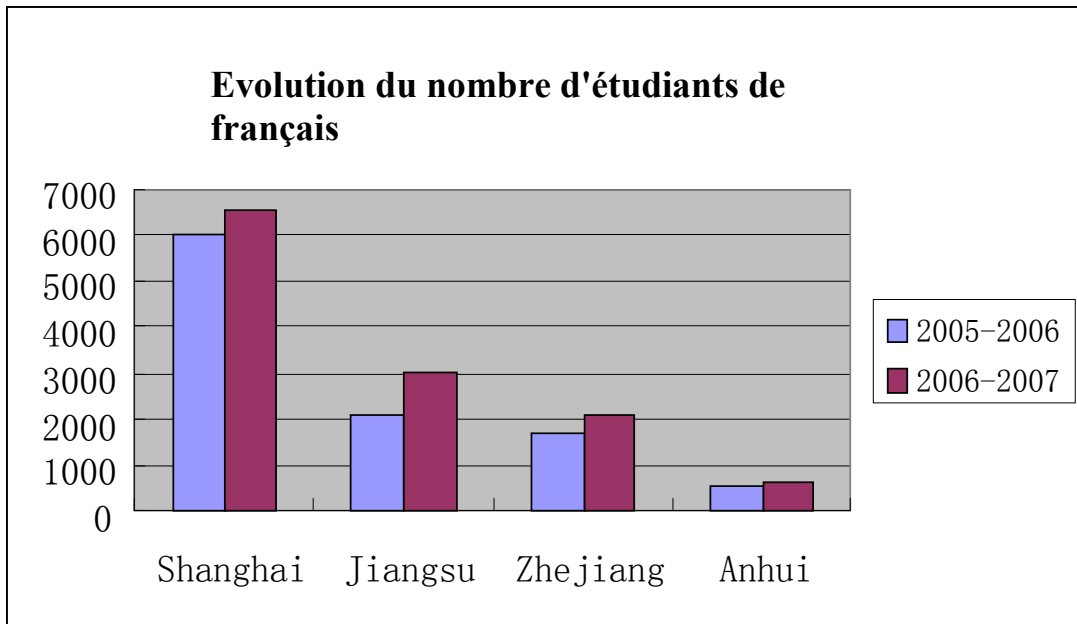


Tableau 5 : Évolution des effectifs  
Source : Consulat Général de France à Shanghai (2007)

Ces chiffres montrent d'énormes différences entre l'enseignement du français à Shanghai et dans les trois autres sites, l'Anhui arrivant très loin derrière pour les effectifs d'étudiants et d'enseignants. Il est très évident qu'il y a une forte dynamique du français, surtout au niveau universitaire, à Shanghai qui dispose aussi de meilleures conditions d'enseignement (horaires plus importants, lecteurs français, etc.). Notre enquête auprès d'étudiants de Shanghai et de l'Anhui devrait refléter ces différences.

## Conclusion

La première partie a été consacrée à la présentation du contexte dans lequel se situe notre étude. Ce contexte a été décrit sous deux angles : celui des territoires et celui des langues. Pour les territoires, le contexte global est la Chine à l'ère de la mondialisation

qui fait comprendre le grand tournant économique des années 80. Plus étroitement, ce sont les deux sites choisis, Shanghai et l'Anhui, dont nous avons mis en évidence quelques grandes différences : Shanghai est un lieu historiquement ouvert aux influences étrangères, aujourd'hui grande métropole mondialisée ; l'Anhui est un espace plus refermé sur son riche passé culturel. Le taux d'attractivité des deux lieux apparaît déjà très inégal.

Sous l'angle des langues, on voit que l'ouverture à l'économie de marché crée des besoins importants en langues étrangères (au 1<sup>er</sup> rang l'anglais). Cela conduit à des évolutions dans l'enseignement des langues étrangères : adaptation des objectifs, modernisation des méthodologies et des manuels. L'inégalité des deux sites choisis s'illustre dans la situation de l'enseignement du français. Les formations en français offertes par Shanghai sont beaucoup plus nombreuses et plus riches que celles de l'Anhui. Ce sont ces grandes différences dans l'essor du français que nous voulons expliquer dans notre thèse.

## Deuxième partie



## **Introduction**

Nous présenterons ici les notions nécessaires à la réalisation de notre thèse. Commençons par rappeler les grands axes de la recherche. La problématique générale est centrée sur le phénomène de mondialisation qui a profondément transformé le développement de la Chine depuis la décennie 80. J.-M. Domenach fait l'hypothèse que « le développement intérieur de la Chine est étroitement dépendant de son rapport avec le monde » (2002 : 52). Cela justifie encore davantage le choix de notre problématique. La mondialisation est vue dans ses effets sur les territoires et les langues. Nous avons choisi deux territoires inégalement touchés par la mondialisation, Shanghai et l'Anhui. Nous avons fait l'hypothèse générale que plus un territoire était concerné par la mondialisation, plus l'environnement était favorable à l'enseignement/apprentissage des langues étrangères, le français dans notre travail.

### **1. La notion d'attractivité**

La notion d'attractivité occupe une place importante dans la recherche, attractivité des territoires et attractivité des langues. Du point de vue étymologique, le terme *attractivité* vient du verbe *attirer* au sens de « faire venir à soi » (1510), « séduire » (1538). Il est proche du mot *attraction* dont le succès date du XVII<sup>e</sup> siècle par emprunt à l'anglais *attraction* (1607) utilisé par Newton (force qui attire). Le mot est employé dans le domaine scientifique (astronomie, électricité...) avant de se généraliser. La signification qui domine est « action de tirer vers soi » (Dictionnaire historique de la langue française, 1992).

La notion d'attractivité est peu utilisée avant les années quatre-vingt et est largement ignorée par les dictionnaires. C'est au cours des dernières années qu'elle s'est imposée dans le domaine des politiques économiques nationales et territoriales. Cette notion constitue un des piliers traditionnels des discours sur l'aménagement du territoire, parce qu'avec la mondialisation, les territoires sont en concurrence de plus en plus forte et les

rivalités ne cessent d'augmenter. On peut dire que la notion d'attractivité est un sous-produit de la mondialisation qui fait que les États passent de politiques de régulation par la demande à des politiques d'offres et d'attractivité : l'objectif majeur des territoires est d'attirer sur leur espace un maximum d'activités, économiques, culturelles, etc.

Appliqué à un lieu (une ville, une région), *attractivité* indique un pouvoir d'attraction qui fait que ce lieu attire vers lui des personnes, des activités qui renforcent son influence et son développement. C'est une caractéristique positive. Appliqué à une langue, le terme donne l'idée d'une force qui attire, qui capte l'intérêt de l'individu et qui donne envie d'apprendre cette langue.

### **1.1 L'attractivité des territoires**

Notre 1<sup>ère</sup> hypothèse est en relation directe avec l'attractivité des territoires :

Hypothèse 1 : plus un territoire est connecté à l'espace mondialisé, plus il s'internationalise, et plus il favorise l'offre et la demande en langues.

Autrement dit, un territoire attractif se caractérise par l'internationalisation de ses échanges (économiques, culturels...) et donc par un dynamisme remarquable.

Nous aborderons le territoire dans une approche géopolitique. Par géopolitique, il faut entendre « toutes rivalités de pouvoirs et d'influences sur du territoire [...] quelles que soient les dimensions des espaces concernés » (Lacoste, 2001 : 3). Les phénomènes géopolitiques concernent « des situations nationales tout autant que régionales » mais aussi des lieux particuliers telles que les grandes villes. Les grandes agglomérations (les mégapoles) et les régions à forte croissance sont des pôles de puissance qui « projettent leur influence et leur attraction » sur d'autres territoires, nationaux et étrangers (ibid.).

Pour P. Moreau Defarges (1994), dans la logique marchande, l'espace se définit par ses potentialités d'échange et la richesse naît de la circulation des biens, des services, des idées, des images... « Ce qui importe alors, ce sont les voies de communication, les réseaux, les comptoirs, les entrepôts, les marchés » (p.17). On voit que les effets de la

mondialisation sur un territoire s'analysent selon certains critères (importance des voies de circulation, des entreprises...).

Bien que la notion d'attractivité soit née dans le domaine politico-économique, son champ d'application s'est beaucoup élargi. Elle est, dans la pratique, considérée dans sa dimension globale. Divers spécialistes ont essayé de définir les facteurs qui concourent particulièrement à rendre les territoires contemporains 'attractifs'. Les facteurs relevés sont plus ou moins similaires. Selon l'ouvrage intitulé *Les nouveaux facteurs d'attractivité dans le jeu de la mondialisation* (Lollier, Prigent et Thouément, 2005 : 35), les facteurs les plus dominants sont la taille et le dynamisme du marché, les ressources humaines, la recherche et l'innovation, les réseaux de transport, l'environnement culturel et le tourisme étranger. C'est la conjonction des forces et des faiblesses de ces différents domaines qui donnent aux territoires leur niveau d'attraction.

Dans notre recherche, nous savons que Shanghai a un taux d'internationalisation et un développement beaucoup plus grands que l'Anhui. Notre but est de trouver des indicateurs pour décrire cette inégalité entre les deux lieux. Pour cela, nous reprendrons les facteurs ci-dessus que nous commenterons brièvement. Ils entreront dans notre grille d'analyse des territoires choisis, Shanghai et l'Anhui.

- La taille et le dynamisme du marché :

La taille du marché d'un lieu est mesurée par le nombre d'habitants. Plus un lieu est peuplé, plus le marché est grand. Mais la taille n'est pas le seul élément qui compte. Le dynamisme du marché est un élément qui a le plus de poids et qui est décidé par la croissance du Produit intérieur Brut (PIB). Plus le marché est dynamique, plus il attire les entreprises et les activités. Le facteur démographique et l'état du marché sont deux indicateurs pertinents.

- Les ressources humaines :

La performance des systèmes éducatifs à tous les niveaux de formation détermine largement la qualité des ressources humaines disponibles dans une région donnée. Elle permet généralement une adaptation des formations aux besoins des territoires. En examinant la diversité et la qualité de l'offre de formations, le volume de l'emploi, la qualité de la main-d'œuvre, nous pouvons connaître le degré de développement des ressources humaines d'une région ou d'une ville.

- La recherche et l'innovation :

Recherche et innovation sont deux notions étroitement liées. L'innovation prend sa source dans la recherche et met en application ses résultats. Les deux sont essentielles pour le développement et l'avenir d'un territoire. En principe, la recherche fondamentale se déroule dans des centres de recherche et les universités, et la recherche appliquée relève des entreprises. Des synergies se développent entre entreprises et universités/centres de recherche. Dans les indicateurs se rattachant au facteur recherche et innovation figurent le nombre de structures de science et technologie, le nombre de brevets déposés, la production de publications scientifiques, etc.

- Les réseaux de transport :

Les transports sont en partie liés à la croissance économique qui implique déplacement et mobilité à l'échelon local, régional, national et international. Ils accentuent l'attractivité économique et culturelle d'un territoire car la mobilité, la circulation des biens et des personnes est une condition essentielle.

- L'environnement culturel :

La culture avec ses différentes composantes comme architecture, patrimoine, paysage, design, art de vivre, gastronomie ...est un moteur de développement territorial. Elle contribue à l'enrichissement culturel de la population locale, à en attirer de nouvelles et à favoriser le tourisme. Le facteur culturel est donc un élément autour duquel se construisent l'attraction et l'avenir d'un territoire.

- Le tourisme :

L'activité touristique repose sur la capacité d'un territoire à attirer des visiteurs comme on vient de le dire. Le tourisme international, plus particulièrement, peut avoir une influence positive sur l'apprentissage et la pratique des langues, car il crée un besoin de connaître des langues étrangères pour différents métiers (ceux de l'hôtellerie, des agences de voyage, etc.) et met les Chinois en contact avec d'autres langues.

Les facteurs que nous venons de présenter nous serviront à étudier l'attractivité comparée de Shanghai et de l'Anhui (voir 3<sup>ème</sup> partie).

## **1.2 L'attractivité des langues**

L'hypothèse 1 établit une relation entre espace mondialisé et développement de l'enseignement des langues étrangères : la mondialisation « favorise l'offre et la demande en langues ». Le développement de l'enseignement d'une langue étrangère dans un pays demande un environnement ouvert sur le monde. La Chine s'est repliée sur elle-même pendant des années après la fondation de la République populaire de la Chine, c'était alors une période défavorable à l'enseignement des langues étrangères. L'ouverture plus grande sur le monde s'est accompagnée d'un intérêt plus grand pour l'apprentissage des langues étrangères.

L'hypothèse 1 précise aussi que la mondialisation favorise la diffusion des langues internationales (voir introduction). Cela indique que toutes les langues ne sont pas également attractives. La forme la plus remarquable de cette inégalité est le « marché des langues » que L.-J. Calvet a contribué à analyser. Comme les monnaies, les langues ont une « valeur marchande », « elles peuvent se déprécier, être dévaluées ou, au contraire, gagner de la valeur » (2002 : 10). Dans le domaine des langues étrangères, plus une langue est apprise (si elle est choisie par un nombre de plus en plus grand d'individus), plus elle prend de la valeur.

Toutes les langues ne sont donc pas égales et ont un pouvoir d'attraction différent. L'« inégalité » peut se voir du point de vue statistique : les six langues officielles de l'ONU (anglais, arabe, chinois, espagnol, français et russe) sont parlées par 42% de la population mondiale alors qu'environ six mille langues sont parlées par près de 35% de la population du monde (Calvet, 2002 : 139-140). Elle peut également s'interpréter du point de vue social : certaines sont dominées tandis que d'autres sont dominantes et assurent des fonctions officielles, internationales ou véhiculaires. L'inégalité peut finalement s'expliquer du point de vue des images attachées aux langues : certaines sont vues comme langues utiles, d'autres comme langues de culture... Cette différence au niveau d'attraction existait bien avant la mondialisation, mais cette dernière creuse ces inégalités entre les langues en renforçant les « grandes » langues et en affaiblissant les « petites » langues selon les lois du marché linguistique. C'est P. Bourdieu (1982) qui, le premier, a réfléchi sur la relation entre la langue et l'économie. Le langage est pour lui un produit économique tout autant que linguistique. Il montre que la langue a une valeur marchande qui dépend des rapports de force qui s'expriment sur le marché linguistique. Ainsi une compétence linguistique est un véritable capital, source de profit sur le marché de l'emploi lorsque le recrutement porte sur la maîtrise des langues.

Nous nous appuyerons sur les analyses de L.-J. Calvet (1999, 2002) pour exposer la problématique du marché aux langues. Les langues ont une valeur marchande en fonction de leur puissance d'attraction : les langues de valeur supérieure sont celles qui attirent à elles le plus grand nombre de locuteurs. La mondialisation joue un grand rôle dans la « cotation » des langues : elle fixe la valeur des langues au niveau mondial. Calvet identifie deux effets linguistiques de la mondialisation : « Il s'agit d'une part de l'organisation du 'marché des langues', qui fait qu'une poignée d'entre elles jouit d'un grand nombre de fonctions, et d'autre part de la place centrale de l'anglais » (2002 : 135). L'auteur conclut que la mondialisation est « une entrave à la diversité » (p. 137) – les grandes langues monopolisent le marché linguistique – et les individus ou les groupes ont tendance à se soumettre à la loi du marché. Ainsi, lorsque des parents font

étudier l'anglais à leurs enfants « ils se plient à la loi du marché » (p. 10). La langue la mieux « cotée » est l'anglais. La mondialisation a accéléré un processus en cours depuis plusieurs décennies : la domination de l'anglais, ou plutôt de l'anglo-américain, sur les autres langues parlées et écrites dans le monde. La connaissance de l'anglais est devenue la condition *sine qua non* de la réussite sociale. L'anglais devient ainsi la langue de communication planétaire.

L.-J. Calvet (1999) propose le modèle gravitationnel pour expliquer les forces d'attraction différentes des langues. Ce modèle montre bien la hiérarchie des langues. Il est présenté sous la métaphore des constellations (la constellation des langues), de la galaxie (la galaxie des langues). Nous allons exposer le modèle gravitationnel qui nous permettra de situer le français en tant que langue étrangère face à l'anglais et aux autres langues offertes à l'apprentissage en Chine. C'est un modèle à quatre niveaux :

- niveau 1 : une langue hyper-centrale
- niveau 2 : des langues super-centrales
- niveau 3 : des langues centrales
- niveau 4 : des langues périphériques.

Autour d'une langue hyper-centrale (l'anglais) (niveau 1), dont les locuteurs natifs ont une tendance forte au monolinguisme, gravitent une dizaine de langues super-centrales (le français, l'espagnol, l'arabe, le chinois, le hindi, le malais...) (niveau 2). Autour de ces langues super-centrales gravitent à leur tour cent à deux cents langues centrales (le wolof, le tchèque, le quichua...) (niveau 3). Celles-ci sont elles-mêmes les pivots de la gravitation de quatre à cinq mille langues périphériques (le diola, l'islandais, le corse, le tahitien...) (niveau 4).

Les langues sont reliées entre elles par des bilingues, c'est-à-dire par des locuteurs qui en plus de leur langue maternelle parlent une autre langue. Il y a deux types de bilinguisme (2002 : 146) :

- le bilinguisme horizontal : c'est le cas lorsque des locuteurs parlent une seconde langue de même niveau que la leur. Exemple : des Chinois qui apprennent le français ;
- le bilinguisme vertical : des locuteurs parlent une seconde langue de niveau supérieur. Exemple : des locuteurs du cantonais qui parlent le mandarin, des Chinois qui apprennent l'anglais.

La tendance accentuée par la mondialisation est un bilinguisme orienté vers le centre, c'est-à-dire vers une langue de niveau supérieur. La langue de niveau 1 sera apprise aussi bien par des locuteurs d'une langue de niveau 2, de niveau 3 ou de niveau 4. Ce modèle nous présente une pyramide où le sommet est occupé par la langue anglaise, qui domine toutes les autres et est le pivot de l'ensemble du système. Selon ce modèle, le français ne peut être au mieux qu'une 2<sup>ème</sup> langue après l'anglais. Le choix dans l'apprentissage des langues étrangères n'échappe pas à la loi du marché illustrée par le modèle gravitationnel. On peut supposer que les étudiants de notre enquête ont l'anglais comme LE1 et le français comme LE2 ou LE3.

Dans la même problématique de la mondialisation, G. Vigner (1999) établit une hiérarchie des langues en trois niveaux selon leur extension géographique :

- les langues à base exclusivement territoriale : ces langues peuvent avoir un grand nombre de locuteurs mais une extension géographique limitée. C'est le cas du chinois comme on l'a évoqué dans la 1<sup>ère</sup> partie ;
- Les langues transnationales « à fort coefficient de dispersion géographique » (p.89) qui sont parlées dans de nombreux pays. Le russe était une langue transnationale avant la chute du système soviétique ;
- Les langues de travail et d'échange dans les réseaux mondialisés (réseau des organisations internationales, des firmes à implantation multinationale, réseau mondialisé des médias, etc.).



Le français est une langue transnationale à travers l'espace francophone qui se déploie sur les cinq continents mais a une position plus faible dans les réseaux mondialisés. L'anglais est de fait la seule langue véritablement mondiale. Comme le précise Vigner, « être présent dans les réseaux est, pour une langue, un atout non négligeable, dans la mesure où cela a un effet sur la demande d'apprentissage de la langue et sur son image » (p.91).

Le modèle gravitationnel, le marché linguistique, le taux d'internationalisation des langues influencent le choix des langues étrangères, expliquent la grande attractivité de l'anglais qui est en position de 1<sup>ère</sup> langue étrangère dans de nombreux pays du monde. La situation des langues étrangères dans un pays peut être soumise à la loi du marché ou être modifiée par des interventions humaines : les politiques linguistiques et éducatives peuvent essayer d'équilibrer le rapport entre les langues étrangères. Comme le remarque Calvet (2002), la tendance dominante des politiques linguistiques est plutôt celle du libéralisme économique (laisser faire le marché). Nous allons analyser la diffusion de l'enseignement du français en Chine en tenant compte de ces deux facteurs : le marché linguistique qui détermine l'attractivité des langues et les politiques linguistiques et éducatives.

## **2. La diffusion du français entre l'offre et la demande**

### **2.1 Problématique générale**

Le couple offre-demande, emprunté au vocabulaire de l'économie, est utile pour expliquer la diffusion d'une langue étrangère en concurrence avec d'autres comme langue pouvant être apprise. Il y a d'un côté des besoins (demande), de l'autre des propositions d'enseignement de langue faites par des institutions publiques et privées (offre). La relation offre-demande est assez récente dans l'enseignement des langues étrangères : elle est liée au contexte de mondialisation et à la pression de l'économie qui met en avant une demande professionnelle : la sphère économique « pèse à l'évidence

sur un champ fortement orienté vers une demande professionnelle de plus en plus soumise à l'internationalisation des échanges et des savoirs » (Holtzer, 2004 : 10).

A. Gohard-Radenkovic parle d'une grande tendance qui s'affirme depuis la fin des années 80 : « Ces dernières années, trois grandes tendances s'affirment dans l'offre et la demande de formation en français à des fins spécifiques, liées à l'apparition et à la diversification de nouveaux publics d'apprenants et besoins » (1999 : 29). L'évolution du contexte mondial crée de nouveaux besoins en formation linguistique : « les enjeux du marché vont définir les priorités d'apprentissage de la langue et vont entraîner un élargissement de l'enseignement du français à tous les secteurs de l'activité professionnelle » (ibid., p.36). Parmi les secteurs concernés, on peut citer le tourisme, les affaires, le commerce, le droit... Les langues deviennent un atout pour le développement international des entreprises et un « capital » pour la réussite sociale des individus. Cette évolution place les langues dans la « problématique de la communication internationale dans le secteur professionnel » (Springer, 1996 : 27). La relation offre-demande dans l'apprentissage des langues par les adultes est déterminée par cette problématique. Pour C. Springer, ces nouvelles situations « induites par l'international exigent de nouvelles réponses. Ce qui est recherché actuellement c'est une plus grande rapidité et efficacité des réponses » (ibid., p.45). Les réponses doivent être mieux liées à la demande, il doit y avoir « une meilleure adéquation aux besoins » (ibid.). L'offre de formation en langue doit donc être ajustée à la demande.

### La demande

Elle est caractérisée par les besoins de développement à l'international des secteurs professionnels (économie, relations internationales, information et communication, entreprises...). Pour les adultes, les besoins linguistiques sont souvent définis par les besoins professionnels. La demande est aussi liée aux publics. Rappelons que notre public d'enquête est formé d'étudiants et cela justifie notre intérêt pour la catégorie « adultes ». Les spécialistes distinguent différents publics. Nous retiendrons quatre grandes catégories ayant des besoins en langue :

- les professionnels en poste dans un organisme concerné par la communication internationale (ex : entreprises chinoises exportant à l'étranger) ;
- étudiants en formation dans un cursus spécialisé (filères commerciales, techniques, hôtellerie...) ;
- étudiants désirant faire une partie de leurs études dans une université étrangère (mobilité étudiante) ;
- étudiants non spécialistes de français voulant parfaire leur spécialité à l'étranger par un stage plus ou moins long (en médecine, en droit...)

Les réponses à ces demandes sont l'élaboration de formations linguistiques adaptées aux objectifs de chacun de ces publics. Précisons que les étudiants de notre enquête sont inscrits dans des formations en études françaises, dans des filières généralistes. Etant en 1<sup>ère</sup> ou 2<sup>ème</sup> année universitaire, ils ne sont pas encore concernés par les cursus spécialisés, ni par les projets d'études à l'étranger.

### L'offre

Dans notre thèse qui porte sur le français, nous traiterons l'offre sous l'angle des politiques en matière de langue menées par la Chine (politique interne) et par la France (politique externe). Les politiques linguistiques et éducatives d'un pays jouent un rôle important. L'Etat peut privilégier l'enseignement de telle ou telle langue dans les institutions publiques (en la rendant obligatoire par exemple), définir des orientations et de grands objectifs en fonction d'enjeux politiques, économiques ou culturels particuliers. Quant aux politiques de diffusion du français dans le monde, elles sont très actives et définissent une stratégie de l'offre. Elles s'appuient sur un réseau culturel à l'étranger très étendu et sur le développement de partenaires avec les organismes locaux (accords de coopération, conventions, etc.).

Une des orientations de la stratégie de l'offre est le français sur objectifs spécifiques. Le compte rendu d'une Table ronde dans *Le français dans le Monde* (1990) sur « Publics spécifiques et communication spécialisée » rapporte les propos d'un représentant du

Ministère des Affaires étrangères. B. Aubert dit l'importance du Français sur objectifs spécifiques dans la demande à l'étranger : « La quasi-totalité de la demande porte sur des formes d'enseignement du français sur objectifs spécifiques, mettant en jeu des « savoir faire » plus que des savoirs sur la langue » (1990 : 170). Calqué sur l'expression anglo-saxonne *Languages for specific purposes*, Français sur objectifs spécifiques (FOS) lie l'apprentissage d'une langue aux usages précis que les individus doivent en faire dans un contexte particulier (travail, études...). Les publics et les besoins sont au cœur du FOS. La vision de la langue est instrumentale, utilitaire. Les politiques de diffusion du français en Chine exploitent cette orientation comme nous le verrons plus loin.

Les formations en langue se situent soit dans une logique de l'offre, soit dans une logique de la demande. Dans le cas d'une logique d'offre, les formations sont proposées par des institutions éducatives afin de répondre à des besoins identifiés avec plus ou moins de précision. Ces formations sont souvent standardisées et répondent majoritairement aux besoins de communication de publics étudiants. Dans le cas d'une logique de demande, les cours sont organisés suite à la demande d'une organisation, une entreprise par exemple, en réponse à des besoins de communication spécifiques, qui sont souvent identifiés avec une grande précision. Les formations qui ont lieu dans une logique de demande répondent majoritairement aux besoins de communication de professionnels (Le Ninan, Miroudot, 2004 : 109).

Pour notre public d'étudiants dans une université chinoise, nous nous situons plutôt dans une logique de l'offre. Nous supposons que les actions de l'Etat chinois et surtout celles de la France vont dans ce sens. Nous supposons également que les motivations des étudiants sont influencées par la vision instrumentale des langues car ils doivent trouver une place sur le marché du travail. Notre étude porte sur des étudiants ayant choisi d'apprendre le français à l'université. A côté d'une motivation utilitaire, nous pensons que d'autres raisons peuvent expliquer le choix d'apprendre le français. Pour A. Gohard-Radenkovic en effet les comportements linguistiques des publics d'apprenants

sont aussi influencés par « des représentations collectives hiérarchisées, héritées et reproduites des cultures et sociétés que ces langues représentent » (1999 : 42). Nous nous intéressons donc aux attitudes linguistiques, aux images du français qui peuvent motiver l'apprentissage de cette langue.

Le schéma suivant présente le modèle explicatif du jeu de l'offre et de la demande dans le contexte de la mondialisation. Ce modèle est construit à partir de la problématique générale qui vient d'être exposée.

<b>Contexte de mondialisation</b>	
<b>OFFRE</b>	<b>DEMANDE</b>
<p><b>Politiques linguistiques et éducatives</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Offre institutionnelle de l'Etat chinois</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Statut éducatif du français dans le système d'enseignement</li> <li>· Orientations vers des formations liées à une spécialité professionnelle</li> </ul> </li> <li>- <u>Politique de diffusion du français en Chine</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Promotion du français langue utile pour la profession, les études</li> <li>· Coopérations universitaires</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Besoins des organismes</b></p> <p>(les entreprises, la sphère du travail)</p> <p>Demandes de formations adaptées : FOS</p> <p><b>Besoins et intérêts des individus</b></p> <p>Attitudes linguistiques, images du français</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Motivations instrumentale</li> <li>· Motivations personnelles</li> </ul>

Ce modèle simple, élaboré avec notre directrice de recherche, est un cadre pratique pour organiser notre réflexion. La question de l'enseignement des langues est posée dans ses deux faces, l'offre et la demande. Il y a des interactions entre l'offre et la demande : la demande est dépendante de l'offre et l'offre est influencée par la demande. On peut prévoir que la politique du français tient compte de la demande pour mieux cibler son

action (par exemple, répondre aux besoins économiques, scientifiques). Des relations existent aussi dans la demande ; le choix des langues par les individus (les étudiants) est dans une mesure variable influencé par le marché de l'emploi (besoins des organismes) et par des motivations plus personnelles.

Connaître l'offre est assez facile. Il suffit de consulter les programmes des établissements publics et privés qui dispensent des cours de langue. Connaître la demande est plus délicat tant les mécanismes en jeu sont complexes : représentations collectives, attitudes et stéréotypes concernant les langues, les pays où elles sont parlées, expérience individuelle, sentiment d'utilité de la langue... Pour un public de jeunes adultes étudiants, il nous a semblé que le choix d'apprendre le français dépendait de motivations plus variées que la demande utilitaire. Par motivations personnelles, nous entendons l'attrance pour la langue, l'intérêt culturel, la curiosité pour un autre système linguistique, etc.

## **2.2 L'offre : les politiques linguistiques et éducatives**

Les politiques linguistiques et éducatives jouent un rôle important dans l'offre d'apprentissage des langues. « Les politiques linguistiques constituent des interventions sur la langue ou sur les rapports entre les langues. » (Calvet, 2002 : 15). Selon *le Dictionnaire de Linguistique et des Sciences du langage*, c'est l' « ensemble de mesures et de projets ou de stratégies ayant pour but de régler le statut et la forme d'une ou de plusieurs langue(s). » (1994 : 369). Dans notre recherche, les politiques linguistiques sont relatives aux langues étrangères et portent donc sur le rapport entre les langues. Ces politiques consistent en des interventions sur le statut éducatif de ces langues, sur la place respective qui leur est faite dans l'offre officielle d'enseignement à tous les niveaux, du primaire au supérieur. En Chine, comme dans de nombreux autres pays, l'anglais a un statut éducatif fort : il est enseigné à tous les niveaux, dispose d'un volume d'enseignement important, est très souvent langue obligatoire. Si on se place du côté de l'Etat français, on s'intéressera aux actions en faveur de la diffusion du français

dans le monde. M. J. de Saint Robert utilise l'expression *politique de la langue française* (ou *politique du français*) qui désigne « les différentes étapes de l'élaboration, de la mise en place et de l'évaluation des actions de l'Etat dans le domaine de la langue française tant à l'intérieur du territoire français qu'en dehors de ce territoire » (2000 : 7). Il s'agit pour nous des actions menées en dehors de la France en l'occurrence en Chine. Ces actions s'organisent autour de deux axes : le renforcement de l'offre en langue française, le soutien de la demande en langue française (ibid., p.9).

Les actions doivent être conçues par une autorité politique. Seul l'État a le pouvoir et les moyens de mettre en pratique une politique de la langue ou des langues. Être en position de pouvoir est essentiel pour mettre en œuvre un choix politique linguistique, comme le dit Jean Hebrard : « Qui dit *politique linguistique* dit action et donc pouvoir. » (1988 : 113). Dans ce travail, les autorités politiques sont l'Etat chinois (politiques internes) et l'Etat français (politiques de diffusion du français).

### **2.2.1 Les politiques internes**

Les actions de l'Etat chinois en faveur du français ont été peu développées jusqu'à la fin des années 90. Le français est une langue rarement enseignée en Asie centrale et en Extrême-Orient. « En Chine, le taux d'enseignement du français est très faible (1 pour 100.000) dans le secondaire et ne dépasse pas 1 pour 1.000 dans le supérieur : 3.500 étudiants dans quarante départements de français et 12.000 dans des filières en management, finances internationales, commerce international, automobile » (Haut conseil de la Francophonie, 1999 : 71). Cette situation a évolué depuis. Pour bien comprendre l'orientation des politiques suivies, nous évoquerons les orientations définies par l'Etat chinois depuis les années 1980.

Pour l'enseignement du français langue étrangère, les programmes nationaux valorisent d'abord l'étude théorique du fonctionnement de la langue. Il en est ainsi du programme de 1987 pour les étudiants de français en 1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> années universitaires, qui définit les objectifs, le nombre d'heures de cours, les contenus, les principes, et l'évaluation de

l'enseignement du français. Ce programme met l'accent sur la compréhension de la langue parlée et écrite. Il en est de même dans celui élaboré en 1990 pour les étudiants de 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> années (enseignement intermédiaire et avancé). En application de ces 2 programmes, l'enseignement s'oriente davantage vers l'acquisition de connaissances sur la langue que sur la pratique de la langue, ce qui explique le problème de "mention haute pour les connaissances, compétence basse pour la pratique". Avec l'extension des réformes économiques et sociales en Chine, on constate que l'E/A des langues étrangères est trop éloigné des attentes du monde professionnel. Le « Curriculum national du français langue étrangère avancé » élaboré en 1996 reflète la prise de conscience de la demande sociale et l'adaptation à l'économie de marché. Il met donc l'accent sur la compétence de communication des étudiants en français.

Cette préoccupation est renforcée par un autre document à visée plus large (1999) intégrant le français dans une démarche méthodologique adaptée à l'enseignement de l'ensemble des langues étrangères. Le Ministère chinois de l'Education publie la « Directive relative aux réformes de l'enseignement et de l'apprentissage des langues étrangères dans le supérieur chinois ». Ce texte révèle l'importance que le gouvernement attache aux langues étrangères dans le contexte de l'ouverture de la Chine sur le monde extérieur. Cette instruction officielle, commune à tous les établissements d'enseignement de langues du supérieur, insiste sur la formation des étudiants de langue à "compétences composées", car « dans le contexte de l'économie de marché, les diplômés n'ayant que des compétences linguistiques ont de moins en moins de chance sur le marché de l'emploi ». Les étudiants doivent acquérir non seulement les quatre compétences exigées par la maîtrise d'une langue (compréhension écrite et orale, expression écrite et orale) mais également une base de savoirs et savoir-faire liés à une spécialité professionnelle. Le texte insiste sur un bon équilibre entre ces deux axes, aptitude linguistique et aptitude dans un domaine de spécialité.

Si les langues étrangères bénéficient d'un intérêt du gouvernement chinois, l'enseignement de l'anglais est néanmoins privilégié. En janvier 2001, le Ministère de



l'Education promulgue la «Directive (indicative) à propos des débuts de l'apprentissage de l'anglais dans le primaire». Cette politique stipule que l'enseignement obligatoire de l'anglais en Chine commence en troisième année du primaire au lieu de la première année du secondaire. Ajoutons aussi que l'anglais figure comme matière obligatoire à l'entrée à l'université. En 2002, le Ministère de l'Education décide de lancer la réforme de l'enseignement de l'anglais universitaire. Son objectif est de faire en sorte que l'enseignement de la langue anglaise soit adapté aux besoins du développement économique et social de la Chine. Cette politique va dans le sens du marché des langues dont nous avons parlé précédemment.

On notera que les cours de français sur objectifs spécifiques en Chine ont toujours lieu dans le cadre de l'université, des Alliances Françaises et le public est donc le plus souvent universitaire ; l'analyse des besoins et l'élaboration de programmes de formation sont prises en charge par l'université. Mais il faut bien reconnaître que la formation linguistique assurée par les universités n'est pas bien adaptée aux besoins professionnels.

En résumé, la politique chinoise concernant l'E/A du français s'inscrit dans celle de l'E/A des langues étrangères. Le Ministère de l'Education décide des grandes orientations communes à toutes les langues étrangères, avec un intérêt tout spécial pour l'anglais. On constate une évolution depuis la fin des années 80 dans les orientations de l'enseignement des langues : l'accent est mis sur la pratique et sur le lien entre langue et profession.

### **2.2.2 Les politiques françaises de diffusion du français**

Les politiques linguistiques de diffusion d'une langue nationale consistent en des interventions de l'Etat sur la position de cette langue par rapport aux autres langues dans le monde. Pour le français, il s'agit de défendre sa position comme langue internationale en favorisant son enseignement et son usage dans différents pays. La politique linguistique a toujours été une composante importante de l'action culturelle extérieure

de la France. Une politique linguistique se définit à partir de 5 critères principaux que nous illustrerons par la politique du français : des enjeux, des objectifs, des stratégies, des moyens, des résultats.

Pour avoir des informations précises sur la politique de diffusion du français en Chine nous avons rencontré l'attachée de coopération linguistique à l'Ambassade de France en Chine. L'entretien, qui s'est déroulé sous forme d'une discussion assez libre, a eu lieu le 6 mai 2006. Les informations issues de cet entretien sont accompagnées de la référence (Mme C. Saillard).

- des enjeux :

« La promotion de la langue française constitue l'enjeu majeur de notre diplomatie culturelle, scientifique et technique » (Direction de la coopération culturelle et linguistique, 1996 : 2). Le constat est que le français est en recul sur le plan international. L'enjeu est la place du français dans le monde, la défense de son statut de langue internationale. « La France, dans son rôle de grande puissance, se préoccupe notamment du statut international de sa langue. A son initiative, des politiques sont conçues en vue de renforcer la présence du français dans les enceintes internationales, dans les grands événements médiatiques (les Jeux olympiques) ou dans la communication scientifique. » (Varela, 2008 : 42). La politique du français langue étrangère en Chine s'inscrit donc dans cette priorité de renforcer le statut du français à l'international.

- des objectifs :

Les objectifs définissent les grandes orientations de la politique linguistique de la France en dehors de son territoire. « La défense et la promotion du français dans le monde passent par sa valorisation comme moyen d'accès au savoir, à la culture, à la profession, mais aussi par une défense du plurilinguisme et du pluralisme culturel » (Direction de la coopération culturelle et linguistique, 1996 : 8).

Les objectifs ne sont pas seulement culturels, ils sont aussi éducatifs (apprendre en français) et pratiques (liés aux activités professionnelles). Parmi les axes d'intervention des politiques du français on trouve le « développement de programme de coopération éducative » et un « soutien à des projets de coopération universitaire novateurs » (Ministère des Affaires Etrangères, 1995 : 7). Dans la décennie 2000, les orientations se précisent en direction des grands pays émergents (Chine, Inde, Brésil, Mexique) qui sont de nouvelles zones prioritaires pour la diffusion du français. Pour ces pays, les publics cibles sont les étudiants à l'université et les cadres des entreprises (M. Sellier<sup>5</sup>, 2002). Il s'agit de mettre en place pour les étudiants, des programmes spécialisés avec une poursuite d'étude en France : le français est alors une langue d'accès au savoir (lecture de documents scientifiques par exemple). Pour les cadres d'entreprises, les objectifs d'apprentissage du français sont inséparables des besoins professionnels. On a l'impression qu'en Chine, le français est diffusé en priorité dans une perspective fonctionnelle. Sur le plan didactique, cela entraîne le développement de l'enseignement sur objectifs spécifiques. Sur le plan des représentations, ce n'est plus seulement l'image culturelle traditionnelle du français qui est diffusée. C'est la valorisation du français comme « langue moderne, utile au développement économique, technologique » (M. Sellier, 2002).

Un grand thème nouveau apparaît : celui du français comme composante du plurilinguisme et de la diversité culturelle qu'il faut défendre. Ce thème de la diversité culturelle et linguistique a été précisé par Florence Morgiensztern lors de la première session du Haut Conseil de la Francophonie en janvier 2004 : « Contrairement à une vision passéiste et rétrograde de la Francophonie, le français est la langue de partage qui définit un espace commun et non une langue unifiante, voire totalisante, et l'espace francophone n'est pas le lieu du culte de la défense d'une langue mais au contraire celui de la diversité des langues et des cultures. » (Saillard, 2005 : 8). En fait, la France est

---

<sup>5</sup> M. Sellier représentait la Direction générale de la Coopération internationale et du Développement, Ministère des Affaires étrangères au colloque sur le français en France à l'étranger (voir bibliographie).

l'un des pays qui a le plus milité en faveur de la diversité culturelle face à la domination de l'anglais dans le monde qui met la diversité en danger. Durant la trente-troisième Conférence générale de l'UNESCO, une convention « sur la protection et la promotion de la diversité culturelle » a été approuvée par 141 Etats membres sur 191. La diffusion de la langue française en Chine se situe dans ce combat contre l'anglais hégémonique par la promotion de la diversité des langues et des cultures.

- les stratégies concernant le domaine des décisions et des actions :

A partir des années 90, les politiques relatives à l'enseignement du français vont privilégier les filières bilingues, le français sur objectifs spécifiques, développer l'enseignement précoce du français, moderniser l'image du français marquée par une vision trop « culturelle ». L'enseignement du français est vu dans une perspective plus fonctionnelle.

Une des stratégies de diffusion du français est de promouvoir l'image de langue utile (pour les études, la profession). Il est important d'affirmer la place du français sur le marché du travail et les perspectives d'emploi apportées par la maîtrise de cette langue, car « le français possède tout ce qui est nécessaire pour exprimer le monde des affaires et des échanges internationaux entre les grandes entreprises. » (Hagège, 2006 : 177). Pour cela, il faut allier le monde éducatif et le monde du travail. Le FOS est une priorité exprimée dès les années 70 : « Vers 1975, les services compétents du Ministère des Affaires étrangères mettent en avant l'intérêt qu'il y aurait à proposer à des publics ayant des besoins bien identifiés, un apprentissage sur objectifs spécifiques » (D. Coste, 1998 : 88). Le passage du français langue étrangère au français fonctionnel a abouti à la mise en place de divers programmes d'enseignement du FOS. Citons quelques exemples : le programme « 100 juges chinois », le programme « 100 architectes chinois » et le programme « 30 médecins chinois ».

D'autre part, le développement de filières bilingues francophones contribue à rénover l'image du français. Les entreprises françaises installées en Chine peuvent ensuite

valoriser la compétence linguistique des étudiants qui fréquentent ces filières. Cette politique de valorisation du français comme moyen d'accès non seulement à la culture mais aussi au savoir, et à la profession connaît déjà certains résultats en Chine comme nous le verrons dans notre enquête : le français se positionne en Chine comme une langue qui permet d'aboutir à des réussites professionnelles.

La diffusion du français demande que l'on joue la carte de la Francophonie. Il faut changer les représentations qui voient le français seulement comme la langue de France. Il est vrai que les Français représentent environ le tiers du nombre total de francophones et que ce poids démographique fait que « la situation du français continue à être étroitement liée à l'influence de la France dans le monde, à l'importance de ce pays sur la scène politique internationale. » (Durand, 1997 : 391). Mais cette référence au français de France peut être un frein à sa diffusion. Il faut l'ouvrir au monde francophone et montrer la diversité des territoires du français à travers le monde. C'est dans cet esprit que la 14<sup>ème</sup> semaine de la Francophonie a eu lieu en Chine du 14 au 22 mars 2009. La référence francophone est intéressante en Chine qui a développé des coopérations importantes avec l'Afrique francophone au cours des années 2000. Le premier forum de coopération sino-africain en 2000 a annoncé le nouvel élan des relations commerciales et de l'immigration chinoise. « Selon l'agence chinoise Xinhua News Agency, en 2007, 234 000 Chinois se sont rendus en Afrique et ils sont entre 270 000 et 750 000 à y travailler » (Thiollet, 2009 : 111). La présence chinoise en Afrique francophone augmente la demande d'apprentissage du français.

Rendre le français plus accessible est une autre stratégie. En effet, le français a une image de langue difficile à apprendre, ce qui peut décourager les apprenants. Il est recommandé d'avoir une attitude plus tolérante au début à l'égard des fautes de « bas niveau » (faute locale de type morphologique, accord, confusion entre masculin et féminin). Le but n'est pas d'enseigner un français littéraire (sauf dans les filières spécialisées en littérature française) mais une langue courante permettant de communiquer efficacement dans des situations quotidiennes ou des contextes de travail.

- des moyens :

Pour mettre en œuvre les décisions prises, la France dispose d'un atout important : son réseau culturel à l'étranger qui est très étendu : services culturels des Ambassades de France, instituts français, centres culturels français, Alliances françaises, établissements d'enseignement français à l'étranger. « Le réseau culturel extérieur français est l'un des plus importants au monde » (A. Lombard, 2003 : 165). Il comptait, en 2003, 151 instituts et centres culturels ainsi que 1098 alliances françaises. Ces instituts et centres culturels sont répartis de façon très inégale dans le monde : 75 dans 33 pays d'Europe, 56 dans 43 pays d'Afrique et de Moyen-Orient, 13 dans 9 pays asiatiques et 7 dans 6 pays en Amérique (ibid., p.171).

La diffusion du français en Chine se fait par les services culturels de l'Ambassade de France et par l'intermédiaire des Alliances françaises. L'implantation d'une Alliance française ou d'un centre culturel a lieu dans un site jugé attractif, c'est-à-dire dans les grandes villes développées qui ont des activités importantes et diversifiées car c'est là que se trouvent des demandeurs potentiels d'apprentissage du français. En 2000, il y avait quatre Alliances Françaises en Chine continentale : Canton, Shanghai, Pékin et Wuhan. En 2005, l'on comptait au total huit Alliances Françaises qui ont formé 12 000 étudiants. En 2006, cinq nouvelles Alliances Françaises ont ouvert leurs portes à Nankin, Chengdu, Xian, Dalian et Jinan. Il existe aujourd'hui 15 Alliances françaises dans les grandes villes (Carte 7) qui accueillent chaque année plus de 22 000 étudiants (Mme C. Saillard).

Gérées localement en tant qu'organisations indépendantes à but non lucratif, les Alliances françaises répondent aux exigences du droit local chinois et sont associées à des partenaires universitaires locaux. Elles ont principalement des activités d'enseignement – hors cursus scolaire et universitaire – et contribuent par des activités culturelles, à la formation d'un environnement francophone. Elles forment des jeunes Chinois à propos des études en France, de l'organisation du Test d'Evaluation de

Français. A noter enfin qu'elles utilisent des méthodes françaises d'enseignement comme *Festival*, *Taxi*, *Alter Ego*, etc. et qu'elles recrutent des professeurs chinois et français hautement qualifiés. Après une fermeture peu après 1951, L'Alliance Française de Shanghai a été réouverte en 1993. Dans la province de l'Anhui, il n'y pas d'Alliance Française.

CARTE 7 : LES 15 ALLIANCES FRANÇAISES EN CHINE



Source : [www.afchine.org](http://www.afchine.org)

- des résultats :

Nous avons traité des résultats de ces politiques dans différentes sections de notre thèse. Les résultats s'estiment par le nombre des coopérations, le développement du français dans les universités, l'usage du français comme langue de travail ainsi que le nombre

d'apprenants de français. Nous allons apporter des informations sur ce dernier point.

Selon l'entretien effectué avec Mme C. Saillard, le nombre des départements de français qui assurent les cours de français comme discipline principale est passé de 30 en 2003 à 50 en 2005. Le nombre d'universités qui enseignent le français soit comme discipline principale, soit comme discipline optionnelle est passé de 108 en 2001 à 139 en 2003 et à plus de 150 en 2005. L'enseignement du français dans le secondaire a aussi connu une croissance importante, passant de 17 établissements en 2001 à 27 en 2003 et à plus de 50 en 2005. Le nombre d'enseignants de français de nationalité chinoise a atteint 740 et le nombre de lecteurs français, lui, est passé de 44 en 1999 à 96 en 2001 à 170 en 2003 et à plus de 200 en 2005. Ces chiffres sont présentés dans le tableau 6.

	1999	2001	2003	2004	2005
<b>Départements de français</b>			30		50
<b>Universités enseignant le français</b>		108	139		+150
<b>Secondaires enseignant le français</b>		17	27		+50
<b>Enseignants chinois de français</b>				70	
<b>Lecteurs français</b>	44	96	170		+200

Tableau 6: Évolution de l'enseignement du français en Chine entre 1999-2005

Sources : entretien avec l'attachée de coopération linguistique en 2005

D'autres chiffres indiquent l'augmentation du nombre d'apprenants. Il est passé de 20.000 en 2001 à 55 000 en 2004 et à 70 000 en 2009. Ainsi, parmi ces 70 000 apprenants, 3 à 6 000 sont dans le secondaire, 30 000 à l'université, 16 500 dans le réseau des Alliances françaises et au moins autant dans les structures privées et semi-privées. (Source : Centre culturel français de Pékin).

Comme on le constate, l'enseignement du français connaît un grand essor dans les années 2000, en particulier dans les universités et dans les Alliances françaises. Dans les



universités, le développement est surtout dû aux coopérations établies entre la France et des établissements ciblés.

### **2.2.3 Partenariats et coopérations**

Les actions concrétisent les stratégies. Elles s'appuient sur des coopérations bilatérales ou multilatérales. Pour la Chine, la coopération s'établit avec certains établissements d'enseignement et avec le Ministère de l'Education. Citons quelques exemples ci-dessous.

Des actions d'envergure au niveau secondaire n'ont commencé qu'il y a une dizaine d'années à travers la Filière Francophone Chine (FFC). Ce projet expérimental qui introduit le français LV2 dans les lycées et collèges de Shanghai est né en 1998, de la volonté des présidents Jiang Zemin et Jacques Chirac, lors de la visite du président français dans cette ville. Le site de Shanghai a été choisi pour lancer le projet de la FFC en raison de la présence, déjà ancienne, de la France dans cette ville (l'existence de la Concession française de Shanghai entre 1849 et 1949). Le collège de Baoshan et les lycées Guangming et Jincui de Shanghai ont été choisis pour mettre en place cette expérimentation. Les objectifs de la FFC sont doubles : promouvoir l'enseignement du français langue étrangère et aider à la création de sections de français dans les établissements secondaires pilotes de la ville de Shanghai. Elle a aussi pour but de permettre à des lycéens chinois scientifiques de poursuivre leurs études en France dans les classes préparatoires scientifiques aux grandes écoles ou de poursuivre leurs études supérieures en université.

Un programme éducatif d'excellence a été mis en place: « 50 lycéens chinois en Classes préparatoires scientifiques aux grandes Ecoles », dont l'objectif est de permettre chaque année à 50 lycéens chinois d'excellent niveau en mathématiques de poursuivre deux années de formation supérieure dans des classes préparatoires scientifiques aux grandes écoles d'ingénieurs en France. Ces élèves sont sélectionnés sur la base de tests de très haut niveau. Avant d'entrer dans des classes en France, ils suivent une formation

intensive en français dispensée par l'Alliance Française en Chine, ce qui leur permet de suivre les cours des classes préparatoires.

Les coopérations bilatérales ou multilatérales se déroulent surtout au niveau universitaire, niveau prioritaire de l'action linguistique et culturelle extérieure de la France. Dans ce domaine, l'enseignement du français est proposé sous trois formes : le français est enseigné en tant que LV1 dans les départements d'études françaises ; il est proposé aux étudiants non spécialistes de langue française en tant que LV2 ; il est enseigné comme langue de spécialité correspondant à des besoins professionnels (le français scientifique et technique, le français des affaires, le français juridique, le français médical, etc.). Cette dernière catégorie représente un enjeu majeur de la présence linguistique en Chine. Cet enseignement trouve sa pertinence grâce aux projets de coopération universitaires et aux échanges scientifiques et techniques.

Le projet de 'licences à double orientation' est une autre action menée par la France. L'étudiant reçoit un enseignement de français intensif pendant environ un an, puis il s'oriente vers une discipline qui lui est enseignée en français et en chinois. Au bout de quatre ans, il est titulaire de l'équivalent d'une licence française. Les départements de français des universités de Pékin et de Canton proposent des licences à double orientation dans les domaines du commerce international, de l'économie, de la gestion ou du tourisme. L'Université polytechnique de Wuhan s'est spécialisée dans la formation aux métiers de l'automobile. L'Université de Wuhan a mis en place non seulement des licences à double orientation en français-économie ou français-droit mais aussi des diplômes conjoints de masters en mathématiques, en sciences physiques, en radio-physique ou en médecine d'urgence.

Dans les coopérations universitaires, nous citerons l'Ecole doctorale franco-chinoise.<sup>6</sup> Elle associe les meilleures universités et écoles d'ingénieurs (56 établissements français

---

<sup>6</sup> Le protocole créant cette école doctorale a été signé par le Premier ministre chinois, Wen Jiabao, et le ministre français de l'éducation, le 6 décembre 2005.

en 2006) et des établissements universitaires chinois (28 en 2006). Cette Ecole a pour objectif de permettre aux étudiants chinois et français de poursuivre des études croisées au plus haut niveau, dans le pays partenaire.

Toutes ces actions montrent une politique du français volontariste en direction de la Chine, plus particulièrement dans les formations de haut niveau et dans les filières spécialisées. Ce qui compte, c'est la qualité des étudiants et des formations, ce qui montre que l'action de diffusion du français ne vise pas un public nombreux ni des formations générales.

#### **2.2.4 Le développement de l'enseignement du français en Chine : quelques facteurs explicatifs**

Le développement de l'enseignement du français en Chine est dû à trois raisons principales qui agissent positivement sur la demande : valorisation du séjour d'études à l'étranger et du diplôme étranger, valorisation de la connaissance d'une deuxième langue étrangère, attractivité de la France en matière d'éducation et de culture.

Faire des études à l'étranger est un objectif rêvé mêlant romantisme et réalisme comme l'écrit Hu : « les projets de départ des étudiants chinois sont à la fois teintés de romantisme, comme ceux des voyageurs occidentaux, et de réalisme comme pour les étudiants asiatiques » (2005 :197). Romantisme, parce que les études à l'étranger entretiennent depuis longtemps un imaginaire important : découverte d'un nouveau monde, expérience d'un mode de vie différent, amélioration du capital intellectuel. N'oublions pas que les premiers étudiants en France sont devenus des personnages gravés dans l'histoire moderne de la Chine. Réalisme, parce que le projet de départ est étroitement lié au souhait d'améliorer les conditions de vie en Chine. « Si les Chinois partent beaucoup plus que les Indiens par exemple, ceci est lié au système universitaire intérieur verrouillé. Avec un diplôme étranger, ils peuvent multiplier leur salaire par dix à leur retour en Chine. C'est pour eux un sésame », explique le chargé de mission Asie-Océanie à la direction générale de la coopération internationale et du développement au

Ministère des Affaires étrangères<sup>7</sup>.

Ce souhait est d'autant plus fort que la situation actuelle du marché du travail est devenue difficile. « En 2003, sur 2,12 millions de diplômés, 640.000 n'avaient pas encore signé de contrat au terme de leur scolarité et le chiffre annoncé de 30% de chômeurs parmi les diplômés de l'université était largement commenté dans la presse nationale » (Merle et Sztanke, 2006 :48). Ce taux de chômage persiste encore. Face à la dévalorisation des diplômes chinois, le départ à l'étranger est une solution avec l'espoir d'avoir un diplôme étranger beaucoup plus apprécié sur le marché du travail. Près de 500.000 étudiants chinois étaient en mobilité dans le monde, soit 16 % du total (Sources Unesco, 2008). Toutefois, si 2% seulement d'entre eux partent réellement, 80 % déclarent avoir envie d'étudier à l'étranger. Concernant la France, elle a accueilli 15.000 étudiants chinois en 2006 au 3<sup>ème</sup> rang mondial et 18.000 en 2008 au 5ème rang mondial derrière les Etats-Unis, la Grande Bretagne, l'Australie (pays attractifs pour les cours d'anglais) et le Japon. (Source : Ambassade de France à Pékin). Ce recul au niveau du placement mondial est lié à la politique 'qualité contre quantité', la France exerçant un filtrage vis-à-vis des étudiants chinois par des centres de contrôle des demandes de visas.

La valorisation de la connaissance d'une deuxième langue étrangère est un avantage pour le départ. Pendant les premières années après l'ouverture de la Chine vers l'étranger, beaucoup d'attention était accordée à l'anglais. Puis les Chinois se sont rendu compte que la maîtrise d'une deuxième langue étrangère était un atout supplémentaire. Le français figure en tête de la liste des langues comme deuxième langue étrangère. Pour les étudiants chinois, la langue française, considérée comme « la langue de l'élite » (Marzouki, 2007 : 43), les distinguent des autres qui ne parlent que l'anglais. Pour eux, comme pour tous les autres francophiles, « l'anglais est plus instrumental, plus neutre ; le français est plus incarné dans le culturel, plus porteur d'appartenance identitaire »

---

<sup>7</sup> Ces propos ont été tenus par Christophe Gigaudaut pendant les rencontres organisées par l'agence CampusFrance à la Cité internationale universitaire de Paris du 2 au 5 décembre 2008.

(Krasteva, 2007 : 145). Le français est aussi une langue d'usage dans de nombreuses institutions internationales et dans de nombreux pays, en Afrique notamment. Il est également considéré comme une langue professionnelle. L'envie d'apprendre cette langue, de connaître la culture française et d'utiliser le français dans la vie professionnelle sert donc de très forte motivation pour certains candidats au départ pour la France. Cela explique que de plus en plus d'étudiants à l'université chinoise choisissent d'apprendre le français dans les matières facultatives.

La France attire aussi les étudiants chinois par la qualité de certaines formations (artistique par exemple), son image culturelle. Les étudiants chinois en architecture, en musique et en stylisme se dirigent sans hésitation vers la France pour avoir une meilleure formation dans ces domaines. Certains étudiants font leurs études d'économie ou de gestion d'entreprise en France parce que l'enseignement supérieur attache plus d'importance à la pratique que l'enseignement chinois.

Outre ces trois éléments principaux, d'autres facteurs interviennent tels que l'exemple d'un proche qui a réussi ses études en France, la présence de famille en France, etc. En réalité, le choix de la France est toujours une réflexion globale prenant en compte différentes raisons. Nous pouvons dire que pour beaucoup d'étudiants chinois, ce qui importe est de recevoir une formation diplômante de bonne qualité dans un pays industrialisé, quel pays et quelle spécialité reste une question secondaire.

Les informations données montrent un développement certain dans la diffusion du français et des résultats orientés positivement. Rappelons qu'il s'agit d'actions ciblées qui sélectionnent des publics particuliers (universitaires principalement). Il faudra voir sur le long terme si ces orientations se maintiennent.

### **2.3 La demande en langue**

Nous avons abordé les politiques linguistiques et éducatives de la France et de la Chine en ce qui concerne l'offre d'apprentissage du français. Une stratégie de l'offre ne peut

réussir que si elle rencontre une demande de la part d'organismes où les langues sont nécessaires (les entreprises à vocation internationale) et de la part des individus. Les organismes que nous avons ciblés sont les entreprises. La demande de cours de langue est en quelque sorte liée à la présence des entreprises françaises installées en Chine et à des entreprises chinoises ayant une clientèle francophone. Nous avons ainsi retenu deux domaines qui ont un lien possible entre eux : les besoins des organismes (entreprises, institutions...) et les choix des individus. Les organismes que nous avons ciblés sont les entreprises. La demande de cours de langue est en quelque sorte liée à la présence des entreprises françaises installées en Chine et à des entreprises chinoises ayant une clientèle francophone. Dans notre problématique intégrant la mondialisation, nous pensons que les motivations qui guident le choix des langues au niveau universitaire sont influencées par les perspectives professionnelles.

### **2.3.1 Besoins des organismes**

Les entreprises ayant une activité internationale travaillent aujourd'hui avec de multiples partenaires commerciaux répartis à travers le monde. Se pose alors la question pour ces entreprises de savoir dans quelle langue échanger et communiquer avec leurs clients et fournisseurs. Le choix d'une langue est donc inscrit dans le jeu stratégique de l'entreprise et joue sur son fonctionnement, son organisation et sa compétitivité. A la recherche de la plus grande efficacité, ces entreprises ont tendance à privilégier la commodité immédiate en utilisant l'anglais. Concernant les entreprises françaises travaillant à l'international, cela signifie un recul relatif de l'usage du français dans la vie des affaires.

Afin d'avoir une vision claire de la place du français dans les entreprises françaises intervenant sur un marché international et de promouvoir la langue française comme outil au service des échanges économiques, la Chambre de commerce et d'industrie de Paris (CCIP) a réalisé en juin 2003 une enquête auprès de 500 entreprises françaises. Le résultat montre que « si la maîtrise de l'anglais apparaît, sans surprise, comme une

valeur ajoutée pour les entreprises françaises intervenant sur des marchés internationaux, la place du français et son usage au sein de l'entreprise n'en reste pas moins essentiels et apparaissent comme des avantages concurrentiels dans leur stratégie de marketing » (Franck, 2004: 159). En effet, selon cette étude, il existe 3 types d'entreprises :

- le groupe intitulé « identité francophone » où les entreprises tiennent à la pratique linguistique francophone, qui est un moyen privilégié pour valoriser leur identité ;
- le groupe intitulé « image de marque » qui pratique le français pour garder une « image de marque » mais qui est susceptible de se laisser séduire par l'usage de l'anglais comme langue de travail et de communication avec la clientèle ;
- le groupe intitulé « identité non francophone », qui opte pour l'anglais afin de réaliser un maximum d'intégration aux marchés internationaux. (Franck, *ibid.*, p.161).

Ainsi, une entreprise française travaillant en Chine ou avec une entreprise chinoise a trois choix linguistiques possibles dans la communication interne et la communication avec la clientèle non francophone : privilégier le chinois, choisir l'anglais ou s'exprimer en français. Nous exposerons brièvement un exemple tiré d'un entretien personnel avec un cadre supérieur français de l'entreprise Peugeot Citroën qui travaille depuis plus de 6 ans en Chine<sup>8</sup>. L'entreprise est installée à Wuhan depuis 18 ans (bureaux d'études et installations de fabrication). La plupart des 7 000 employés sont des Chinois recrutés sur place. Au sein de l'entreprise, les Français peuvent se classer en deux catégories : ceux qui viennent directement de Peugeot Citroën de France pour 1 ou 2 ans de séjour à Wuhan et qui sont considérés comme Français expatriés ; ceux qui sont recrutés en Chine et considérés comme employés de l'entreprise locale.

---

<sup>8</sup> Notre témoin a été en poste à Wuhan de 2003 à début 2009 et est actuellement au Bureau d'Etudes de Peugeot Citroën à Shanghai. L'entretien s'est déroulé le 9 octobre 2009 à Besançon.

Les Français, pour communiquer soit avec les cadres chinois soit avec la clientèle non-francophone, utilisent le français avec l'aide des interprètes chinois. L'entreprise affiche donc son « identité francophone ». Pour les employés chinois, la maîtrise du français n'est pas une condition nécessaire au moment du recrutement. Mais ceux qui peuvent communiquer en français possèdent un atout supplémentaire, car cela leur permet de mieux comprendre la culture d'entreprise et de réaliser une coopération efficace avec les Français qui occupent souvent des postes importants (finances, contrôle de gestion, recherche et développement). Pour encourager les employés chinois à apprendre le français, l'entreprise leur offre des cours de français dispensés au sein de l'Alliance Française à Wuhan. Aux Français volontaires, l'entreprise propose des cours de chinois mais le prix des cours est à leur charge.

A Shanghai l'entreprise Peugeot Citroën opte pour l'usage de l'anglais. Les Français (un quart des effectifs) utilisent l'anglais pour échanger avec leurs collègues chinois dont le recrutement demande une maîtrise de l'anglais. Au sein de l'entreprise, les Français utilisent le français entre eux. 10% des employés chinois sont francophones. Ils sont plus valorisés dans leur travail car la maîtrise du français leur permet d'avoir l'accès direct aux documents venant de Peugeot Citroën de France. Le bureau propose des cours d'anglais, de français et de chinois pour améliorer la compétence linguistique de son personnel. A Shanghai, contrairement à Wuhan, l'entreprise tend à montrer une « identité non francophone ».

Concernant les entreprises chinoises faisant des affaires avec des francophones, nous pensons à la présence chinoise en Afrique. Depuis que le pouvoir chinois a élaboré en 1999 une stratégie économique plus ambitieuse sur l'Afrique, les investissements se multiplient sur ce continent. En 2006, environ 130.000 Chinois et plus de 800 entreprises chinoises y étaient déjà présentes<sup>9</sup>. La montée en puissance des Chinois en Afrique y compris l'Afrique francophone ouvre le marché intérieur de ces pays et

---

<sup>9</sup> Propos recueillis par Laure Belot et Frédéric Bobin pendant un entretien avec Pierre-Antoine Braud, ex-conseiller politique aux Nations unies, publiés dans le *Monde* du lundi 11 décembre 2006, p.21.



offrent du potentiel de travail, ce qui nécessite des Chinois formés au français.

Les organismes à vocation internationale ont des besoins en langue. Quelle(s) langue(s) ? L'anglais langue de travail exclut les autres langues. Il y aura une demande pour le français si les étudiants constatent que cette langue peut les aider à entrer dans la vie active. Dans ce cas, avoir des compétences en français représente un capital linguistique qui a de la valeur (le français a une valeur marchande). On voit que les motivations instrumentales dépendent des perspectives offertes par la langue.

### **2.3.2 Motivations des individus**

Les hypothèses 2 et 3 concernent la demande du côté des individus : motivation utilitariste (hypothèse 2) et motivations personnelles (hypothèse 3) :

Hypothèse 2 : La mondialisation agit sur les motivations à l'apprentissage d'une langue. Elle fait dominer la valeur « marchande » de la langue.

Hypothèse 3 : Le choix d'une langue comme le français par de jeunes étudiants peut être influencé par des orientations plus personnelles.

Les choix linguistiques des individus se font selon plusieurs critères. Dans son article « L'image des langues et leur apprentissage » (1997), L. Dabène présente cinq critères selon lesquels les individus font le choix de la langue à apprendre.

#### **- Critère économique :**

Plus une langue offre l'accès au monde du travail, à des formations valorisantes, à des communications avec le monde, plus elle est attractive, comme on l'a évoqué plus haut. C'est le cas de l'anglais. «L'anglais – ou plus exactement l'anglo-américain – véhicule pour beaucoup de jeunes des contenus modernes aussi nombreux que variés : c'est la langue des sciences, de l'informatique, de la technologie, du commerce... » (Gosse, 1997 : 158). L'afflux vers cette langue s'inscrit dans une visée utilitariste. Certains chercheurs tels que François Grin et Jean Rossiard (1999) parlent de « l'économie de la langue » et l'évalue à partir de plusieurs variables telles que la production industrielle,

le niveau technologique, le volume des échanges internationaux, etc. Mais pour le français il faut que les apprenants potentiels soient informés de ces réalités et il faut dire que la France est encore peu connue de la masse des étudiants chinois.

- Critère social :

Une langue peut être apprise parce qu'elle ouvre des possibilités de promotion ou d'ascension sociale à ceux qui la maîtrisent. On retrouve ici le lien entre langue et profession. Une langue peut aussi être choisie parce qu'elle est vue comme la langue de l'élite cultivée (voir critère culturel). La connaissance de la langue française constituait l'une des marques distinctives de l'éducation des élites du XVII<sup>e</sup> au XX<sup>e</sup> siècle (López, 2009 : 84). Apprendre le français aujourd'hui est toujours une marque de distinction pour certains publics d'apprenants. Il n'est pas certain que ce critère soit pertinent pour les étudiants chinois enquêtés.

- Critère culturel :

Traditionnellement, le français apparaît comme langue de culture, langue des élites, langue du luxe et des belles-lettres. « On considère souvent que le passé du français littéraire lui donne vocation à être une langue de culture plus qu'une simple langue de communication. On juge même parfois que, ... depuis le XIII<sup>e</sup> siècle en passant, surtout, par l'époque classique, le statut social des usagers du français écrit, et de sa forme parlée élégante, qui était en vogue dans les cours et les milieux aristocratiques, dessine la physionomie d'une langue « élitiste » » (Hagège, 2006 : 173).

L'attrait culturel de la France joue un rôle important dans la motivation des étudiants chinois. Une enquête a été réalisée auprès des étudiants du Pékin Broadcasting Institute en 1999. Elle se compose de deux thèmes : le degré de compréhension des cultures de cinq pays (le Japon, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et les Etats-Unis) et le degré d'appréciation. Les résultats sont les suivants :

- degré de compréhension (dans l'ordre décroissant) : les Etats-Unis, le Japon, le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne.

- degré d'appréciation (dans l'ordre décroissant) : la France, l'Allemagne, les Etats-Unis, le Royaume-Uni et le Japon.

Cette enquête montre que la France bénéficie d'une image très positive grâce à son rayonnement culturel même si les Chinois pensent que la culture française est difficile à comprendre (Wang, 2002 : 34). C'est peut-être ce côté mystérieux qui renforce le charme de la culture française et qui fait rêver les étudiants chinois.

- Critère épistémique :

« Une langue est également un objet de savoir, dont la maîtrise comporte en elle-même une certaine valeur éducative. Cette valeur est appréciée en fonction des exigences cognitives que l'on attache à son apprentissage. D'où une tendance bien ancrée à mesurer ces exigences à l'aune des difficultés rencontrées par l'apprenant... » (Dabène, 1997 : 21). Le degré de difficulté d'une langue est souvent estimé selon plusieurs normes : le plus ou moins grand écart linguistique entre les langues (les langues romanes seront jugées relativement faciles par un Français en raison de la possibilité d'intercompréhension), le fait que l'alphabet soit différent de celui de la langue source ou non (le russe, l'arabe, le chinois ou le japonais sont perçus par un Français comme langues difficiles parce que leurs graphies sont difficilement décodables), ou l'existence ou non d'une flexion (c'est le cas pour l'allemand). La notion de difficulté d'une langue est donc relative, comme l'écrit Charles Durand : « Les difficultés qu'une langue étrangère présente sont hautement relatives et dépendent essentiellement de la structure de la langue maternelle de l'étudiant » (1997 : 167). Les langues jugées difficiles peuvent avoir un attrait pour certains individus qui choisissent de les apprendre pour se confronter intellectuellement à des réalités linguistiques inconnues. Mais difficulté veut dire effort d'apprentissage et cela peut démotiver les individus.

La distance entre le chinois et le français peut sembler important pour un apprenant chinois : écarts dans la prononciation, dans l'écriture, dans la grammaire. La complexité du système des articles du français (inexistants en chinois) est par exemple une source de difficultés pour les apprenants chinois. En langue chinoise, « un nom indique une

classe d'objets ; quand il indique un ou plusieurs objets déterminés, il doit être précédé d'un spécificatif qui montre que l'on parle d'unités précises non de cet objet en général... » (Pimpaneau, 2004 : 222). Par exemple, on dit 'ce livre-ci', 'livre' et non 'le livre' ou 'les livres' en général. Les Chinois omettent systématiquement l'article dans la composition de leurs phrases en français. Ainsi un Chinois dira :

\* Il demande à elle adresse école française.

\* je veux français dictionnaire.

\* On a volé montre de touriste dans chambre hôte (De Salins, 1996 : 46).

- Critère affectif :

Il existe aussi des attitudes favorables ou défavorables par rapport à certaines langues, qui relèvent des aléas de l'histoire, des relations harmonieuses ou conflictuelles entre les pays où on les parle, de l'histoire personnelle des sujets. Ainsi le parcours mouvementé de la flamme des JO à Paris en 2008 a provoqué chez certains Chinois un rejet envers la France, la culture et la langue françaises.

Nous classerons dans cette catégorie une image relative à la beauté de la langue. Un individu peut être attiré par le « charme xéno-esthétique » d'une langue étrangère (Weinrich, 1986). C'est par exemple le timbre, la musique de la langue, les sonorités qui sont jugés agréable/désagréable à entendre. Le français est souvent perçu comme une belle langue. Certains spécialistes donnent des critères objectifs : c'est l'accentuation régulière sur la dernière syllabe du groupe de mots ou l'absence/présence de traits démarcatifs dans la chaîne parlée : « Les langues à liaison, dans lesquelles les mots semblent se fondre les uns dans les autres en un flot continu (c'est le cas en français) paraissent plus musicales pour une oreille étrangère » (M. Yaguello, 1988 : 140). Mais les jugements sur la beauté d'une langue sont de nature très subjective. Nous reprendrons le critère affectif sous l'angle plus général des attitudes linguistiques un peu plus loin.

## **Conclusion**

Les raisons pour lesquelles les individus choisissent d'apprendre telle langue plutôt qu'une autre sont diverses. Un seul critère est souvent insuffisant pour justifier le choix linguistique d'un individu. Mais le contexte de la mondialisation tend à mettre au premier rang le critère économique et le critère d'utilité (pour la profession, pour la réussite d'études...) au détriment des autres critères. La valeur d'une langue sur le marché de l'emploi devient alors un facteur déterminant pour son apprentissage.

Face à la mondialisation qui favorise le pragmatisme et l'utilitarisme, les valeurs culturelles ont peu de poids, et comme l'écrit B. Maurer à propos du français : « c'est plutôt le revers de la médaille qui s'offre aujourd'hui. Langue des arts et des lettres ? Inadaptée aux usages commerciaux... Langue des grands écrivains ? Langue difficile, aux pièges innombrables, quand d'autres sont réputées si simples... Langue des élites ? Langue de la différenciation sociale, rejetée comme telle » (2008 : 139). Il faut donc donner d'autres images au français et les mettre en avant pour le valoriser. On peut penser que la problématique de l'offre et de la demande est très dépendante du critère économique. L'image du français langue utile est alors porteuse. Les politiques de diffusion du français en Chine vont dans ce sens avec les coopérations universitaires (français pour des études d'excellence) et le français sur objectifs spécifiques (utilité pour la profession). L'image culturelle du français peut cependant attirer des apprenants en tant que LE2. C'est l'un des points que nous chercherons à vérifier dans notre enquête (3<sup>ème</sup> partie).

### **3. Attitudes linguistiques**

Dans le modèle explicatif qui nous sert de guide, la motivation des individus agit sur le choix des langues. La notion d'attitude linguistique peut expliquer les comportements.

#### **3.1 Les origines du concept en psychologie sociale**

L'attitude est un des premiers concepts de la psychologie sociale à avoir vu le jour. C'est une notion nécessaire dans l'explication du comportement social pour les psychologues et les sociologues : « Son usage peut être commun au psychologue, qui s'attache aux attitudes individuelles en termes de personnalité, et au sociologue, qu'intéressent les attitudes collectives en termes de groupements ou de mouvement sociaux. Surtout, il est une notion clé du psychologue social qui s'efforce de tenir les deux bouts de la chaîne causale dans son interprétation des processus et des rapports humains » (Maisonneuve, 2009 : 65).

Si l'étude des attitudes s'est beaucoup développée dans le courant des années 60, la prise de conscience de l'importance des états mentaux remonte au début du XX<sup>e</sup> siècle. Les travaux de deux sociologues Thomas et Znaniecki dans les années 20 ont amorcé un changement radical des recherches en psychologie sociale. Ils abordent la notion d'attitude en étudiant la façon dont les paysans polonais s'intégraient aux Etats-Unis en s'appuyant, dans le cadre de l'immigration, sur les récits de vie : « il est clair que lorsqu'il s'agit de déterminer des données sociales simples – des attitudes et des valeurs – les récits de vie personnels nous offrent l'approche la plus exacte qui soit » (Thomas et Znaniecki, 1998 : 47). Leurs travaux montrent que pour rendre compte des comportements d'une population comme celle-ci, il est nécessaire de savoir comment ces personnes définissent les situations auxquelles elles peuvent être confrontées. Cette définition dépend des attitudes que ces individus ont à l'égard des objets qui constituent leur environnement. Selon les deux sociologues, les attitudes sont des dispositions mentales qui expliquent le comportement. Depuis, le mot *attitude* n'a cessé d'apparaître

dans la littérature sociologique et psychosociologique et il est devenu un concept-clé dans la psychologie sociale.

### **3.2 Les définitions du concept**

L'attitude est d'abord définie par Thomas et Znaniecki comme « un état d'esprit qui détermine un individu à formuler une opinion, à agir d'une certaine façon à l'égard d'un objet social, cet objet social pouvant recouvrir des aspects différents » (1998 : 17). Dans cette définition, les auteurs ont mis l'accent sur deux aspects: une attitude est toujours orientée vers un objet social, elle agit sur les opinions et les comportements.

Dans les années 30, Allport propose une définition qui s'est imposée: «it is a mental and neural state of readiness to respond, organized through experience exerting a directive and/or dynamic influence on behavior <sup>10</sup>» (1935: 799). Le rôle de l'expérience dans la formation des attitudes est mis en valeur. Dans le champ de la recherche française en sciences sociales, S. Moscovici est l'un de ceux qui a contribué à définir et à diffuser le concept d'attitude. Selon Moscovici, l'attitude est « un schéma dynamique de l'activité psychique, schéma cohérent et sélectif, relativement autonome, résultant de l'interprétation et de la transformation des modèles sociaux et de l'expérience de l'individu. Au cours de l'élaboration d'un comportement, l'attitude exerce, avec une intensité affective variable, une action régulatrice sur l'orientation de l'organisme » (1961 : 269). Les attitudes sont socialement élaborées, sont un système d'interprétation du monde réel qui orientent les comportements des individus.

Selon Fishbein et Ajzen (cités par Bogaards, 1991), les attitudes à l'égard d'un objet concernent trois niveaux : le niveau des croyances (composante cognitive), celui d'attitudes (composante affective) et celui des intentions d'action (composante conative). La composante cognitive fait référence aux connaissances que l'individu a concernant cet objet ainsi qu'à la crédibilité que l'individu accorde à ces informations. Il

---

<sup>10</sup> L'attitude est un état mental et nerveux, de préparation à l'action, organisé par l'expérience, exerçant une influence directive ou dynamique sur les comportements (notre traduction).

faut noter que les croyances peuvent être objectives ou subjectives. Elles sont influencées par des facteurs comme le sexe, la profession, l'éducation et les convictions religieuses d'un individu aussi bien que par des éléments relevant de son caractère, de sa personnalité et de sa position à l'égard d'autres personnes. La composante affective concerne les émotions positives ou négatives que l'individu a à l'égard de l'objet, la prédisposition à évaluer cet objet comme étant bon ou mauvais, intéressant ou inintéressant, etc. La composante conative est relative aux comportements passés et présents de l'individu et à ses intentions comportementales. Elle est donc la source de comportements d'approche vis-à-vis des objets positifs, favorables, valorisants ; mais aussi source de comportements d'éloignement vis-à-vis des objets négatifs, défavorables, dévalorisants (Bogaards, 1991 : 48-49).

### **3.3 Le concept d'attitude en sociolinguistique**

L'étude des attitudes ne se limite pas au champ de la psychologie sociale. Les attitudes, souvent associées à la notion de représentation, ont trouvé une place importante en sociolinguistique : il est question d'attitudes linguistiques, de représentations linguistiques. La didactique des langues s'est aussi intéressée au thème des attitudes linguistiques : les croyances que les individus ont sur les langues étrangères en général et sur une langue en particulier, influencent positivement ou négativement leur intention de l'apprendre.

Les premiers linguistes qui ont fait appel au concept d'attitude sont Lambert et Gardner, dont les travaux ont commencé au début des années 60 dans le contexte du bilinguisme canadien. Ils ont étudié les attitudes linguistiques contrastées résultant de la concurrence entre le français et l'anglais. Leur question de départ était : pourquoi certaines personnes peuvent apprendre une langue étrangère efficacement et la maîtriser rapidement alors que d'autres, ayant les mêmes conditions d'apprentissage, ne peuvent pas réussir ? Leurs recherches les ont conduits à une théorie socio-psychologique. « The learner's ethnocentric tendencies and his attitudes toward the members of other group are believed to determine how successful he will be, relatively, in learning the new



language. His motivation to learn is thought to be determined by his attitudes toward the other group in particular and toward foreign people in general and by his orientation toward the learning task itself <sup>11</sup>» (Gardner et Lambert, 1972: 3).

Les considérations théoriques de Gardner et Lambert nous intéressent aussi par la définition de la motivation instrumentale. Selon eux, la motivation instrumentale est «characterized by a desire to gain social recognition or economic advantages through knowledge of a foreign language<sup>12</sup>» (1972: 14). La motivation instrumentale est donc essentiellement de caractère utilitaire: un individu qui est motivé instrumentalement pour apprendre une langue le fait principalement pour des raisons pratiques (meilleur emploi, promotion professionnelle, conditions d'accès aux études...). Selon Lasagabaster, dans les pays où les conditions économiques ne sont pas satisfaisantes, l'orientation instrumentale peut arriver à exercer une influence très importante (2006 : 402).

Une fois que le concept d'attitude est introduit dans le domaine sociolinguistique, il est utilisé soit dans un sens large soit dans une acception plus restreinte. Beaucoup d'auteurs soulignent le flou qui entoure la notion, souvent confondue avec *représentation* : « Dans son acception la plus large, le terme d'*attitude* linguistique est employé parallèlement, et sans véritable nuance de sens, à *représentation, norme subjective, évaluation subjective, jugement, opinion*, pour désigner tout phénomène à caractère épilinguistique qui a trait au rapport à la langue » (Lafontaine, 1997 : 57).

Dans un sens plus restreint, le terme est utilisé pour désigner des sentiments et des appréciations sur les langues, les variétés linguistiques, les langues des autres ou leurs

---

<sup>11</sup> On pense que les tendances ethnocentriques de l'apprenant et ses attitudes envers les membres d'autre groupe déterminent à quel point il peut réussir, relativement, dans l'apprentissage de la nouvelle langue. Sa motivation pour apprendre est déterminée par ses attitudes envers l'autre groupe en particulier et envers les étrangers en général et par son orientation vers la tâche d'apprentissage elle-même (notre traduction).

<sup>12</sup> caractérisée par un désir de gagner la reconnaissance sociale ou des avantages économiques par le biais de la connaissance d'une langue étrangère (notre traduction).

propres langues. « L'expression de sentiments positifs ou négatifs concernant une langue peut être le reflet d'impressions sur la difficulté ou la simplicité linguistique, la facilité ou difficulté de l'apprentissage, le degré d'importance, l'élégance, le statut social, etc. Les attitudes à l'égard d'une langue peuvent aussi refléter ce que les gens pensent des locuteurs de cette langue » (Lasagabaster, 2006 : 394). Les attitudes peuvent donc concerner une langue en elle-même, l'intérêt ou la valeur de son apprentissage, ou concerner ceux qui parlent cette langue. Nous avons tenu compte de la notion d'attitude dans notre étude, notamment dans l'enquête que nous avons faite.

Résultant d'une interaction entre organisme et milieu, l'attitude « apparaît comme un élément relativement stable de la personnalité de chacun, mais un élément acquis et susceptible d'être affecté par des variations en fonction des sollicitations de l'entourage » (Thomas et Alaphilippe, 1993 : 45-46). Il en va de même pour les attitudes linguistiques. Les individus ne naissent pas avec des attitudes positives ou négatives envers les langues. Selon la théorie du « groupe de référence », les attitudes individuelles, appréhendées comme produit d'une interaction sociale, sont formées selon celle d'un groupe de référence particulier. Cela peut être un groupe auquel un individu appartient ou un groupe dont il reprend les systèmes de normes ou de représentations, dans une forme d'adhésion aux normes de ce groupe. Les groupes de référence (les parents, les éducateurs, ceux auxquels on s'identifie...) jouent un rôle important dans la formation des attitudes linguistiques.

De nombreuses recherches ont montré l'influence des parents : en tant que médiateurs principaux entre le milieu culturel et l'élève, ils ont une influence fondamentale sur les orientations de l'apprentissage de leurs enfants, et dans la formation des attitudes à l'égard de l'apprentissage linguistique (Lasagabaster, 2006 : 395). L'entourage d'un individu, le milieu éducatif jouent également un rôle. Pour un jeune adulte, l'influence des médias, des autres jeunes adultes qui l'entourent est sans doute plus importante que celle de leurs parents. Notre public d'enquête étant composé d'étudiants, on peut penser que le rôle des parents est secondaire par rapport à ce qui est dit dans la société, dans les

médias, sur la langue française, la culture française et la France.

Les attitudes linguistiques sont formées au départ dans les milieux familial et scolaire et elles peuvent être stables et résistantes. Il existe des moyens divers pour modifier les attitudes acquises. Selon R. Thomas et D. Alaphilippe, il y a en principe quatre façons pour changer les attitudes : la pression du pouvoir et de l'autorité, le conformisme qui consiste à suivre l'avis d'une majorité, la persuasion et le changement collectif de systèmes de normes (1993 : 65). Des événements spéciaux et des expériences personnelles peuvent également affecter les attitudes et les faire évoluer. Citons les attentats par exemple en 2001 aux Etats-Unis et en 2005 à Londres qui ont provoqué des changements d'attitude par rapport à la langue arabe dans divers groupes de population dans le monde.

En didactique des langues, c'est principalement la notion d'image des langues (plus ou moins synonyme de représentation des langues) qui a été développée. L. Dabène en particulier accorde beaucoup d'intérêt au sujet. Elle pense que des facteurs subjectifs interviennent dans l'apprentissage des langues et qu'il faut s'intéresser à l'image que les langues ont dans la société, « à la façon dont elles sont perçues, représentées ou valorisées dans l'esprit des apprenants potentiels, des enseignants mais aussi des décideurs. Cette image, fruit du discours ambiant, est plus ou moins intériorisée par les individus et détermine, qu'on le veuille ou non leur comportement » (1997 : 19). C'est pour L. Dabène un phénomène déterminant. L'image d'une langue est construite par les contacts que l'individu a avec cette langue (il l'entend à la radio, la télévision...) et par les discours qui sont tenus à propos de cette langue dans la société où il vit (discours ambiants).

L'étude des attitudes linguistiques permet de mettre au jour les raisons pour lesquelles les individus ou les groupes adoptent ou même apprennent telle variété linguistique ou telle langue. Elle fait comprendre pourquoi les individus peuvent être attirés ou pas par telle ou telle langue, désirent ou non entreprendre son apprentissage. En ce qui concerne

notre recherche, le français n'est pas une langue très diffusée en Chine où elle est enseignée surtout au niveau universitaire. Nous pensons que les attitudes des jeunes étudiants chinois à l'égard du français peuvent apparaître pour expliquer le fait qu'ils aient entrepris son apprentissage.

## **Conclusion**

Dans la partie théorique nous avons défini les notions utiles à notre travail : attractivité, politiques linguistiques, attitudes linguistiques... ; nous avons aussi présenté des modèles explicatifs : le modèle gravitationnel de Calvet, le modèle de la relation offre-demande dans l'apprentissage des langues. La mondialisation est le contexte dans lequel se situent les problématiques de notre thèse : problématique de l'attractivité des territoires, problématique des langues. La mondialisation est un axe de lecture indispensable pour étudier la situation de la Chine actuelle, pour comprendre les orientations méthodologiques de l'enseignement des langues dans ses relations avec l'économie (ex : français sur objectifs spécifiques) et pour interpréter les influences qui guident le choix des langues par les individus (motivation instrumentale).

Notions et modèles vont servir de supports à l'étude concrète qui occupe la 3ème partie : d'abord l'analyse comparée de Shanghai et de l'Anhui (attractivité des territoires), ensuite l'enquête menée auprès d'étudiants de Shanghai et de l'Anhui dans le but de vérifier si l'attractivité d'un lieu agit sur l'offre et la demande des langues, en l'occurrence le français.

## Troisième partie

La 3<sup>ème</sup> partie de la thèse comprend deux volets. Le premier est consacré à la comparaison des deux sites choisis ; le deuxième, plus développé, présente l'enquête que nous avons effectuée et le traitement des données recueillies.

## **A : ATTRACTIVITÉ COMPARÉE DE SHANGHAI ET DE L'ANHUI**

Revenons à nos hypothèses. L'attractivité d'un lieu est fonction de son développement connecté à l'espace mondialisé. L'attractivité d'un lieu a des effets sur les langues en favorisant l'offre et en suscitant la demande. Pour valider ces hypothèses, nous allons procéder à l'analyse comparée de l'attractivité de la ville de Shanghai et de la province de l'Anhui (Hefei) en nous situant dans le contexte global de la Chine. C'est dans ce cadre que nous allons examiner les capacités d'attraction actuelles de ces deux territoires en prenant pour guide les facteurs exposés dans le cadre théorique (voir Attractivité des territoires).

Nous regrouperons les facteurs d'attractivité énumérés dans la 2<sup>ème</sup> partie pour qu'ils soient mieux en relation avec le modèle de l'offre et de la demande en langues. Nous les présenterons en deux groupes :

- les facteurs qui renforcent la fonction utilitaire des langues (pour le travail et les études). Cela a des conséquences sur l'offre et sur les besoins. Du côté des individus (comme les étudiants de notre enquête) cela se traduit par une motivation instrumentale. Ces facteurs sont les aspects démographiques et économiques, les ressources humaines, la recherche et l'innovation ;
- les facteurs qui mettent les Chinois en contact avec les langues étrangères (plus particulièrement le français) : la présence de Français résidant sur le territoire (aspect démographique), le tourisme international peuvent créer une curiosité pour les autres cultures. Nous ajouterons le territoire comme environnement culturel qui attire le tourisme et qui peut aussi sensibiliser les résidents chinois à la culture

en général. Ces facteurs soutiennent une motivation culturelle dans l'apprentissage des langues et des attitudes ouvertes sur la culture des autres.

## 1. Premier groupe de facteurs d'attractivité

### 1.1 Aspect démographique

D'après le tableau 7, on voit que la densité démographique de la Chine est à peu près au même niveau que celle de la France. Cela ne veut pas dire que la situation de la population dans ces deux pays est similaire. En fait, la population chinoise n'est pas répartie de façon équilibrée sur l'ensemble du pays. Cette densité moyenne de 135 habitants au km<sup>2</sup> balance entre deux extrêmes : 1,8h/km<sup>2</sup> au Tibet et 2.747 h/km<sup>2</sup> à Shanghai. Les principales zones de peuplement en Chine se situent à l'est et la densité moyenne de cet espace est de 360 habitants au km<sup>2</sup>.

Région	Population totale	Superficie km <sup>2</sup>	Densité démographique (h/km <sup>2</sup> )
Anhui	64 610 000	139 400	463
Shanghai	17 420 000	6 340	2 747
Chine	1 299 880 000	9 600 000	135

Tableau 7: Situation démographique de Shanghai, de l'Anhui et de Chine en 2004

Source : China Statistical Yearbook 2005 et Anhui Statistical Yearbook 2005

Vingt fois la moyenne nationale et six fois la densité de l'Anhui, la densité de la ville de Shanghai est au premier rang de toutes les régions chinoises. Cette importance est un premier signe de l'attractivité de la ville.

<b>Année</b>	<b>1953</b>	<b>1964</b>	<b>1982</b>	<b>1990</b>	<b>2000</b>	<b>2004</b>
<b>Anhui</b>	30 663 300	31 241 200	49 666 000	56 181 000	58 999 900	64 610 000

Tableau 8 : Évolution de la population dans la province de l'Anhui

Source : Anhui Statistical Yearbook 2005

<b>Année</b>	<b>1949</b>	<b>1959</b>	<b>1968</b>	<b>1977</b>	<b>1990</b>	<b>2005</b>
<b>Shanghai</b>	5 200 000	10 283 900	11 089 900	10 864 900	12 833 900	17 780 000

Tableau 9 : Évolution de la population à Shanghai

Source : Shanghai Statistical Yearbook 2006

Selon les deux tableaux 8 et 9, la population de l'Anhui augmente progressivement au fil des années. Elle a doublé en cinquante ans. Entre 2000 et 2004, son taux d'évolution atteint 9%. La situation démographique de Shanghai est plus compliquée. Pendant les dix ans qui ont suivi la fondation de la République (entre 1949 et 1959), la population a doublé avec un taux de croissance annuelle de 74%. Cette augmentation démographique est due à deux raisons : le taux de natalité important et l'élargissement du territoire de Shanghai en 1958. En 1949, la superficie de Shanghai était de 636 km<sup>2</sup>. En 1958, les dix districts (*xian*) de la Province du Jiangsu ont été attribués à Shanghai et la superficie de cette ville est passée à 5.910 km<sup>2</sup>. Entre 1960 et 1968, l'accroissement s'est affaibli avec un taux de croissance annuelle de 8,4% en raison de la mise en pratique du planning familial. Dans les années 70 (entre 1969 et 1977), la population de Shanghai a diminué de 2,3% chaque année. Cette période a été marquée par la révolution culturelle où beaucoup de jeunes Shanghaïens ont été envoyés à la campagne. Entre 1978 et 1990, la population a augmenté à nouveau de 12,9% chaque année puisqu'après la révolution culturelle, la plupart des Shanghaïens sont rentrés dans leur ville. Depuis 1991, elle continue à augmenter avec un taux de croissance important.



<b>Région</b>	<b>Population totale</b>	<b>Population Urbaine (%)</b>	<b>Taux de naissance</b>	<b>Taux de mortalité</b>	<b>Solde naturel</b>
<b>Anhui</b>	64 610 000	33,5	11,62	5,50	6,12
<b>Shanghai</b>	17 420 000	100	6,00	6,00	0,00

Tableau 10 : Situation démographique dans l'Anhui et à Shanghai en 2004

Source : China Statistical Yearbook 2005

Si nous nous référons au tableau 10, nous constatons que la croissance de la population de l'Anhui est due aux soldes naturels. Autrement dit, ce ne sont pas les migrants qui constituent la croissance démographique de cette région mais les naissances. Par contre, la situation de Shanghai est très différente. Compte tenu de la population migrante, particulièrement nombreuse à Shanghai, le nombre d'habitants atteint 17,4 millions en 2004, ce qui en fait la seconde agglomération chinoise, derrière Chongqing qui approcherait les 30 millions. La croissance de la population de Shanghai est davantage due aux soldes migratoires qui compensent une faiblesse des soldes naturels. En 2004, parmi les 17.420.000 d'habitants à Shanghai, 4.500.000 sont des migrants, soit 25,8% de la population totale. Les migrations internes vers Shanghai signifient l'attraction de la ville qui attire de nombreux Chinois de l'intérieur (Source : China Statistical Yearbook, 2005).

L'arrivée massive de populations migrantes à Shanghai est un effet de l'accélération du développement économique de cette mégapole. Son marché du travail, de plus en plus segmenté et différencié, attire aussi bien les Chinois compétents que les peu qualifiés. L'exode rural et les flux de "la matière grise" vers cette capitale économique de la Chine témoignent de sa force d'attraction. On voit que l'augmentation de la population est une conséquence du développement économique. En même temps, il ne faut pas oublier que l'urbanisation de Shanghai a pour conséquence négative la disparition du patrimoine urbain historique de la ville : le vieux Shanghai est

progressivement détruit par la construction de nouveaux buildings et de tours.

## **1.2 Développement économique**

### **1.2.1 Dans les grandes zones économiques**

Les investissements directs étrangers (IDE) en Chine ont progressé de 13% en un an au cours des deux premiers mois de l'année 2007, totalisant 9,7 milliards de dollars. C'est ce qu'a annoncé le ministère du Commerce chinois en mars 2007. Shanghai, une des principales plates-formes mondiales pour le commerce grâce à sa position exceptionnelle à l'embouchure du fleuve Yangzi, est devenue la destination préférée des IDE.

Examinons d'abord la position de Shanghai par rapport aux investissements directs étrangers dans l'ensemble national et régional à l'aide de données statistiques. Afin de positionner Shanghai dans l'ensemble national, nous prendrons les quatre municipalités urbaines qui ont le même statut que les provinces en Chine : Shanghai, Pékin, Tianjin, et Chongqing.

Selon le tableau 11, parmi les quatre municipalités retenues, Shanghai se place au premier rang en 2003, suivi par Pékin, Tianjin et Chongqing, qui ont pourtant une superficie beaucoup plus importante que Shanghai. Le montant des IDE à Shanghai est le double de celui de Pékin pour 2002 et 2003. Par rapport à ce facteur, Pékin, la capitale de la Chine, dispose d'une attractivité moins importante que la municipalité de Shanghai. Ceci est aussi confirmé par l'enquête sur Internet menée par le journal 'Economie Chinoise', le Centre de recherches sur l'entreprise internationale de l'Université de Nankin, et le site web des investissements étrangers de Chine en avril 2004. Selon cette enquête, Shanghai a plus d'attrait que Pékin par rapport à l'environnement industriel, économique, social et aux services aux entreprises fournis par le gouvernement municipal. Par conséquent, elle attire plus d'investissements étrangers que Pékin (Zhao, 2005 : 244-245).

	<b>Superficie (km<sup>2</sup>)</b>	<b>2002 (Dollars)</b>	<b>2003 (Dollars)</b>
<b>Shanghai</b>	6 200	4 272 290 000	5 468 490 000
<b>Pékin</b>	16 800	1 724 640 000	2 191 260 000
<b>Tianjin</b>	11 300	1 581 950 000	1 534 730 000
<b>Chongqing</b>	82 300	195 760 000	260 830 000

Tableau 11: Investissements directs étrangers de Shanghai, Pékin, Tianjin et Chongqing

Source: China Statistical Yearbook 2005, Tableau 18-16

Voyons à présent la place de Shanghai par rapport au delta de Yangzijiàng. C'est la plus grande région économique de la Chine qui comprend la ville de Shanghai, ainsi que les provinces de l'Anhui, du Jiangsu et du Zhejiang. Ce delta est l'un des moteurs économiques à l'origine de l'émergence de la Chine en tant que puissance économique mondiale.

	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
<b>Jiangsu</b>	10,2	10,6	12,1
<b>Zhejiang</b>	3,1	5,5	6,7
<b>Shanghai</b>	4,3	5,4	6,5
<b>Anhui</b>	0,4	0,4	0,6

Tableau 12 : Investissements directs étrangers du delta de Yangzijiàng (milliard de dollars)

Source: Bureau des statistiques

Tout d'abord, les investissements directs étrangers dans les quatre régions du delta ont augmenté entre 2002 et 2004 (tableau 12). Plus récemment, la région qui attire le plus d'investissements est la province de Jiangsu, suivi de loin par la province du Zhejiang, la municipalité de Shanghai et la province de l'Anhui. Les investissements étrangers de la province du Jiangsu sont presque le double de ceux de Shanghai. Mais en même

temps, il nous faut prendre en compte que la superficie de Jiangsu est 16 fois plus importante que celle de Shanghai et que sa population est plus de quatre fois supérieure à celle de Shanghai. Une autre province, le Zhejiang, tend à concurrencer Shanghai qu'elle dépasse en 2003. Dans cette concurrence, la province de l'Anhui est loin derrière, avec une croissance très faible.

### **1.2.2 A Shanghai**

On l'a vu, Shanghai a un taux de croissance très rapide (indicateur : montant des IDE). Un des aspects à préciser est de savoir qui investit à Shanghai, en particulier quelle est la position de la France. Des entreprises françaises installées dans la ville renforcent la visibilité de la France et augmente la demande d'apprentissage du français pour des raisons professionnelles. Les principales régions qui investissent à Shanghai sont Hongkong (29% des IDE réalisés), le Japon (14% des IDE réalisés) et les Etats-Unis (12% des IDE réalisés). Parmi les pays européens, l'Allemagne reste au 1<sup>er</sup> rang, suivie par l'Angleterre (2<sup>ème</sup> rang) et la France (3<sup>ème</sup> rang).

Pour la France, Shanghai est la première destination des investissements en Chine. Elle est la principale région d'implantation des entreprises françaises. Le nombre d'entreprises présentes dans la circonscription de Shanghai a décuplé en 10 ans (360 contre une trentaine en 1990). En 2005, sur près de 1 400 établissements français en Chine, Shanghai en regroupe 470, soit 35%. Un grand nombre de sociétés françaises y ont établi leur siège chinois. C'est le cas en particulier dans le secteur industriel avec notamment : AIR LIQUIDE, ALCATEL, DANONE, ERAMET, ESSILOR, LAFARGE, L'OREAL, RHODIA et SAINTGOBAIN. Les sociétés opérant dans le secteur de la distribution et des services sont également bien représentées avec AUCHAN, CARREFOUR, DECATHLON, SODEXHO. CARREFOUR a réussi son introduction et son installation en Chine. Avec une trentaine de magasins et près de 30.000 employés, l'enseigne est devenue leader sur le marché chinois. A Shanghai, il y a au total six magasins Carrefour. Enfin, dans le secteur financier, BNP-PARIBAS, CALYON et NATEXIS-BANQUES POPULAIRES y ont également établi leur centre opérationnel.

Le secteur du luxe, auquel l'image de marque française est fortement associée, est très bien représenté à Shanghai, capitale de la mode chinoise. Les grandes marques (DIOR, CHANEL, LOUIS VUITTON, LACOSTE, HERMES...) y ont ouvert des points de ventes dans les lieux commerçants les plus prestigieux et y rencontrent une clientèle en forte croissance. Les PME françaises se concentrent soit dans la sous-traitance pour des grands groupes soit dans des niches technologiques et connaissent souvent de francs succès : UBISOFT (jeux vidéos), ETHYPHARM (Pharmacie), CYBERNETIX (qui va regrouper ses activités sur Shanghai), MAPED et PEBEO (articles de bureau) et BACOU-DALLOZ (protection individuelle)... De plus en plus nombreuses sont celles qui veulent tenter leur chance dans le secteur tertiaire, priorité de la Municipalité de Shanghai, dans celui des biens de consommation (à l'image de MONTAGUT dans le prêt-à-porter) ou des métiers de bouche (restauration, boulangerie...) (Source : mission économique du Consulat Général de France à Shanghai en 2006).

L'implantation des entreprises françaises à Shanghai fait naître le besoin d'apprendre la langue française chez les Chinois qui ont envie d'y trouver un poste. Les entreprises délocalisées à Shanghai ont besoin d'engager des personnes locales pour des raisons financières et pragmatiques : recruter du personnel local coûte beaucoup moins cher que de recruter des expatriés ; confier aux Chinois les postes dans la vente et le marketing est pratique puisqu'ils ont une meilleure connaissance du marché et sont sans doute plus à même de s'adapter aux souhaits et aux besoins des consommateurs locaux. D'autre part, beaucoup de Chinois aspirent à travailler dans une entreprise étrangère (salaires plus élevés). Au niveau de la carrière, l'expérience professionnelle dans une entreprise étrangère leur permet d'avoir plus de poids sur le marché du travail. Nous ne développerons pas cet aspect déjà évoqué précédemment.

### 1.2.3 Dans l'Anhui

Nous avons vu (tableau 12) que les investissements étrangers dans l'Anhui étaient très faibles comparativement à Shanghai et que la progression était lente. Les principaux investissements directs étrangers viennent de Hongkong (46% des IDE réalisés), Taiwan (5,55% des IDE réalisés) et d'Angleterre (5,53% des IDE réalisés), c'est-à-dire des pays où l'anglais est langue de communication professionnelle. Parmi les pays européens, la France investit plus dans cette région que l'Allemagne.

Située à l'intérieur de la Chine, la province de l'Anhui est encore mal reliée au dynamisme côtier, ce qui l'empêche d'être un lieu intéressant pour les grosses entreprises étrangères. Ces dernières visent souvent les grandes métropoles littorales (Shanghai, Pékin et Tianjin) et les provinces qui se lancent le plus fortement dans les réformes économiques et l'ouverture (Canton, Jiangsu et Zhejiang). Par conséquent, la présence des entreprises étrangères, dont les entreprises françaises, y est très limitée. BOUYGUES, CARREFOUR et ACCOR figurent parmi les pionnières. Jusqu'à ce jour, il n'y a que 6 entreprises françaises implantées à Hefei, chef-lieu de la province.

Puisque le nombre d'entreprises françaises est peu important, le besoin d'apprendre le français afin d'y travailler est ainsi limité. De plus, les entreprises installées dans cette province sont souvent dans le secteur d'hôtellerie (ACCOR) et le secteur de la distribution (CARREFOUR). La plupart des employés chinois qu'elles recrutent travaillent ainsi comme caissières ou serveurs. Face aux clients chinois, ils n'ont pas besoin d'apprendre le français.

L'examen des facteurs démographiques et économiques amène à constater que le 2<sup>e</sup> critère est plus important que le 1<sup>er</sup>. En effet, l'Anhui compte 64 millions d'habitants (4,97% de la population nationale), alors que Shanghai en compte 17 millions (1,34%), ce qui montre que le territoire le plus peuplé n'est pas ici le plus développé économiquement. Mais la comparaison a ses limites car nous avons deux entités

différentes, une ville et une région. De ce point de vue, être une mégapole est un signe fort d'attractivité. Tout ce qui précède montre l'extraordinaire dynamisme de Shanghai par rapport à l'Anhui qui se place loin derrière. On peut prévoir que les stimulations à l'apprentissage des langues, du français en particulier, seront plus grandes à Shanghai. Les facteurs d'attractivité suivants devraient confirmer les différences entre Shanghai et l'Anhui.

### **1.3 Les ressources humaines**

Les ressources humaines entendues comme la qualité et la diversité des formations proposées est en liaison avec le dynamisme du développement d'un territoire car les besoins en professionnels qualifiés sont importants. A Shanghai, les offres de formations sont très diversifiées (Zhao, 2005 : 238). Selon les statistiques de 2005, il y a au total 60 établissements d'enseignement supérieur qui recouvrent toutes les disciplines. Ces établissements ont délivré plus de 103.000 diplômes en juillet 2005. Dans la province de l'Anhui, il y a 82 établissements d'enseignement supérieur répartis dans les 17 villes de cette province. Chaque année environ 88.400 étudiants sont diplômés.

Formant plus de diplômés que la province de l'Anhui, Shanghai est beaucoup mieux placée du point de vue des ressources humaines qualifiées. C'est un élément d'attractivité pour les jeunes étudiants chinois. Les jeunes d'autres régions rêvent d'aller à Shanghai pour poursuivre une formation supérieure. Une fois qu'ils ont un diplôme universitaire, ils essaient d'y trouver du travail. C'est un moyen efficace d'y rester et d'y faire leur vie. En 2008, on comptait environ 10,2 millions de personnes de l'Anhui parties travailler à l'extérieur de la province, dont 1,25 millions à Shanghai (Source : Anhui Statistical Yearbook 2008). La migration des diplômés vers des lieux plus dynamiques prive les provinces en voie de développement de talents humains inestimables. C'est le cas de la province de l'Anhui. En effet, les éléments les plus brillants de cette province s'installent à Shanghai. Cette migration a des effets secondaires qui freinent le développement local: diminution d'une main-d'œuvre de qualité, accroissement de l'écart entre la province et les régions plus développées,

désintérêt des investisseurs étrangers.

La performance des formations peut se mesurer notamment par le taux des diplômés dans la population ou parmi les employés. Selon les données publiées par le bureau de statistiques, 10,8% des habitants de Shanghai possèdent au moins le Baccalauréat, ce qui en fait la première ville en Chine (Zhao, 2005 : 237). Dans l'Anhui, seulement 4,5% ont au moins le Baccalauréat (Anhui statistical Yearbook, 2005 : tableau 18-1). Cela veut dire aussi que le taux des personnes parlant des langues étrangères à Shanghai est supérieur à celui de l'Anhui.

La ville de Shanghai attire non seulement les jeunes talents ayant étudié en Chine mais aussi les Chinois formés à l'étranger, aux Etats-Unis et en Europe. Au cours de ces dernières années, des dizaines de milliers de ces expatriés chinois sont rentrés au pays et pour beaucoup se sont installés à Shanghai. Jusqu'à ce jour, environ 20.000 expatriés chinois s'installent et travaillent à Shanghai, ce qui représente 1/6 des expatriés qui sont revenus en Chine (Zhao, 2005 : 238).

Shanghai possède une importante attractivité par rapport aux ressources humaines non seulement parce que l'économie et la culture y sont développées, mais aussi parce qu'elle met en avant les moyens et structures les plus adaptés pour s'entourer des meilleures ressources. En Chine, le système du "Hukou", ou livret d'enregistrement de résidence existe encore. « Chacun en Chine voit sa résidence définie par celle de sa mère ; cette résidence, considérée comme intangible, est inscrite sur le hukou, sorte de carte d'identité que chacun doit avoir sur soi en tout temps. Le hukou porte à la fois le qualificatif urbain/rural et le qualificatif agriculteur/non agriculteur, ce qui définit à la fois le lieu de résidence et l'activité de la famille de la mère de chaque individu. » (Gentelle, 2000a : 90).

Ce système de registre familial, mis en place au début des années 1950 interdisait initialement à toute personne née dans une certaine ville de province, de travailler dans



une autre, à moins d'obtenir un nouvel "Hukou", avalisant le changement de résidence. En outre, seul le "Hukou" urbain permettait de vivre et de travailler en ville, d'acheter un logement en bénéficiant de subventions, d'y scolariser ses enfants et de bénéficier d'une assurance médicale ou d'indemnités en cas de licenciement. Depuis 1990, les assouplissements à la réglementation sur le "Hukou" sont réels. La Municipalité de Shanghai le pratique de façon assez souple afin d'attirer une population qualifiée. Par exemple, les jeunes ayant un Bac+2 peuvent demander un titre de séjour et profiter de la sécurité sociale ; une personne ayant un Bac+4 peut demander un Hukou en profitant des politiques préférentielles, quel que soit le lieu initial de résidence. C'est pour cela qu'aujourd'hui, une proportion importante des Shanghaiens est composée de ces diplômés, surnommés "Nouveaux Shanghaiens". Cette politique fait que Shanghai dispose même de plus de ressources humaines qualifiées que Pékin bien que la formation supérieure de la capitale chinoise soit bien meilleure que celle de Shanghai.

Ces évolutions se traduisent par la répartition des actifs à Shanghai et dans l'Anhui. Les chiffres présentés dans le tableau 13 révèlent que les entreprises étrangères et celles de Hongkong, Macao et Taiwan ont créé des emplois importants dans la ville de Shanghai. 10,4% de la population active de cette ville travaille dans un environnement où la maîtrise d'une langue étrangère est essentielle. Par contre, 0,25% seulement de la population active de l'Anhui travaille dans ces mêmes entreprises.

	<b>Population active</b>	<b>Proportion de la population active travaillant dans des entreprises étrangères</b>
<b>Anhui (fin 2004)</b>	36 052 000	0,25% (92 000)
<b>Shanghai (fin 2006)</b>	8 855 100	10,4% (924 100)

Tableau 13: Répartition de la population active dans les entreprises étrangères  
Sources: Shanghai Statistical Yearbook 2007 et Anhui Statistical Yearbook 2005

Ces différents exemples montrent de façon convaincante la grande inégalité des deux régions étudiées sur le plan des ressources humaines. Ils montrent aussi que posséder un capital en langues étrangères ayant une ‘valeur marchande’ est plus nécessaire à Shanghai que dans l’Anhui.

#### **1.4 Recherche et innovation**

La recherche et l’innovation sont indispensables au progrès technologique et scientifique. Ce sont des domaines qui créent de l’emploi et qui attirent les étudiants vers certaines formations. En 2004, Shanghai possède 1 050 structures de science et technologie avec 182 800 personnes qui travaillent dans ce domaine. La province de l’Anhui dispose de 935 structures et de 85 556 spécialistes de science et technologie. Au niveau des fonds utilisés pour les activités de science et technologie, Shanghai a dépensé trois fois plus que la province de l’Anhui (Voir tableau 14).

<b>Année 2004</b>	<b>Structures de science et technologie (ST)</b>	<b>Acteurs dans ST</b>	<b>Dépenses pour les activités de ST</b>
<b>Anhui</b>	935	85 556	1 033 millions d'euros
<b>Shanghai</b>	1 050	182 800	3 649 millions d'euros

Tableau 14: Situation en matière de science et technologie dans l'Anhui et à Shanghai  
Sources: Anhui Statistical Yearbook 2005 et Shanghai Statistical Yearbook 2005

Les activités de recherche sont essentielles. Nous prendrons comme indicateurs les dépenses consacrées à la recherche, les brevets délivrés et le volume des publications. La comparaison entre Shanghai et l'Anhui est présentée dans le tableau 15. On voit que Shanghai dépense davantage pour les activités de recherche et de développement. Les résultats sont aussi supérieurs à Shanghai en terme de brevets. La comparaison n'est pas possible pour les publications faute de chiffres pour l'Anhui.

	<b>Dépenses pour la recherche (2004)</b>	<b>Brevets délivrés (2004)</b>	<b>Publications (2006)</b>
<b>Anhui</b>	373 millions d'euros	1 607	N.R. <sup>13</sup>
<b>Shanghai</b>	1 702 millions d'euros	10 625	6 659

Tableau 15: Situation de la recherche et du développement de l'Anhui et de Shanghai en 2004  
Sources: Anhui Statistical Yearbook 2005 et Shanghai Statistical Yearbook 2005

Selon les statistiques du Comité de Science et de Technologie de Shanghai, en 2004, 90% des résultats de la recherche ont été transférés, ce qui a créé 100.000 emplois et 6

<sup>13</sup> N.R. : Non renseigné

milliards d'euros de valeur de production. Au cours de ces 5 dernières années, plus de 1.700 unités de travail tels que des instituts de recherche, des universités, et des entreprises ont participé à cette valorisation de la recherche. Les projets de recherches valorisés couvrent l'informatique (23%), la biologie (22%), les nouveaux matériaux (27%) et les hautes et nouvelles technologies (25%). La contribution de la science et de la technologie représente 40% de la croissance économique à Shanghai.

Comme nous l'avons dit, l'Anhui est une des régions chinoises les plus pauvres et l'amélioration du niveau de vie reste un problème prioritaire. L'investissement dans la recherche et l'innovation est donc moins important que celui de Shanghai, car les priorités sont différentes. Cependant, l'Anhui a des activités importantes : un laboratoire d'excellence sur le plan national, 2 laboratoires nationaux, et 30 laboratoires au niveau provincial et ministériel. Sa capitale, Hefei, est l'une des quatre plus grandes bases de l'éducation et la troisième plus importante base de recherches scientifiques. Elle dispose des centres de recherches reconnus comme l'Institut de Recherches de Sciences Matérielles et l'Institut de Recherche d'Électronique, etc.

Nous pouvons conclure que pour les étudiants, Shanghai offre des possibilités dans la formation et dans la recherche plus diversifiées, plus nombreuses, plus 'valorisantes' et plus porteuses d'emplois que l'Anhui. Sur le plan des langues, on voit bien que les indicateurs économiques, formation, recherche et innovation vont dans le sens d'une motivation utilitaire, la langue servant à la communication scientifique et professionnelle. Shanghai est mieux placé que l'Anhui pour attirer des étudiants désireux de faire des études « rentables ».

## **2. Deuxième groupe de facteurs d'attractivité**

Ce deuxième groupe de facteurs comprend

- les contacts des Chinois avec des Français occasionnés par la présence française à Shanghai et dans l'Anhui et par le tourisme international ;
- l'environnement culturel à Shanghai et dans l'Anhui

Ces facteurs peuvent influencer l'ouverture linguistique et culturelle des Chinois, en particulier les publics étudiants.

### **2.1 Contacts avec les Français**

#### **2.1.1 La présence française à Shanghai et dans l'Anhui**

Une différence notable entre les deux territoires est la présence d'étrangers. Comme nous l'avons vu dans la 1<sup>ère</sup> partie, la présence française a un long passé à Shanghai, l'Anhui n'a pas ce passé cosmopolite. Cette présence des Français appartient au passé mais cela fait partie de l'histoire de la ville. Shanghai a été une ville où plusieurs langues résonnaient ; c'est encore le cas aujourd'hui. Puisque notre recherche est limitée à la langue française et au monde francophone, nous mettrons l'accent sur les Français qui séjournent à Shanghai au-delà de trois mois. La communauté française de Shanghai est aujourd'hui proche de 8 000 personnes, soit 37% d'accroissement par rapport à 2005-2006 et vingt fois plus qu'en 1995. Cette communauté française constitue la première population étrangère européenne de Shanghai, suivie par les Allemands (6 000) et les Anglais (3 500). Elle est composée principalement de cadres expatriés dont le séjour à Shanghai ne dépasse pas trois ans. D'autres sont des franco-chinois, des stagiaires, des jeunes diplômés prospectant le marché de l'emploi, des étudiants...<sup>14</sup> (Source : Consulat Général de France à Shanghai).

La présence des Français à Shanghai joue un rôle dans la stimulation de l'E/A du français langue étrangère. Cette population crée une ambiance française aux niveaux linguistiques, culturels, économiques, scientifiques et artistiques. Nous pouvons même

---

<sup>14</sup> Parmi la présence française de Shanghai il faut citer celle liée aux entreprises.

dire qu'il y a une "société française" intégrée dans la ville de Shanghai. Dans cette société très dynamique, il y a le Consulat Général de France, des entreprises, des écoles françaises, des associations, des médias tel que TV5, le magazine "Paris-Shanghai" qui diffuse un bulletin d'information mensuel de la communauté française de Shanghai... Ce qui est attractif par rapport à l'apprentissage du français langue étrangère, c'est que cette communauté française n'est pas fermée sur elle-même.

Un des témoignages est la fondation de l'association "Le Cercle Francophone de Shanghai" (CFS) en 1991. Cette association, ouverte aux francophones et aux francophiles, quelle que soit leur nationalité, compte aujourd'hui plus de 600 membres. Pour les Chinois qui apprennent le français, Shanghai est un endroit idéal, car ils peuvent avoir des contacts avec un environnement français.

Par contre, la province de l'Anhui n'a pas cette caractéristique cosmopolite. Ce qui fait que les langues et les cultures étrangères sont quelque chose de plus abstrait et de lointain et que l'enseignement des langues étrangères y est moins favorisé.

### **2.1.2 Le tourisme international<sup>15</sup>**

Le tourisme international est un signe d'ouverture pour un pays et l'occasion de contacts culturels. Cette ouverture au tourisme permet aux Occidentaux de découvrir la Chine, longtemps isolée de l'influence extérieure. En 2004, la Chine est devenue la quatrième destination touristique mondiale, devançant l'Italie pour la première fois de son histoire. L'Organisation mondiale du tourisme des Nations unies a prévu que la Chine dépasserait les États-Unis pour devenir la plus grande nation touristique du monde en 2020 (Sanjuan : 2007 : 32). Plus de 42 millions de touristes étrangers l'ont visité en 2004, ce qui explique la multiplication des agences de voyages : elles étaient près de 15.000 à la fin de l'année 2004. Celles-ci s'occupent aussi des touristes chinois,

---

<sup>15</sup> Les statistiques officielles publiées par le Bureau National des Statistiques classent les touristes étrangers comme les touristes d'Angleterre, de France, d'Allemagne, d'Amérique, et d'autres pays étrangers.

qui sont près de 900 millions à partir tous les ans à la découverte de leur propre pays.

Les touristes étrangers ne sont pas répartis dans toute la Chine de façon identique. Capitale administrative mais surtout culturelle, Pékin est évidemment la destination favorite des touristes étrangers et nationaux. La ville a accueilli 3,6 millions de visiteurs étrangers en 2005, et 125 millions de touristes chinois. Ces chiffres ont respectivement atteint 3,9 millions et 130 millions en 2006. Les Français arrivent en 15<sup>e</sup> position des touristes étrangers. En tant que destination touristique, Shanghai accueille un nombre de visiteurs étrangers bien plus important que la capitale chinoise (voir tableau 16). Les infrastructures touristiques sont très bien développées à Shanghai, qui accueille environ 3,8 millions de touristes étrangers tous les ans (Shanghai Statistical Yearbook 2006 et 2007). A part les millions de touristes étrangers qui se présentent dans cette ville chaque année, il y a aussi 150 000 résidents étrangers. Le développement du tourisme international favorise l'apprentissage de langues étrangères (besoin de guides, d'interprètes, etc.).

Le tableau 16 montre le nombre de touristes étrangers dans cinq sites. Canton vient largement en tête<sup>16</sup>, suivi par Shanghai. L'Anhui, par comparaison, reçoit beaucoup moins de visiteurs étrangers (9 fois moins que Shanghai).

---

<sup>16</sup> Canton reçoit plus de touristes étrangers que Shanghai car les habitants de Hongkong, de Macao et de Taiwan sont considérés comme touristes étrangers et leur porte d'entrée en Chine continentale est Canton.

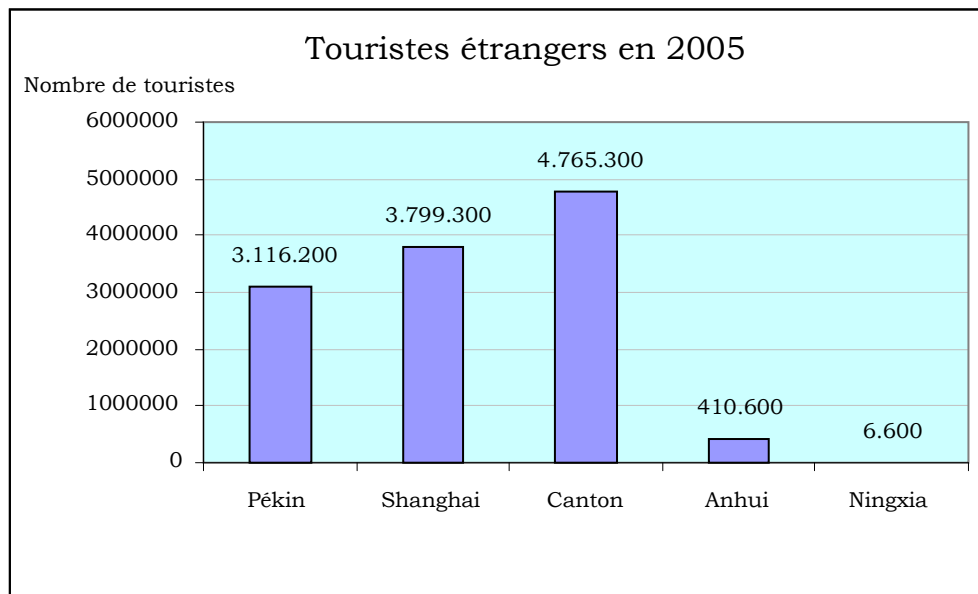


Tableau 16: Nombre de touristes étrangers dans cinq sites en 2005

Source: China Statistical Yearbook 2006 Tableau 19-6

En ce qui concerne les touristes français, le tableau 17 confirme la forte attraction de Shanghai par rapport à l'Anhui. Les Français sont aujourd'hui plus de 280.000 par an à choisir la Chine comme destination de vacances. Plus de la moitié choisit Shanghai comme l'une de ses destinations touristiques.

2006	Touristes étrangers	Touristes français
Anhui	525 968	16 337
Shanghai	4 854 000	156 800

Tableau 17: Tourisme international dans l'Anhui et à Shanghai en 2006

Source: Anhui Statistical Yearbook 2007 et Shanghai Statistical Yearbook 2007

Les différences d'attraction touristique entre Shanghai et l'Anhui s'expliquent par des facteurs dont nous avons déjà parlé. Il faut ajouter que la situation géographique des deux sites n'est pas la même. La province de l'Anhui se situe plus à l'intérieur de la



Chine et est beaucoup plus difficile d'accès. Pour les touristes effectuant un court séjour en Chine, ce n'est pas évident de lui donner la priorité. Par contre, Shanghai, se situant sur la côte de la Chine, est accessible par vol direct depuis les métropoles du monde entier, comme Paris.

Il en résulte que les agences de voyage incluent Shanghai dans des séjours courts (7 jours) pour les étrangers mais pas la province de l'Anhui. Le circuit standard est souvent Pékin, Xi'an, Shanghai, et Guilin. Pour un séjour plus long (14 jours), on inclut les 'Montagnes Jaunes' à l'extrémité sud de la province de l'Anhui. Pour le moment, la plupart des touristes étrangers vont en Chine dans des circuits courts et préorganisés. Ils n'ont donc pas l'occasion de découvrir l'Anhui. Mais cette situation est en train de changer, pour les touristes français, et plus précisément franc-comtois. Un programme de coopération a en effet été mis en place entre la ville de Huangshan (où se situent les 'Montagnes Jaunes') dans l'Anhui et la région de Franche-Comté autour du thème du développement du tourisme rural de cette ville. Ce programme concerne entre autres : la sauvegarde du patrimoine, le développement de l'offre touristique et la promotion des produits touristiques.<sup>17</sup> Un des objectifs de ce programme est de faire venir des touristes chinois en Franche-Comté et de faire découvrir la ville de Huangshan aux Français, surtout aux Franc-comtois. Certainement cela ne suffira pas pour augmenter significativement le nombre de touristes français dans cette province, mais c'est déjà un premier pas pour faire connaître cette région aux touristes francophones.

La mobilité est essentielle pour favoriser le contact entre les Chinois et les étrangers. Cela est possible s'il existe des moyens de transport internationaux. Shanghai dispose de deux aéroports (Hong Qiao et Pu Dong), qui accueillent par jour environ 560 vols venant de 48 compagnies aériennes en Chine et à l'étranger. Les lignes aériennes desservent 62 villes chinoises et 73 villes étrangères. En ce qui concerne le chemin de fer, précisons que le premier train chinois a roulé en 1876 à Shanghai. De nos jours,

---

<sup>17</sup> Ce programme de coopération s'inscrit dans une convention tripartite signée le 11 juin 2007 entre la Direction du tourisme, la municipalité de Huangshan et la Région de Franche-Comté.

deux lignes de chemin de fer se croisent à Shanghai : Pékin-Shanghai et Shanghai-  
Hangzhou. En 2006, les chemins de fer de Shanghai ont transporté 44,58 millions de  
personnes, représentant presque 50 % des personnes transportées par tous les moyens de  
transport.

La province de l'Anhui ne commence que lentement à développer les transports aériens  
et ferroviaires en raison de sa topologie (les montagnes et les collines représentent deux  
tiers de sa superficie). La population est beaucoup moins en contact avec les étrangers,  
mais cette situation évolue actuellement, de plus en plus d'entreprises étrangères  
s'installent dans des régions à l'intérieur de la Chine, où la main-d'œuvre et le niveau de  
vie sont beaucoup moins élevés.

Le tourisme joue aussi un rôle important non seulement dans le domaine économique  
mais aussi dans les aspects linguistiques et culturels. Il favorise un enrichissement  
linguistique et culturel par la rencontre de l'autre, par la découverte d'une autre culture.  
Les Français qui font du tourisme en Chine influent certainement sur les regards que  
leur portent les Chinois et sur leur motivation à apprendre la langue et la culture  
françaises.

## **2.2 Le territoire comme environnement culturel**

### **2.2.1 Shanghai**

Depuis l'ouverture du port de Shanghai aux pays étrangers en 1840, la ville est devenue  
un lieu d'échanges des cultures occidentales et chinoises. Mieux encore, Shanghai a  
développé une culture spécifique - le "Haipai" (style de Shanghai).

Le mot "Haipai" a été employé pour la première fois dans les années 30 par Shen  
Congwen, un écrivain de la province de Hunan. Il critiquait à travers ce mot la  
commercialisation de la littérature de Shanghai. Depuis, les critiques ont utilisé les  
termes "Haipai" et "Jingpai" (style de Pékin) pour désigner deux types d'écrivains  
n'appartenant pas au courant de la littérature de gauche : ceux qui, immergés dans la

ville moderne de Shanghai, produisent une littérature mercantile destinée à satisfaire les goûts d'un public urbain et ceux qui puisent leur inspiration dans la ville traditionnelle de Pékin et qui sont partisans d'une littérature pure, non engagée dans les débats politiques. En désignant d'abord une forme littéraire, ce terme a, par la suite, défini toutes les formes artistiques qui se développaient à Shanghai : la peinture, le spectacle, l'architecture, la musique, et même la cuisine.

La culture du "Haipai" est aussi une culture métissée : mélange de cultures chinoises et occidentales. Dans son ouvrage *Mourir pour Shanghai*, Albert Londres écrit : « Shanghai, ville américaine, anglaise, française, italienne, russe, allemande, japonaise, et, tout de même, un peu chinoise, est un phénomène sans pareil au monde » (in Sanjuan, 2007 : 53). Au niveau de l'architecture, il y a une combinaison de modernité et de tradition, du style étranger et du style chinois. Les architectes font cohabiter dans la ville les constructions néo-classiques ou «Art-déco» avec l'architecture typiquement shanghaienne, les "Lilong", habitat du petit peuple d'une cité ceinte de bidonvilles. Ce sont des pâtés de maisons jointives, desservies par un réseau de ruelles intérieures et ne communiquant avec les voies urbaines que par une entrée en forme de porche. Ce mélange de culture lui a donné une réputation mondiale dont témoigne les diverses appellations: le Paris de l'Orient et la Venise de l'Asie. Ces appellations servent de label qui traduit le charme de cette ville et qui attire les étrangers.

Shanghai est aussi l'un des centres politiques les plus importants de la Chine, lié à l'histoire récente du pays. C'est là que s'est tenue, en 1921, la réunion qui a donné naissance au Parti communiste chinois. C'est là aussi que le Président Mao a posé la première pierre de la Révolution culturelle en publiant dans les journaux de la ville un article de rhétorique politique que la presse de Pékin lui avait refusé. Sous la Révolution culturelle, Shanghai était le théâtre d'une Commune populaire inspirée de la Commune de Paris de 1871. La "bande des Quatre" avait aussi sa base politique à Shanghai. C'est là qu'a commencé en 1969 la campagne de critique contre Confucius et Mencius.

Cette histoire politique n'est pas connue de la plupart des étrangers mais elle ajoute une trace spécifique dans les itinéraires touristiques à Shanghai : site du premier congrès du parti communiste chinois, résidence des héros nationaux comme Sun Zhongshan, Song Qingling, et Zhou Enlai.

En résumé, la culture de Shanghai, liée à la mobilité internationale, ouverte aux influences occidentales et à l'histoire crée un environnement culturellement stimulant qui peut équilibrer l'utilitarisme.

### **2.2.2 L'Anhui**

La richesse culturelle de l'Anhui s'est développée tout au long de son histoire à travers des grands hommes qui ont contribué à la richesse culturelle chinoise (voir 1<sup>ère</sup> partie). Dans l'ancien Huizhou, la principale composante de l'actuelle ville de Huangshan, l'architecture était un art florissant. Même si les maisons et les jardins locaux n'avaient pas l'envergure de ceux des grandes villes, ils n'en demeuraient pas moins subtils et raffinés. Les anciennes maisons d'habitation traditionnelles du mont Huangshan, de Xidi et de Hongcun ont été l'une après l'autre inscrites au Patrimoine Culturel Mondial de l'UNESCO. Ces maisons sont faites de briques, de bois et de pierre, ce qui constitue le symbole par excellence de l'art de Huizhou.

La province dispose de trois opéras reconnus : l'opéra de Hui, l'opéra de Huangmei et l'opéra Nuo. Le premier a pris forme entre la fin des Ming (1368-1644) et le début des Qing (1644-1911) dans l'Anhui, plus précisément à Huizhou, Chizhou et Hanping. Il s'agit d'un important opéra chinois car il constitue la base de l'opéra de Pékin de même que de beaucoup d'autres opéras du sud de la Chine. Il est considéré comme l'ancêtre de l'opéra de Pékin, quintessence de la culture chinoise. Né à la même époque que les trois grands ensembles sculpturaux de Huizhou, il a servi de véhicule de la culture de l'Anhui.

Dans l'opéra de Huangmei, les chants et les dialogues sont écrits en dialecte local, marqué par un accent très agréable à entendre. On l'appelle parfois la chansonnette de

Huangmei, d'autres fois l'opéra de la cueillette de thé. Avec ses chants mélodieux et son charme rural, il est devenu l'un des grands opéras chinois. C'est aussi une variété très prisée du public chinois.

L'Opéra Nuo vient des cérémonies rituelles pratiquées depuis les temps néolithiques. Le mot "Nuo" signifie l'expulsion des démons de la maison. Ancrées dans les rites primitifs et religieux les plus anciens, les cérémonies de Nuo se sont développées et répandues au cours des siècles, pour atteindre, durant les périodes Tang et Song (X<sup>e</sup>-XIII<sup>e</sup> siècle) la forme d'un divertissement, en lien avec l'évolution générale de la société chinoise. Le Nuo passe progressivement d'une activité exclusive de sorcellerie liée aux esprits et aux dieux, à une forme artistique de divertissement : l'opéra de Nuo.

Un autre art folklorique qui n'existe que dans l'Anhui est la danse Huagudeng (fleur, tambour et lanterne). Son histoire date d'il y a deux mille ans. A l'origine, elle était une façon de rendre hommage au dieu du fleuve Yangtze. Au cours du temps, elle s'est distinguée par son originalité et est maintenant reconnue comme faisant partie du patrimoine immatériel de la Chine.

La culture de l'Anhui est marquée par le confucianisme et le néo-confucianisme. La pensée des lettrés (une autre appellation du confucianisme) a tellement imprégné la culture de l'Anhui que les commerçants de ce territoire sont appelés les commerçants confucianistes et les médecins les médecins confucianistes. Même les artisans cherchent à être des artisans confucianistes.

C'est aussi une culture très liée à la terre, en relation avec l'économie agricole. La construction des maisons spéciales de Huizhou, l'opéra de Huangmei, le calendrier qui divise l'année en 24 périodes...rappellent la vie rurale. Dans une société où la production agricole est l'activité principale, on n'a pas vraiment besoin d'apprendre des langues étrangères. Dans l'Anhui, les langues étrangères sont une conception assez nouvelle, qui ne vient qu'avec l'ouverture de la Chine dans les années 80.

Pour conclure, L'Anhui a une culture ancestrale qui se manifeste dans les arts (musique, danse, ...). Cela peut avoir une influence sur les habitants sensibilisés à l'importance des éléments culturels (entre autres les étudiants de notre enquête) : ils peuvent s'intéresser à l'art d'autres pays, à la dimension culturelle de tel ou tel pays, en l'occurrence l'image culturelle de la France. L'attrait culturel d'un lieu (architecture, vestiges du passé, musée, shopping) incite les touristes à visiter ce lieu, favorisant les sources de contact entre Chinois et étrangers. On peut penser que l'Anhui peut attirer les touristes intéressés par la culture chinoise traditionnelle alors que Shanghai reçoit toutes les catégories de touristes.

## **Conclusion**

Le but de la 3<sup>ème</sup> partie, volet A était de comparer l'attractivité de Shanghai et de l'Anhui en fonction de facteurs définis. La comparaison a montré que Shanghai a un coefficient d'attractivité beaucoup plus grand que l'Anhui sur tous les aspects étudiés. Ce résultat était assez prévisible mais nous avons voulu évaluer l'importance de l'écart entre les deux lieux de manière précise. Les facteurs d'attractivité ont été classés en deux groupes. La répartition n'a pas été facile à faire car certains facteurs concernent les deux groupes. Ainsi le tourisme favorise les contacts linguistiques et culturels (2<sup>ème</sup> groupe) mais c'est aussi une activité économique qui crée des besoins en langue (1<sup>er</sup> groupe). La progression du tourisme francophone demande un service adapté à tous les secteurs de l'hôtellerie, transports, services d'accueil, publication de brochures... Cela nécessite la formation d'un personnel linguistiquement compétent et des informations disponibles en français. La maîtrise de la langue française donne donc accès aux métiers touristiques, comme à d'autres spécialités professionnelles correspondant aux débouchés offerts par les échanges économiques, commerciaux, relationnels de type international. Dans ce contexte, l'enseignement du français sur objectifs spécifiques est nécessaire pour former des personnels compétents dans différents domaines. Pour ce qui est des langues, les besoins du marché encouragent des motivations instrumentales.

L'étude de l'attractivité des territoires n'est pas l'objectif de notre thèse. L'attractivité est un élément contextuel qui est à la base de nos hypothèses. Notre objectif est de montrer une connexion entre attractivité d'un lieu et besoins/intérêts pour le choix du français. Nous voulons vérifier si cela a des effets sur l'apprentissage du français. Les étudiants (public d'enquête) sont-ils conscients de l'attractivité du lieu où ils font leurs études (Shanghai et l'Anhui) ? Sont-ils influencés dans leur choix du français par les caractéristiques de leur environnement ? Lesquelles ? En ce qui concerne la motivation des étudiants pour le français, on peut supposer que le 1<sup>er</sup> groupe de facteurs (développement économique, qualité de la recherche et de l'innovation...) sera influent pour tous les étudiants, même ceux de l'Anhui moins touchés par l'internationalisation des échanges. Quant aux motivations personnelles, nous pensons qu'elles devraient apparaître chez de jeunes adultes au début de leur formation universitaire.

L'attractivité est un élément contextuel qui est à la base de nos hypothèses. Notre objectif est de montrer une connexion entre attractivité d'un lieu et besoins/intérêts pour le choix du français. Nous voulons vérifier si cela a des effets sur l'apprentissage du français. Les étudiants (public d'enquête) sont-ils conscients de l'attractivité du lieu où ils font leurs études (Shanghai et l'Anhui) ? Sont-ils influencés dans leur choix du français par les caractéristiques de leur environnement ? Lesquelles ? En ce qui concerne la motivation des étudiants pour le français, on peut supposer que le 1<sup>er</sup> groupe de facteurs (développement économique, qualité de la recherche et de l'innovation...) sera influent pour tous les étudiants, même ceux de l'Anhui moins touchés par l'internationalisation des échanges. Quant aux motivations personnelles, nous pensons qu'elles devraient apparaître chez de jeunes adultes au début de leur formation universitaire.

## **B. ENQUÊTE ET TRAITEMENT DES DONNÉES**

Le 2<sup>ème</sup> volet de la dernière partie de la thèse est consacré à l'enquête par questionnaire réalisée auprès d'étudiants de Shanghai et de Hefei (Anhui). Nous présenterons d'abord le cadre méthodologique de l'enquête, puis nous passerons à l'analyse des données recueillies.

### **1. Cadre méthodologique de l'enquête**

#### **1.1 Questions de recherche et hypothèse**

L'objectif de notre recherche est d'étudier le rapport entre l'attractivité des territoires et l'offre/la demande des langues étrangères en Chine afin de trouver des éléments de réponse aux questions de recherche suivantes:

- Dans le contexte de la mondialisation, quels sont les facteurs qui déterminent l'attractivité d'un territoire ?
- Quelle est l'incidence de la mondialisation sur les langues ?
- Comment l'attractivité d'un territoire agit-il sur l'offre d'enseignement et la demande d'apprentissage des langues étrangères en l'occurrence du français?

Ces questions se sont précisées par rapport au questionnement de départ données dans l'introduction. Le volet A de la 3<sup>ème</sup> partie répond à la première question ci-dessus. Le volet B doit apporter des réponses aux deux autres questions.

La problématique générale de la recherche est celle des effets de la mondialisation sur les territoires et les langues. Elle explique nos hypothèses. « Une hypothèse est une proposition qui anticipe une relation entre deux termes qui, selon les cas, peuvent être des concepts ou des phénomènes » (Quivy et Van Campenhoudt, 1988 : 129). Nos



hypothèses établissent une relation entre deux phénomènes : les territoires touchés par la mondialisation et l'offre/demande en langues étrangères.

Nous rappellerons brièvement nos hypothèses qui ont été présentées dans l'introduction et dans le cadre théorique (2<sup>ème</sup> partie) :

- Hypothèse 1 : L'internationalisation des activités dans un territoire favorise l'offre/demande en langues étrangères, en particulier des langues internationales ;
- Hypothèse 2 : Les besoins du marché dans un territoire font dominer les motivations instrumentales dans la demande ;
- Hypothèse 3 : Chez de jeunes étudiants, le choix d'une langue (le français) est en partie déterminé par des motivations personnelles.

Pour vérifier ces hypothèses, nous avons fait une enquête par questionnaire destiné à un public d'étudiants de français à Shanghai et à Hefei (Anhui).

## **1.2 Une enquête par questionnaire**

Le questionnaire est un instrument de recherche qui « permet d'obtenir des données recueillies de façon systématique et se prêtant à une analyse quantitative » (A. Boukous, 1999 : 15). Il faut préciser que notre objectif n'est pas vraiment quantitatif car le nombre d'enquêtés n'est pas suffisant (voir plus loin) ; l'enquête que nous avons effectuée est plutôt une recherche exploratoire sur un sujet nouveau en Chine, et nouveau pour nous. Cette étude devrait s'enrichir ensuite par des travaux plus approfondis. Le choix du questionnaire comme méthode d'enquête est motivé aussi par des raisons pratiques. En raisons des contraintes financières, nous n'avons pas pu rentrer en Chine pour questionner les étudiants nous-même. Le questionnaire était donc la seule possibilité de recueil de données.

Le public sur lequel est axée notre enquête est composé d'étudiants chinois apprenant le français. Les étudiants qui ont répondu aux questionnaires sont issus du département de français de deux universités : l'Université des Etudes Internationales de Shanghai et l'Université de l'Anhui. Ils sont en première ou deuxième année de leur formation universitaire d'études françaises. Nous avons choisi ces deux universités pour l'excellence de l'enseignement qui y est donné. L'Université des Etudes Internationales de Shanghai est une des universités de langues renommée en Chine. Elle est aussi la seule université de langues à Shanghai et la meilleure de la ville pour apprendre le français. Quant à l'Université de l'Anhui, c'est une université multidisciplinaire d'excellence au niveau provincial dont la faculté des langues étrangères possède une très bonne réputation ; ainsi, chaque année le Ministère des Affaires Etrangères recrute des diplômés de cette université. Elle jouit de la réputation d'être la meilleure université pour l'enseignement des langues dans la province de l'Anhui. Ce sont les raisons de notre choix.

Le recueil de données a été effectué par la transmission du questionnaire aux étudiants en 2008. En vue de retirer les informations les plus précises et fiables, le questionnaire a été élaboré en chinois et répondu en chinois. Nous avons fait appel à des professeurs sur place pour distribuer les questionnaires auprès des étudiants et collecter les réponses. Cela signifie que nous n'avons pas pu contrôler comment l'enquête a été présentée aux étudiants. Le questionnaire a été remis aux professeurs le 28 février 2008 par mail. Ils l'ont imprimé et distribué eux-mêmes aux étudiants en expliquant les objectifs de cette enquête. A Shanghai, le questionnaire a été distribué à 60 étudiants de l'Université des Etudes Internationales. 51 y ont répondu. Dans l'Anhui, 56 sur 57 étudiants de l'Université de l'Anhui ont répondu au questionnaire. Nous avons donc au total 107 questionnaires. Le 10 mars 2008, les réponses ont été collectées et nous ont été immédiatement expédiées par la poste. Nous les avons reçues le 24 mars 2008.

### **1.3 Structuration du questionnaire**

Le questionnaire avait pour but d'obtenir des informations des étudiants sur leur apprentissage du français ainsi que sur l'environnement que constitue la ville / la région où ils étudient : les informations demandées sont de deux types : des « questions de fait », vérifiables, objectives (ex : âge, sexe, lieu d'études...) et des « questions d'opinion » qui « portent sur les opinions, les attitudes, les motivations, les représentations des sujets » (Boukous, 1999 : 16). Les questions d'opinions sont assez nombreuses : Q10 Pourquoi avez-vous choisi d'apprendre le français ?, Q11a Pensez-vous que la connaissance du français est utile ?, etc.. Nous demandons souvent aux enquêtés de justifier leur réponse : Si oui, pourquoi ? Si non, pourquoi ? (Q11b, c, Q13c, Q15b, c, Q18b, c, Q22b, c). Il faut donc obtenir des réponses à ces questions ouvertes. « Le rôle de l'enquêteur est de créer chez les personnes interrogées une attitude favorable, le souci de répondre franchement aux questions » (Quivy et Van Campenhoudt, 1988 : 177). Nous n'avons malheureusement pas pu remplir ce rôle, n'étant pas sur le terrain.

Le questionnaire comprend 23 questions et se divise en trois grandes parties:

#### **A : Informations générales (Q1 à Q7)**

Les informations demandées concernent l'état civil (Q1, 2, 3) : âge, sexe, lieu de naissance ; les lieux d'études secondaires et universitaires (Q4, 5) car nous voulons vérifier en cas de mobilité si les étudiants ont choisi l'université la plus proche ou une université plus lointaine mais plus prestigieuse. Les questions 6a, 6b et 7 ont pour but de préciser le capital linguistique en langues étrangères du public enquêté (langues étudiées et langue la mieux maîtrisée).

#### **B : L'apprentissage du français (Q8 à Q13c)**

Nous regrouperons les questions en deux grandes rubriques :

- les conditions d'apprentissage du français
- les attitudes linguistiques et la motivation

Les conditions d'apprentissage comprennent des informations objectives sur le début et la durée de l'apprentissage du français (Q9a, 9b, 9c), l'identité linguistique de l'enseignant (présence de natifs) (Q13a) et des informations subjectives où les étudiants sont invités à donner leur opinion sur deux points : s'ils sont ou non satisfaits de leurs cours de français (12a) et pourquoi (12b, 12c), s'ils aimeraient avoir des cours avec un enseignant natif et pourquoi (13b, 13c).

La rubrique « attitudes linguistiques et motivation » est en relation avec les besoins et les intérêts des individus (voir modèle explicatif offre-demande, 2<sup>ème</sup> partie). Le choix d'apprendre une langue est influencé par les images que les individus ont de cette langue. Les questions 8, 10, 11a, b, c sont destinées à apporter des informations à ce sujet. Deux aspects concernent l'image du français : langue facile/difficile (Q8), langue utile ou non (Q11a). La notion d'utilité de la langue est en lien avec la problématique du marché des langues : les langues sont un capital pour la réussite (formation et profession). C'est une question centrale dans notre étude et nous demandons aux étudiants de justifier leur réponse : pourquoi jugent-ils que le français est utile (Q11b), ou sans utilité (Q11c).

La motivation à l'apprentissage du français est évoquée dans la question 10. Les étudiants doivent expliquer les raisons pour lesquelles ils ont choisi le français comme langue étrangère. Cette question ouverte devrait permettre d'exprimer différents types d'arguments, les uns utilitaires (lien avec Q11b), les autres plus personnels (culturels par exemple). Les étudiants enquêtés sont en 1<sup>ère</sup> ou en 2<sup>ème</sup> année de formation universitaire, leur choix est assez récent pour qu'ils puissent en parler. D'autre part, les études universitaires étant la voie vers une orientation professionnelle, on peut supposer que leur choix d'apprendre le français est motivé par des raisons sérieuses. La sous-partie « Attitudes linguistiques et motivation » devrait nous permettre de préciser le degré d'attractivité du français pour les enquêtés et la nature de cette attractivité (avenir, culture, autres).

### **C. L'attractivité du lieu (Q14 à Q23c)**

Les facteurs d'attractivité d'un lieu ont été classés en deux catégories (voir 3<sup>ème</sup> partie, volet A) : ceux qui renforcent la fonction utilitaire des langues et ceux qui mettent les Chinois en contact avec le français et avec des francophones (pratique du français et contacts culturels). Les questions de la rubrique C peuvent être regroupées selon ces deux orientations :

#### **- Lieu attractif/peu attractif pour l'apprentissage du français et les contacts avec des francophones (Q14 à Q19b) :**

· lieu favorable ou non à l'apprentissage du français : Nous supposons que si les étudiants sont satisfaits d'apprendre le français dans leur ville, c'est parce que l'offre d'enseignement est variée et de qualité dans leur université (Q14, 15a, b, c) et que l'environnement offre des ressources en français : livres, journaux...(Q19a). C'est ce que nous voulons vérifier en demandant aux étudiants de justifier leur réponse (Q15b, c, 19b). Nous nous attendons à des différences significatives entre les étudiants de Shanghai et ceux de l'Anhui étant donné la comparaison effectuée entre les deux lieux dans la 3<sup>ème</sup> partie.

· lieu favorable ou non pour les contacts avec des francophones (Q16, 17a, b) et donc à la pratique de la langue avec des natifs (17c, d, e, 18a, b, c) : Nous avons vu qu'il y avait une présence française à Shanghai alors que les étrangers étaient encore rares dans l'Anhui (3<sup>ème</sup> partie, volet A). Nous verrons si cette inégalité se traduit dans les pratiques informelles des étudiants selon chaque lieu.

#### **- Lieu attractif/peu attractif pour les projets professionnels (Q20, 21, 22a, b, c) :**

Dans la ville ou la région où se trouvent les étudiants il est possible de faire un stage dans une entreprise française (Q20) et de trouver un emploi (Q22a). Dans ce cas, les étudiants ont de bonnes perspectives d'avenir. Dans le cas contraire, ils devront peut-être changer de région. Nous avons montré que la situation était très différente à Shanghai et dans l'Anhui et nous devrions voir les conséquences de cette réalité dans

les réponses des étudiants.

- Questions bilan (Q23a, b, c) :

On demande aux étudiants de dire les éléments qu'ils jugent favorables ou non à l'apprentissage du français. Normalement, il devrait y avoir un accord entre les réponses bilan et certaines réponses déjà faites. Par exemple, un étudiant qui pense qu'il est difficile de trouver un emploi dans sa ville ou sa région, devrait noter cela dans les éléments peu favorables (ce qui manque).

Le traitement des questionnaires a été effectué selon le plan résumé dans le tableau suivant. Le logiciel dont nous nous sommes servis pour dépouiller les questionnaires est le logiciel PRAGMA.

<b>Informations générales : Identification du public</b>	<b>Questions</b>
- Etat civil	1, 2, 3
- Lieux d'enseignement	4, 5
- Capital linguistique en langues étrangères	6a, b, 7
<b>Apprentissage du français</b>	
- Conditions d'apprentissage	9a, b, c, 13a, b, c, 12a, b, c
- Attitudes linguistiques et motivation	8, 11a, b, c, 10
<b>Attractivité du lieu</b>	
- Pour l'apprentissage du français	14, 15a, b, c, 19a, b
- Pour les contacts avec les francophones	16, 17a, b, c, d, e, 18a, b, c
- Pour les projets professionnels	20, 21, 22a, b, c
- Questions bilan	23a, b, c

Ce questionnaire a été élaboré en France, alors que notre problématique n'était pas entièrement fixée. Nous nous rendons compte que la composition du questionnaire pourrait être améliorée, notamment dans l'ordre des questions. Nous avons essayé de le

rendre plus cohérent pour le traitement des données (voir tableau ci-dessus). Nous n'avons pas pu tester ce questionnaire auprès d'étudiants de même profil que ceux qui ont été choisis pour l'enquête. Une pré-enquête nous aurait amenée à mieux adapter les questions, par exemple en intégrant des informations sur les projets d'études à l'étranger, en approfondissant le thème des attitudes linguistiques et des motivations. Les enquêtes sur le sujet que nous traitons sont encore rares en Chine et nous espérons que même avec ses défauts, ce questionnaire pourra apporter des données utiles.

## **2. Analyse des données<sup>18</sup>**

### **2.1 Identification du public**

#### **2.1.1 Etat civil**

L'âge est le 1<sup>er</sup> critère. Le tableau 18 nous montre que les enquêtés de l'Anhui sont âgés de 18 à 22 ans, ceux de Shanghai sont âgés de 17 à 21 ans. Il y a un écart d'un an entre ces deux groupes, peut-être parce que les étudiants de l'Anhui sont plutôt venus des districts (*xian*) où les enfants vont à l'école un peu plus tard que les enfants de la ville. Mais la différence est minime et nous pouvons considérer que l'âge n'est pas un critère de différenciation entre les deux groupes d'enquêtés. Le public est composé de jeunes adultes inscrits en 1<sup>ère</sup> ou en 2<sup>ème</sup> année d'université. Malheureusement, aucune rubrique du questionnaire ne demande de préciser l'année d'étude ; aussi nous n'avons pas pu tenir compte de cette variable dans le traitement de certaines questions.

---

<sup>18</sup> Pour des raisons pratiques, nous utiliserons les formules « les étudiants de Shanghai » pour désigner les étudiants de l'Université des Etudes Internationales de Shanghai et « les étudiants de l'Anhui » pour désigner les étudiants de l'Université de l'Anhui à Hefei.

Age	Anhui	Shanghai
17 ans	0	1
18 ans	8	13
19 ans	18	27
20 ans	23	9
21 ans	6	1
22 ans	1	0
<b>Total</b>	56	51

Tableau 18 : Age des enquêtés

En ce qui concerne la répartition filles/garçons, le tableau 19 montre que le public est en très grande majorité féminin dans l'Anhui et à Shanghai. Cette répartition confirme le fait que dans les universités chinoises, comme dans beaucoup d'universités dans le monde, beaucoup plus de filles s'inscrivent dans les classes de langues que les garçons, qui sont très minoritaires.

Sexe	Anhui	Shanghai
Féminin	46 (82,14%)	43 (84,31%)
Masculin	10 (17,86%)	8 (15,69%)
<b>Total</b>	56	51

Tableau 19 : Sexe des enquêtés

Le lieu de naissance montre plus de variété (tableaux 20 et 21). La plupart des enquêtés sont nés dans la Province de l'Anhui. 13 d'entre eux sont nés hors de l'Anhui. Certains lieux de naissance sont très éloignés de l'Anhui, comme la province du Jilin, la municipalité de Tianjin et la Mongolie intérieure (voir la carte 4, 1<sup>ère</sup> partie). Parmi les enquêtés nés dans la Province de l'Anhui, six sont nés dans la ville capitale Hefei (où se trouve l'Université de l'Anhui) et 37 sont nés dans les autres villes ou districts (*xian*) de



la province. Cela montre que le recrutement de l'université est surtout local. Les étudiants sont plutôt originaires de la région. Seule une petite minorité est issue de la grande ville de Hefei.

<b>Lieu de naissance</b>	<b>Nombre des enquêtés</b>	<b>Pourcentage</b>
Province de l'Anhui	43	76,79%
Mongolie intérieure	3	5,36%
Province du Jiangsu	3	5,36%
Province du Jilin	3	5,36%
Province du Shangdong	2	3,57%
Municipalité de Tianjin	2	3,57%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

Tableau 20 : Lieu de naissance Anhui

Les Shanghaiens représentent un peu plus de la moitié des étudiants enquêtés. L'autre moitié vient de 16 autres régions, qui sont en majorité éloignées de Shanghai (voir la carte 4, 1<sup>ère</sup> partie). Le recrutement est donc plus varié que dans l'Université de l'Anhui. Dans ce sens, l'Université des Etudes Internationales de Shanghai est plus ouverte que l'Université de l'Anhui et attire un public d'une dimension plus large. C'est déjà un signe d'attractivité puisque près de la moitié des étudiants sont extérieurs à la région.

<b>Lieu de naissance</b>	<b>Nombre des enquêtés</b>	<b>Pourcentage</b>
Shanghai	26	50,98%
Province du Zhejiang	4	7,84%
Province du Jilin	3	5,88%
Province du Jiangsu	2	3,92%
Province du Shandong	2	3,92%
Pékin	2	3,92%
Province du Hunan	2	3,92%
Province du Hubei	2	3,92%
Province du Henan	1	1,96%
Province du Gansu	1	1,96%
Province du Guizhou	1	1,96%
Province du Liaoning	1	1,96%
Province du Hainan	1	1,96%
Province du Shanxi	1	1,96%
Le Tibet	1	1,96%
Province du Hebei	1	1,96%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Tableau 21 : Lieu de naissance Shanghai

### 2.1.2 Lieux d'enseignement

Les questions 4 et 5 concernent respectivement le lieu d'enseignement secondaire et celui d'enseignement universitaire. Puisque l'Université des Etudes Internationales se situe à Shanghai et que l'Université de l'Anhui se situe à Hefei, 51 enquêtés de Shanghai ont répondu Shanghai et 56 enquêtés de l'Anhui ont répondu Hefei pour la Q5.

Nous avons associé les réponses à la Q4 à celles à la Q3. Parmi les 56 étudiants de l'Anhui, 3 ont fait leurs études secondaires dans un autre lieu que leur lieu de naissance. Pour Shanghai, ce chiffre est 5. Nous pouvons dire qu'en général, il n'y pas beaucoup de changements entre le lieu de naissance et le lieu d'enseignement secondaire. Mais les étudiants de Shanghai ont montré une mobilité plus importante que ceux de l'Anhui (Q3). L'examen dans un deuxième temps montre que parmi les 5 enquêtés de Shanghai en question, 2 sont nés dans une autre province et ont fait le secondaire à Shanghai et que parmi les 3 enquêtés de l'Anhui, 2 sont nés dans une ville de la province de l'Anhui et ont fait le secondaire à Hefei, capitale de la province. De façon générale, on voit que Shanghai, en tant que ville internationale, attire les Chinois des autres régions et que Hefei, en tant que ville capitale de l'Anhui, attire les gens des autres villes de cette province.

### 2.1.3 Capital linguistique en langues étrangères

Le tableau 22 montre les langues apprises par les étudiants enquêtés. Tous les étudiants, qu'ils soient de Shanghai ou de l'Anhui ont appris l'anglais et le français. Leur répertoire en langues étrangères est identique sur ce point. La petite différence est que quatre étudiants de Shanghai ont appris une autre langue en plus (3<sup>ème</sup> LE), le japonais (3 étudiants), le coréen (1 étudiant). En résumé, 103 étudiants ont deux langues étrangères dans leur répertoire : anglais-français ; quatre étudiants ont trois langues dans leur répertoire avec en L3 une langue asiatique.

	Anglais	Français	Japonais	Coréen
<b>Anhui (56 enquêtés)</b>	56	56	0	0
<b>Shanghai (51 enquêtés)</b>	51	51	3	1

Tableau 22 : Apprentissage des langues étrangères

Ces résultats mettent en lumière deux faits. C'est tout d'abord l'attractivité de l'anglais, 1<sup>ère</sup> langue apprise, avant l'entrée à l'université. Langue hyper-centrale, l'anglais a, comme nous l'avons montré, une position dominante dans le système éducatif chinois. Ce résultat n'est donc pas surprenant. C'est ensuite l'attractivité du français en tant que 2<sup>ème</sup> langue. Les autres langues (japonais, coréen) sont très minoritaires. Nous n'observons pas une grande variété dans le répertoire des enquêtés. Le couple anglais-français monopolise le choix des enquêtés. L'attraction est de type vertical (apprentissage d'une langue étrangère de niveau supérieur au chinois : l'anglais) puis horizontal (apprentissage d'une langue étrangère de même niveau que le chinois : le français). Les étudiants ont un capital en langues étrangères qui a une valeur 'marchande' à condition d'avoir une très bonne maîtrise de ces langues.

Pour le japonais et le coréen, on peut faire le lien entre le lieu d'habitation et l'apprentissage de ces deux langues. L'étudiant qui a appris le coréen est né et a fait ses études secondaires dans la province du Jilin, province voisine de la Corée du Nord. La proximité géographique explique avant tout son choix de la langue. Les trois étudiants qui ont appris le japonais sont tous nés et ont tous fait leurs études secondaires à Shanghai. Au delà de l'intérêt de connaître la langue d'une des plus grandes puissances économiques de la planète, l'apprentissage du japonais (mais aussi du coréen) peut s'expliquer par la proximité linguistique. « La langue japonaise a été soumise à diverses influences dont la plus importante est l'influence chinoise qui s'est également exercée sur le coréen. Pour ces deux langues, le chinois remplit, dans une certaine mesure, le rôle que le latin et le grec ont exercé sur les langues occidentales. En particulier, tous les termes techniques, scientifiques et mathématiques japonais dérivent du chinois » (Durand, 1997 : 130). Les similitudes linguistiques entre le japonais et le chinois permettent à l'apprenant chinois de mobiliser au maximum son potentiel cognitif dans son processus de l'apprentissage. Ces étudiants ont appris le japonais soit dans le système scolaire, soit dans un centre privé de langues. Nous pouvons conclure que la ville de Shanghai a une offre large d'apprentissage des langues étrangères. Les étudiants

de Shanghai ont donc plus de possibilités d'apprendre des langues étrangères autre que le français et l'anglais, même si seuls quelques-uns le font.

Quelle langue les enquêtés maîtrisent-ils le mieux ? (Q7)

	<b>Anglais</b>	<b>Français</b>	<b>Japonais</b>	<b>Coréen</b>	<b>Egale maîtrise en anglais et en français</b>	<b>Egale maîtrise des langues apprises</b>	<b>Non indiqué</b>	<b>Total</b>
<b>Anhui</b>	45	5	0	0	2	0	4	56
<b>Shanghai</b>	46	0	1	1	0	2	1	51

Tableau 23 : Langue étrangère la mieux maîtrisée

La très grande majorité des étudiants de l'Anhui et de Shanghai maîtrisent le mieux l'anglais, qui est la langue apprise en premier. C'est un résultat attendu car l'anglais bénéficie de six ans d'apprentissage au secondaire contre 6 mois (pour les étudiants en 1<sup>ère</sup> année) ou 18 mois (pour les étudiants en 2<sup>ème</sup> année) d'apprentissage du français. Même un apprentissage intensif du français ne peut suffire à dépasser le niveau d'anglais. Parmi les étudiants qui maîtrisent le mieux l'anglais, quatre de chaque université ont employé le terme 'pour le moment'. Cela montre qu'ils sont confiants qu'un jour leur niveau de français sera équivalent ou peut-être supérieur à celui de l'anglais.

Cinq étudiants de l'Anhui maîtrisent mieux le français que l'anglais alors qu'aucun enquêté de Shanghai ne considère le français comme la langue étrangère la mieux maîtrisée. Il est difficile d'interpréter ce résultat en l'absence d'explications complémentaires de la part des cinq étudiants. Mais ils représentent une faible minorité.

Les autres différences révélées par le tableau sont négligeables.

On peut donc conclure sans surprise que la langue qui a la durée d'apprentissage la plus longue est la mieux maîtrisée.

## **Conclusion**

L'identification du public ne montre pas de grandes différences entre le groupe de Shanghai et celui de l'Anhui. C'est un public homogène sur beaucoup d'aspects : âge, répartition filles/garçons, capital linguistique en langues étrangères. Le seul point qui les différencie un peu est l'origine géographique plus diversifiée à Shanghai qu'à Hefei (Anhui) où le recrutement est plus local. Cette homogénéité favorise la comparaison entre les deux lieux qui pour nous est la variable essentielle.

## **2.2 Apprentissage du français**

### **2.2.1 Conditions d'apprentissage**

Nous traiterons successivement

- l'apprentissage du français avant l'entrée à l'université : Q9a, b, c
- présence ou non d'enseignants natifs : Q13a, b, c
- degré de satisfaction des cours de français : Q12a, b, c

#### **- Apprentissage du français avant l'entrée à l'université**

<b>Apprentissage du français</b>	<b>Oui</b>	<b>Non</b>	<b>Non indiqué</b>	<b>Total</b>
<b>Anhui</b>	0	55	1	56
<b>Shanghai</b>	5	46	0	51

Tableau 24 : L'apprentissage pré-universitaire du français

Le tableau 24 montre qu'aucun étudiant de l'Anhui n'a appris le français avant les études universitaires et que seuls cinq étudiants de Shanghai l'ont appris. Cela indique que le choix d'apprendre le français avant l'université reste rare, même si les possibilités de le faire sont plus grandes à Shanghai. Dans l'Anhui, en effet le français n'est pas enseigné dans le secondaire. On voit très clairement que le français est pour le moment une langue choisie à l'université.

Les cinq étudiants de Shanghai ont appris le français dans la ville (4 étudiants) et à Nankin (1 étudiant) (voir tableau 25).

<b>Institution</b>	<b>Durée d'apprentissage</b>
New Oriental à Shanghai	Six mois
Ecole secondaire Qibao de Shanghai	Six mois
Alliance Française à Nankin	Six mois
Centre de formation attaché à l'Université des Etudes Internationales de Shanghai	Une séance par semaine pendant 20 semaines
Ecole secondaire attachée à l'Université des Etudes Internationales de Shanghai	Plus d'un mois

Tableau 25 : Lieu d'apprentissage du français des cinq étudiants de Shanghai

Les institutions d'apprentissage sont variées : établissements du secondaire, institutions spécialisées dans les langues. Le centre de formation attaché à l'Université des Etudes Internationales de Shanghai est un centre semi-privé approuvé par le Ministère de l'Education Chinoise pour la formation en langues étrangères. Ce genre de centre de formation n'existe pas encore dans la province de l'Anhui. New Oriental est un centre privé renommé pour son enseignement de langues étrangères. Il attire surtout ceux qui apprennent la langue pour faire des études à l'étranger. Ce centre a des antennes dans les villes chinoises grandes et moyennes. Deux antennes ont été ouvertes à Hefei, ville capitale de la province de l'Anhui ces dernières années. Ces données confirment une

fois de plus notre hypothèse par rapport à l'attractivité de la ville de Shanghai qui a une offre très large pour l'apprentissage des langues.

La durée d'apprentissage est généralement brève : un mois à six mois. C'est une indication vague. Il faudrait connaître le nombre d'heures d'apprentissage total : les cours peuvent en effet être plus ou moins intensifs. On ne peut donc pas savoir si cet apprentissage a eu des conséquences significatives sur le niveau de compétence en français des enquêtés.

- Présence ou non d'enseignants natifs

13a. Dans votre université, avez-vous des cours de français avec des professeurs natifs ?

13b. Si non, vous aimeriez apprendre le français avec des professeurs natifs ?

13c. Pourquoi ?

Tous les enquêtés de l'Anhui ont des cours avec un professeur natif et treize étudiants de Shanghai n'en ont pas. On s'attendrait plutôt au résultat inverse. Comment l'expliquer ? Les départements universitaires de français sont conscients de l'importance d'avoir un professeur natif dans leur équipe d'enseignants. Ce professeur natif donne des cours de français oral aux étudiants de première année pour les motiver. C'est le cas de beaucoup d'universités y compris l'Université de l'Anhui. Il peut aussi commencer en deuxième année, c'est le cas de l'Université des Etudes Internationales de Shanghai qui préfère d'abord apporter des bases aux étudiants et leur permettre ensuite de progresser plus vite. C'est sans doute pour cela que les treize étudiants de Shanghai de première année n'ont pas de cours avec un professeur natif.

L'Université de l'Anhui offre aux étudiants la possibilité de travailler avec un professeur natif tout au long de leur cursus. C'est en fait un cas très particulier. Le département de français de l'Université de l'Anhui, ouvert en 2000, a cherché sans succès un professeur natif pendant 3 ans. En 2003, le département a réussi à recruter une



Française d'origine vietnamienne qui s'est adaptée rapidement à la vie dans cette province. La Chine n'a pas encore beaucoup d'expériences dans le recrutement international des enseignants. Mais avec la mondialisation et la diffusion du français, elle doit accentuer ses efforts pour attirer un nombre grandissant de professeurs natifs de français, car leur présence est importante.

Parmi les treize étudiants de Shanghai qui n'ont pas de cours avec un professeur natif, douze ont dit souhaiter en avoir un.

<b>Raisons</b>	<b>Fréquence de réponse</b>
Cela aide à améliorer l'expression et la compréhension orales.	6
Cela aide à connaître la culture française.	4
Cela aide à approfondir l'apprentissage du français.	2
Cela aide à apprendre 'le vrai français'.	2

Tableau 26 : Intérêt de l'enseignant natif

Avoir un professeur natif est profitable à l'apprentissage du français au niveau linguistique et culturel. Sur le plan linguistique, le natif peut enseigner 'le vrai français'. Pour les étudiants chinois, il s'agit du français parlé dans la vie quotidienne. C'est un français moins académique que celui utilisé à l'écrit dans les livres, les journaux...un français enrichi d'expressions imagées, d'un vocabulaire renouvelé, de contractions, un français véritable langue vivante. De ce fait, la présence d'un professeur natif est une sorte de garantie d'authenticité de la langue – le français tel qu'il est parlé. C'est la langue en emploi où les formes doivent être adaptées aux situations d'usage : « Souvent, une certaine situation déclenche directement la production d'une formule concrète. ...l'alloglotte doit développer une connaissance des situations dans lesquelles telle ou telle formule est prononcée » (Meissner, 1999: 244). Cette adaptation à la situation fait que la langue utilisée sonne juste.

Le français parlé dont on se sert fréquemment avec ses expressions familières, ses petits mots (*bon, ben...*) sont largement absents dans les manuels de FLE réalisés en Chine. Comme Meissner l'écrit « on cherche en vain dans les méthodes les réalités multiples du français parlé, ...ses variétés et ses normes prescrites qui appartiennent tout à fait à l'expérience centrale de la langue française de tous les jours » (1999 : 239). C'est pour cela qu'un professeur natif est vu comme un atout.

Sur le plan culturel, le professeur natif permet de créer des rencontres entre les deux cultures, des échanges interculturels et peut développer chez les étudiants une compétence interculturelle qui leur permettra non seulement de parler une langue étrangère mais aussi de vivre en contact avec les étrangers.

Dans la pratique, les institutions essaient toujours d'associer aux professeurs chinois des professeurs français. Ils se complètent dans leur façon d'enseigner. Les professeurs chinois enseignent plus particulièrement la grammaire parce qu'ils peuvent comprendre plus vite les difficultés des étudiants et, ayant été eux-mêmes confrontés à ces problèmes lors de leur propre apprentissage, ils savent comment aider l'étudiant à les résoudre. De leur côté, les professeurs français travaillent davantage l'expression orale, donnent davantage la parole aux étudiants car ils sont mieux formés aux approches communicatives.

#### - Degré de satisfaction des cours de français

On aborde des aspects plus pédagogiques concernant l'enseignement du français que les étudiants ont reçu. Le tableau 27 montre les résultats pour les deux groupes.

<b>Satisfaction</b>	<b>Oui</b>	<b>Non</b>	<b>Non indiqué</b>	<b>Total</b>
<b>Anhui</b>	45	10	1 <sup>19</sup>	56
<b>Shanghai</b>	45	1	5	51

Tableau 27 : Les avis des enquêtés sur les cours de français

Pour les 90 enquêtés qui ont répondu positivement, le taux de satisfaction général est élevé, de l'ordre de 90%. Ce taux peut surprendre les Français connus pour leur esprit critique et les amener à poser cette délicate question : ce pourcentage reflète-t-il bien la réalité ? Mais celui qui connaît la culture chinoise sait qu'un Chinois ne cherche pas à transformer l'ordre des choses. Il s'intéresse plutôt à la recherche de l'équilibre, du 'juste milieu'. Il ne s'agit donc jamais pour lui d'aller contre et de dire non mais de mettre en œuvre 'l'art du détour'.

L'origine du mot 'détour' est liée à la stratégie militaire. A l'affrontement, au face-à-face (ou au corps-à-corps) des soldats ou des arguments, est préférée, en Chine, « la pratique du détour qui laisse plus de champ à la manœuvre, la menée insidieuse qui dérouté l'adversaire sans qu'on ait à s'exposer » (Jullien, 1995: 57). Mais au delà de ce sens militaire, l'art du détour est aussi un moyen utile pour éviter un conflit, car la société chinoise (société à éthos consensuel) éprouve une profonde aversion pour le conflit et recherche en premier lieu l'harmonie. Cette aversion pour le conflit peut aller jusqu'à la dissimulation du désaccord (par exemple, les Chinois ont des difficultés à dire non et utilisent de préférence des expressions comme 'Je ne sais pas', 'Nous verrons plus tard', etc.). Cela amène aussi les Chinois à rechercher en permanence le consensus. (Kerbrat, 1994 : 83). Le désir d'éviter le conflit, la divergence peut expliquer le taux élevé de satisfaction.

---

Cette réponse est considérée comme non indiquée, l'enquêté ayant répondu être à la fois satisfait et non satisfait.

Les principales raisons de satisfaction sont identiques pour les deux groupes : la qualité de leurs professeurs, la bonne méthodologie et la bonne ambiance aux cours. Les deux premières raisons sont liées, car ce sont les professeurs selon leur compétence qui mettent en pratique la méthodologie. Le professeur est toujours l'élément le plus important dans un cours, quel que soit le public. Ce phénomène est encore plus évident chez les étudiants chinois. Ils valorisent le professeur en lui apportant beaucoup d'opinions positives. Dans la culture traditionnelle chinoise, on accorde de l'importance au respect envers les professeurs. Des plaques divines étaient installées dans les familles traditionnelles, lesquelles comprenaient le ciel, la terre, le roi, les ancêtres et les professeurs. Cela n'a pas changé avec la modernisation du pays. Pour les Chinois, un professeur est toujours celui qui parle des principes, enseigne des techniques, et dissipe la confusion. L'importance du professeur est visible dans la langue chinoise : 'professeur' (Shi) et 'père' (Fu) sont combinés dans l'expression 'maître' (Shi Fu). Un dicton dit "Celui qui m'enseigne un jour, est mon père pour la vie."

L'importance du professeur en Chine est liée sans doute à l'idée de maître qui est dépositaire d'un savoir. Le fait que les sociétés asiatiques sont très hiérarchisées joue aussi. En fait, c'est le statut du professeur qui est important. Il est donc difficile pour un étudiant chinois de critiquer son professeur et il n'est pas surprenant que le taux d'insatisfaction pour les deux groupes ne représente que 11%. Il est plus faible pour les étudiants de Shanghai.

Les raisons d'insatisfaction sont exprimées par très peu d'étudiants à chaque fois. On ne peut donc pas en tirer une conclusion solide. Pour comprendre le faible taux d'insatisfaction des étudiants de Shanghai, il faut aussi tenir compte de la réputation de cette université dans l'enseignement des langues où elle est considérée comme un des meilleurs établissements pour apprendre le français. Il faut également prendre en compte le bon environnement linguistique de la ville de Shanghai. Les étudiants de Shanghai ont peut-être intériorisé cette bonne image, ce qui expliquerait leurs réponses très positives.

## **Conclusion**

Les conditions d'apprentissage du français devaient faire apparaître une différence dans l'offre de formation, qualité et quantité. Il faut reconnaître que les résultats sur la qualité ne permettent pas de distinguer nettement les deux lieux. La question sur les enseignants natifs ne débouche pas sur un écart entre Shanghai et l'Anhui ; la question sur le degré de satisfaction des cours de français n'est pas rentable en raison de la spécificité culturelle de la société chinoise (éthos consensuel) et du statut privilégié de l'enseignant dans la culture traditionnelle du pays.

La seule différence porte sur la diversité de l'offre de formation en français à Shanghai (dans le secondaire, dans des centres spécialisés en langues). Shanghai est un lieu favorable à l'apprentissage du français et des langues étrangères en général, alors que dans l'Anhui le français n'est enseigné que dans quelques universités (voir 1<sup>ère</sup> partie). Mais, comme on l'a constaté, peu d'enquêtés de Shanghai ont profité de l'offre large pour étudier le français avant leur entrée à l'université. Cela nous permet de confirmer que, pour le moment, l'attractivité du français n'est réelle qu'au niveau des publics universitaires. Le français a un statut de langue universitaire. La politique de diffusion du français par la France vue dans la 2<sup>ème</sup> partie qui donne la priorité au public étudiants paraît réaliste.

### **2.2.2 Attitudes linguistiques et motivation**

Nous abordons à présent la dimension subjective : l'opinion des enquêtés sur le français, les raisons de leur choix d'apprendre le français.

Dans leur enquête sur les attitudes linguistiques d'étudiants suisses sur six langues dont le français, D. Apothéloz et L. Bysaeth expliquent le sens qu'ils donnent au terme *attitude*. Le mot englobe « aussi bien ce qui relève du jugement (affectif, esthétique) des personnes interrogées que ce qui relève de ce que l'on pourrait nommer leur opinion, en désignant par là tout ce qui se fonde sur un savoir (même si ce savoir est erroné) et/ou

sur une expérience (même si elle est partielle) » (1981 : 69). Nous adopterons ce point de vue pour notre analyse. Dans notre enquête, les jugements et les opinions sur le français se fondent sur une expérience réelle d'apprentissage de la langue par des étudiants qui ne sont pas encore très expérimentés (surtout pour ceux qui sont en 1<sup>ère</sup> année) et sur un savoir très partiel sur la France et sa culture.

- Le français, langue facile/difficile (Q8)

Nous avons proposé une échelle à trois niveaux : facile, difficile, très difficile.

Il y a une grande unanimité du jugement dans les deux groupes : le français est une langue difficile, voire très difficile (tableau 28).

	<b>Facile</b>	<b>Difficile</b>	<b>Très difficile</b>	<b>Non indiqué</b>	<b>Total</b>
<b>Anhui</b>	1	53	1	1	56
<b>Shanghai</b>	2	43	6	0	51

Tableau 28 : Le français, langue facile/difficile

Comme nous l'avons évoqué dans le cadre théorique, le degré de difficulté d'une langue est relatif. Le français est difficile surtout pour ceux dont la langue maternelle présente des différences importantes avec cette langue. C'est le cas du chinois, plus précisément le mandarin, qui diffère du français dans de multiples domaines (prononciation, grammaire, écriture). Le fait d'avoir appris l'anglais devrait rendre le français plus accessible (par exemple pour l'écriture) mais cela ne se vérifie pas ici.

L'image du français langue difficile n'est pas particulière aux Chinois. Elle est répandue chez des apprenants d'autres groupes linguistiques. N. Gosse qui s'est intéressée à l'image de l'anglais et du français chez les jeunes Européens constate que le français est souvent perçu comme une langue « difficile à apprendre, élitiste, plus culturelle qu'adaptée aux contraintes économiques » (1997 : 159). En revanche, l'anglais a l'image d'une langue facile, moderne, utile. « La ruée vers l'anglais est liée

essentiellement à des raisons pragmatiques » (ibid., p.157). Le français est beaucoup plus lointain pour les Chinois que pour les Européens mais certaines des images de la langue existent aussi en Chine. C'est le cas pour la difficulté du français.

Nous ne savons pas si les enquêtés de notre étude ont découvert la difficulté du français pendant leur expérience d'apprentissage où s'ils avaient déjà cette image avant de choisir de l'apprendre. Si c'était le cas, cela voudrait dire que la difficulté n'est pas un obstacle et que d'autres facteurs sont plus forts. Les réponses à la question 11 devraient exprimer ces facteurs.

- Le français, langue utile ? (Q11a)

Les étudiants doivent répondre par « oui » ou par « non » et justifier leur réponse.

	Oui	Non	Non indiqué	Total
<b>Anhui</b>	56	0	0	56
<b>Shanghai</b>	45	0	6	51

Tableau 29 : Le français, langue utile

Le tableau 29 montre que le français est utile pour tous les enquêtés de l'Anhui. Six étudiants de Shanghai n'ont pas répondu à cette question. Les étudiants ont donné plusieurs raisons pour justifier l'utilité du français. Nous avons regroupé les réponses selon leur contenu sémantique. Par exemple « atout professionnel » regroupe des réponses comme trouver un meilleur travail, avoir un emploi intéressant, etc. Le tableau 30 présente les raisons les plus citées.

Q11b. Le français langue utile : Pourquoi <sup>20</sup> ?					
Anhui			Shanghai		
1	<b>Atout professionnel</b>	31	14	<b>Echanges économiques et culturels</b>	1
2	<b>Echanges économiques et culturels</b> avec la francophonie	17	13	<b>Atout professionnel</b>	2
3	<b>Connaître la culture française</b>	12	11	Usage international	3
4	Outil de communication, compétence	11	8 8	<b>-Connaître la culture française</b> - Voyager ou étudier en France	4
Total		71	54		

Tableau 30 : Opinions comparées sur le français langue utile

On voit que la notion d'utilité n'est pas limitée à son sens pragmatique et comprend des raisons culturelles et d'autres. Elles sont en effet de plusieurs types :

- raisons instrumentales :

**atout professionnel**

**échanges économiques** (francophonie, An)

études en France (Sh)

- raisons culturelles :

**échanges culturel**

**connaître la culture française**

- statut de la langue :

langue internationale (Sh)

<sup>20</sup> Les raisons communes à Shanghai et à l'Anhui sont en gras.



- capital linguistique :

outil de communication, compétence (An)

- loisirs :

voyager (Sh)

Nous traiterons ensemble les raisons 1 et 2 (atout professionnel, échanges économiques) dans les deux groupes car ces raisons concernent la visée professionnelle. Ce qui surprend, c'est l'écart important dans le nombre de réponses : elles sont très majoritaires chez les étudiants de l'Anhui (48 réponses pour 56 étudiants) et minoritaires chez les étudiants de Shanghai (27 réponses pour 45 étudiants). Cela veut-il dire que le français est une langue jugée peu utile pour l'avenir professionnel par les étudiants de Shanghai ? Même si on ajoute les idées d'étudier en France et le statut international du français qui ouvrent des perspectives, il faut bien constater que si les raisons instrumentales dominent pour le groupe de Shanghai, elles obtiennent un score moyen. Ce résultat est en contradiction avec la réponse à la Q11a sur l'utilité du français : 45 étudiants de Shanghai sur 51 ont répondu positivement. Nous n'avons pas les moyens d'interpréter cette divergence et c'est une des limites du questionnaire comme méthode d'enquête.

Pour les étudiants de l'Anhui qui habitent une région agricole et assez pauvre, l'avenir professionnel est évidemment essentiel : il faut réussir par la formation, les études. Cela explique peut-être le score important des raisons instrumentales. On remarque que les étudiants de l'Anhui qui ont cité les échanges économiques font le lien entre le français et le monde francophone. La francophonie, c'est d'abord les pays d'Afrique où la Chine est économiquement très active comme nous l'avons signalé (voir 2<sup>ème</sup> partie). On voit que certains étudiants de l'Anhui sont informés de cette réalité qui renforce pour eux l'attractivité du français.

« Connaître la culture française » recueille un nombre de réponses assez faible dans les deux groupes : 21% du total des réponses des étudiants de l'Anhui, 15,6% pour ceux de Shanghai. On peut conclure que les raisons culturelles ne sont pas la priorité des étudiants mais qu'elles peuvent les motiver dans une petite mesure. Dans la raison « échanges économiques et culturels », il est difficile de savoir quelle est la part de la culture par rapport à l'économie. C'est pourquoi nous ne ferons pas de commentaire.

La 4<sup>ème</sup> raison de l'Anhui, « outil de communication, compétence » (11 réponses) se rattache au capital linguistique dont nous avons dit que pour avoir une valeur il devait correspondre à des compétences réelles. Les 11 étudiants qui ont fait cette réponse pensent que pouvoir communiquer dans une langue étrangère (ici le français) est important.

- Les raisons du choix du français (Q10)

La question 10, qui est une question ouverte, devrait préciser les attitudes linguistiques et les motivations de départ des étudiants.

Q10. Raisons du choix du français <sup>21</sup>					
Anhui (56 enquêtés)			Shanghai (51 enquêtés)		
1	<b>Atout professionnel</b>	28	14	<b>Culture</b>	1
2	- <b>Passion pour les langues</b>	16	11	<b>Français, belle langue</b>	2
	- <b>Français, belle langue</b>	16			
	- <b>Intérêt, amour du français</b>	16			
3	Amour de la France	10	7	Usage international du français	3
4	<b>Culture</b>	9	6	<b>Passion pour les langues</b>	4
5	Romantisme	5	5	- <b>Atout professionnel</b>	5
			5	- <b>Intérêt, amour du français</b>	
Total		100	48		

Tableau 31 : Raisons comparées du choix du français

Comme pour la question précédente sur l'utilité du français, nous avons regroupé les réponses selon un critère sémantique. Nous remarquons des recouvrements dans les réponses à cette question et à la question 11b. On retrouve les raisons instrumentales avec des résultats qui vont dans le sens des constats précédents : l'atout professionnel vient au 1<sup>er</sup> rang pour les étudiants de l'Anhui (28 réponses) mais obtient un score faible chez les étudiants de Shanghai (5 réponses).

La perspective économique ou utilitariste de l'apprentissage a poussé 28 enquêtés de l'Anhui à choisir d'apprendre le français. Cela confirme une tendance générale en Chine : « La nécessité de trouver un emploi se faisant toujours plus pressante, nos étudiants de français sont aujourd'hui plus utilitaristes que jamais : lorsqu'ils choisissent le français comme spécialité en entrant à l'université, ils espèrent pouvoir, au bout de quatre ans d'études, trouver un bon travail » (Zheng, 2005 : 144).

<sup>21</sup> Les raisons communes aux deux groupes sont en gras.

Les raisons culturelles sont citées également dans les réponses aux questions 10 et 11a. Pour l'Anhui, la culture obtient un score peu élevé (9 réponses), plus faible qu'à la question 11a (12 réponses). En revanche, la culture vient au 1<sup>er</sup> rang pour Shanghai mais avec 14 réponses seulement contre 8 à la question 11a. Cette variation est difficile à interpréter, un questionnaire ne permettant pas de comprendre les motivations en profondeur.

Nous ferons seulement quelques suppositions pour expliquer les différences dans les résultats pour l'Anhui et Shanghai. Comme nous l'avons évoqué dans les parties précédentes, pour la plupart des jeunes de l'Anhui, le seul moyen de réussir socialement est de faire des études universitaires et de trouver ensuite un travail valorisant. Par ailleurs, la présence de la culture française est faible dans cette province. Par conséquent, elle n'est pas le moteur qui encourage les jeunes à apprendre le français. A l'inverse, Shanghai est une mégapole où l'économie se développe vite. Pour les jeunes, faire des études n'est pas un moyen pour sortir d'une situation difficile mais de se faire plaisir et de découvrir le monde. La présence de la culture française est importante dans la ville de Shanghai et les étudiants ont un contact avec celle-ci dans la vie courante. C'est peut-être pour cela qu'ils sont plus sensibles aux raisons culturelles. Cependant il faut souligner que dans les deux groupes, la culture est une raison très secondaire dans les motivations des étudiants de l'enquête.

De nouvelles raisons apparaissent par rapport à la question 11b mais toutes sont minoritaires. Il y a les attitudes positives pour les langues, le français, la France. L'amour du français, de la France est l'expression d'un choix affectif. A chaque fois, les étudiants Shanghai sont moins nombreux à les citer que ceux de l'Anhui :

<b>Attitudes positives</b>	<b>Anhui</b>	<b>Shanghai</b>
- pour les langues	16	6
- pour le français	16	5
- pour la France	10	Non cité

Tableau 32 : Attitudes positives

Les différences entre les deux groupes peuvent surprendre. On attendrait que les étudiants de Shanghai qui viennent dans un environnement multilingue, où le français est plus présent que dans l'Anhui, soient plus ouverts aux langues et au français. Ce n'est pas le cas.

L'autre raison de nature subjective, affective, est relative à l'image du français. C'est le critère esthétique, la beauté de la langue, cité par 16 étudiants de l'Anhui et 11 étudiants de Shanghai. Le français est perçu comme une belle langue sous l'angle des sonorités : doux, fluide, agréable à entendre. Il est impossible de savoir par questionnaire comment cette image s'est construite ; les étudiants ont-ils entendu du français avant de choisir de l'apprendre ? Est-ce qu'on leur a dit que le français était une belle langue ? Il faut tenir compte du fait que le public d'enquêtés est en grande majorité féminin, ce qui peut le rendre plus sensible à l'aspect esthétique de la langue. En consultant les réponses, nous trouvons que parmi les 16 étudiants de l'Anhui disant que le français est une belle langue, 15 sont filles. C'est 9 sur 11 pour Shanghai. Cela confirme notre intuition.

Une image très minoritaire associée à la France par les étudiants de l'Anhui est le romantisme (5 réponses). C'est une représentation fréquente chez beaucoup de Chinois. Cette image vient plutôt des films français. Les Chinois, ou plus largement les Asiatiques, associent le romantisme à la France en raison de son parfum, de sa gastronomie, de son peuple qui n'hésite pas à afficher des gestes amoureux en public... Les 5 réponses sont toutes faites par des filles.

## Conclusion

Le bilan sur les attitudes linguistiques et la motivation des étudiants des deux groupes montre des tendances qu'il faudrait vérifier par des enquêtes avec un plus grand nombre de sujets. La motivation instrumentale est présente, surtout chez les étudiants de l'Anhui qui vivent dans une région où trouver un emploi valorisant n'est pas facile. Nous supposons que les étudiants de Shanghai citent moins les raisons instrumentales parce que dans leur ville les débouchés sont diversifiés et nombreux. Ils sont donc moins préoccupés par la réussite professionnelle qui n'est pas un problème pour eux. La motivation culturelle est secondaire dans les deux groupes ; les écarts entre eux sont trop petits pour être significatifs.

Les images du français sont contrastées dans les deux groupes. Le français est une langue difficile à apprendre mais il est associé à des attitudes positives : intérêt pour le français, belle langue pour une partie des étudiants de l'Anhui, image de langue internationale pour une partie des étudiants de Shanghai. On observe que les questions ouvertes 10 et 11a, destinées à apporter des informations sur les attitudes et la motivation, ont recueilli un nombre plus grand de réponses chez les étudiants de l'Anhui que chez les étudiants de Shanghai (voir tableau ci-dessous). Ceux-ci se sont-ils moins impliqués pour remplir le questionnaire ? Ont-ils manqué d'idées ? En tout cas, cela rend la comparaison plus difficile.

Nombre de réponses	Anhui	Shanghai
Q10	100	48
Q11b	71	54

Tableau 33 : Nombre de réponses comparé

En résumé, l'attractivité du français est celle d'une 2<sup>ème</sup> langue, complément de l'anglais. Son utilité et le choix de l'apprendre sont associés à plusieurs critères de

nature différente. On peut conclure que pour les étudiants enquêtés, le français a une image dispersée. Il n'y a pas une raison qui domine sur toutes les autres pour caractériser son attractivité. L'anglais a certainement une image plus centralisée sur la valeur d'utilité pour les contacts et la réussite. Enfin, le public d'enquête est très majoritairement féminin (18 garçons pour 89 filles). C'est une variable dont nous ne pouvons évaluer les effets sur certaines réponses. Il serait bien sûr intéressant de préciser cette question plus tard.

### **2.3 Attractivité du lieu**

La dernière partie du questionnaire porte sur l'attractivité du lieu qui entre dans les hypothèses que nous avons faites. L'attractivité est évaluée selon trois axes : pour étudier le français, pour les contacts avec des francophones, pour les projets professionnels. Nous avons étudié dans le volet A l'attractivité comparée de Shanghai et de l'Anhui. Shanghai l'emporte de loin. Nous voulons voir maintenant comment cette inégalité d'attractivité se traduit pour les étudiants. Ceux de l'Anhui sont sans doute défavorisés par rapport à ceux de Shanghai et nous voudrions le faire apparaître.

**2.3.1 Lieu attractif pour étudier le français à Hefei (Anhui) et à Shanghai (Q14, 15a, b, c, 19a, b)**

<b>Choix d'étudier à Hefei/à Shanghai (Q14)</b>	<b>Anhui (Hefei) (56 enquêtés)</b>		<b>Shanghai (51 enquêtés)</b>	
Contrainte : sélection	Note au Gaokao	22	0	
Proximité géographique	- étudier près du domicile familial	21	23	- étudier près du domicile familial (12) - être né(e) à Shanghai (11)
Attractivité du lieu	- environnement et développement de la ville	8	19	- ville internationale (12) - échanges internationaux (5) - touristes de tous les pays (2)
		0	12	- perspectives professionnelles (10) - présence d'entreprises étrangères (2)
	- qualité de l'enseignement (8) - réputation de l'université (6)	14	11	- réputation de l'université
		0	7	- occasions de pratiquer le français
	<b>Total attractivité</b>	22	49	

Tableau 34 : Choix du lieu d'études

Le contraste est grand entre les deux groupes. La raison qui vient en tête pour l'Anhui est la note au Gaokao (22 réponses). Le Gaokao, concours d'entrée à l'université, est fondé sur trois épreuves fondamentales : le chinois, l'anglais et les mathématiques,



auxquelles s'ajoute une épreuve de synthèse à orientation scientifique ou littéraire<sup>22</sup>. La note finale est ensuite calculée à partir des résultats aux épreuves. Des points supplémentaires sont accordés à certains candidats tels que les « élèves aux trois qualités », morales, intellectuelles et physiques, les élèves issus des minorités ethniques, les enfants de Chinois d'outre-mer (y compris ceux de Hong Kong, Macao et Taïwan) et ceux de personnalités ayant « œuvré pour la patrie ».

Mais la note obtenue au Gaokao n'est qu'une référence relative. Les universités, dans leur plan de recrutement, intègrent plus de candidats locaux que d'étudiants originaires d'autres provinces en posant une note sélective différente pour les candidats locaux et pour les candidats d'autres provinces. Par exemple, pour être accepté à l'Université de Pékin, un candidat local a besoin de 550 points, alors qu'un candidat de l'Anhui a besoin de 650 points. Puisque de très bonnes universités se situent souvent dans des grandes villes comme Pékin, Shanghai, Canton, les étudiants originaires de petites villes ou des zones rurales sont défavorisés par ce système de sélection. Inversement, les étudiants de grandes villes peuvent entrer dans des universités renommées avec des notes plutôt moyennes, alors que pour les étudiants des régions pauvres, il faut vraiment réaliser un exploit pour y être admis.

Le système du Gaokao a pour conséquence de creuser encore les inégalités en matière d'éducation entre la Chine développée et la Chine sous-développée, entre la Chine urbaine et la Chine rurale. Ce système a comme autre conséquence négative que la plupart des étudiants s'inscrivent dans des universités en fonction du nombre de points qu'ils ont obtenus plutôt qu'en fonction de leurs souhaits. Cela peut entraîner une perte de motivation, voire une mauvaise orientation professionnelle. La contrainte du Gaokao est citée par 22 étudiants de l'Anhui qui auraient sans doute préféré étudier ailleurs qu'à Hefei. Aucun étudiant de Shanghai ne cite cette raison. Le choix est donc beaucoup plus

---

<sup>22</sup> En deuxième année du lycée, les élèves doivent choisir entre la filière scientifique et la filière littéraire. L'épreuve de synthèse porte sur la chimie, la physique et la biologie. L'épreuve littéraire l'histoire, la géographie et la politique.

libre pour le groupe de Shanghai qui peut s'orienter selon ses motivations personnelles.

Une raison commune aux deux groupes qui recueille un score important est la proximité géographique : on étudie dans un lieu proche de la maison familiale ou/et du lieu où on est né(é). Il nous faut préciser que les jeunes Chinois restent tout au long de leur vie très attachés à leurs parents. Etudiants, ils vivent sur le campus en semaine et rentrent chez leurs parents le weekend. Cet attachement n'est pas seulement sentimental. Il est aussi lié à la situation de dépendance financière dans laquelle ils se trouvent. Ce lien familial est encore plus fort dans les régions rurales. Les étudiants font leurs études dans la ville capitale de l'Anhui, région à caractère rural, non pas parce que la ville est favorable à l'apprentissage du français mais parce qu'elle est proche de chez leurs parents. Cette raison n'est pas une contrainte quand elle est associée à des facteurs d'attractivité. Le tableau 34 montre que les étudiants de l'Anhui donnent peu de raisons positives : la ville de Hefei a un coefficient d'attractivité faible (8 réponses seulement). La qualité et la réputation de l'université de l'Anhui recueille 14 réponses pour 56 enquêtés, ce qui est peu. On peut donc supposer qu'étudier à Hefei n'est pas toujours un choix.

Les étudiants de Shanghai placent les facteurs d'attractivité au 1<sup>er</sup> rang (49 réponses contre 22 pour les étudiants de l'Anhui). Le caractère international de la ville (19 réponses), les débouchés professionnels (12 réponses) sont cités. La qualité de l'université a un score peu important (11 réponses) mais peut-être que cela est évident pour les étudiants. Pour ces étudiants, l'attractivité de leur ville est la raison fondamentale de leur choix. Shanghai est présentée comme une ville ouverte aux échanges internationaux, son université est réputée, sa population est cosmopolite. La présence de nombreuses entreprises étrangères offrent des perspectives professionnelles intéressantes. En conséquence, les occasions de pratiquer le français sont plus nombreuses. Tout cela motive les étudiants à choisir Shanghai comme lieu d'étude.

La comparaison entre les deux groupes montre l'inégalité qui les sépare. En tant qu'habitants de Shanghai, les élèves de cette ville peuvent entrer dans une université

locale de bonne réputation sans avoir besoin d'une note brillante au Gaokao. Les étudiants de l'Anhui n'ont pas le même choix. L'attractivité sur le plan de l'environnement que constitue la ville est un autre facteur d'inégalité : Shanghai est une ville de caractère international alors que Hefei est une ville beaucoup moins ouverte sur le monde extérieur.

La question 15a, b, c, qui demande aux étudiants s'ils auraient préféré étudier le français dans une autre ville et pourquoi, permet de vérifier le coefficient d'attractivité de Hefei et de Shanghai. Le résultat est très contrasté, comme on pouvait s'y attendre. Les étudiants de Shanghai sont satisfaits de leur situation et seuls quatre d'entre eux souhaiteraient étudier dans une autre ville (Pékin 3, Paris 1). La quasi totalité des étudiants de l'Anhui voudraient étudier dans une autre ville (Shanghai 27, Pékin 23). Etudier à Hefei est donc pour eux moins un choix qu'une contrainte. Les raisons pour l'une ou l'autre ville ne sont pas très différentes et peuvent être résumées ainsi : présence d'étrangers et de francophones, donc davantage d'occasions de pratiquer le français. C'est une condition importante pour motiver les étudiants.

Un environnement riche en ressources en français est favorable à l'apprentissage du français. La question 19a apporte des informations sur la disponibilité de documentation en français à Shanghai et dans l'Anhui.

<b>Disponibilité de ressources en français</b>	<b>Oui</b>	<b>Non</b>	<b>Total</b>
<b>Anhui</b>	16	40	56
<b>Shanghai</b>	49	2	51

Tableau 35 : Disponibilité de ressources en français

Sans surprise les enquêtés de Shanghai (49/51) répondent positivement alors que ceux de l'Anhui répondent en majorité négativement (40/56). Pour le groupe de l'Anhui, Shanghai, Pékin, Nankin sont des villes dans lesquelles on peut avoir facilement accès à

des documents en français. De nombreuses librairies, bibliothèques et médiathèques sont présentes dans ces grandes villes. Les grands journaux français y sont plus faciles à trouver. De même, les universités des grandes villes disposent de possibilités financières plus importantes que les universités provinciales et leur budget documentation est beaucoup plus élevé, ce dont peuvent profiter les étudiants. Trois d'entre eux citent également internet. Aujourd'hui, les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) permettent aux étudiants en province d'accéder à des ressources documentaires qui ne sont pas présentes dans leurs villes. C'est un outil qui peut permettre de réduire les inégalités territoriales entre les étudiants à condition d'en avoir l'usage.

Les deux étudiants de Shanghai qui ont dit qu'il n'était pas facile de trouver de la documentation française à Shanghai n'ont pas répondu à la question 19b.

### **2.3.2 Lieu favorable pour les contacts avec les francophones (Q16, 17a, b, c, d, e, 18a, b, c)**

Est-il facile de rencontrer des francophones dans la ville où sont les étudiants ? A cette question, une majorité écrasante des étudiants de l'Anhui (95%) trouvent que c'est difficile de rencontrer des francophones. En revanche, 73% des enquêtés de Shanghai pensent que c'est facile. Ce résultat est en accord avec ce qui précède et fait attendre des contacts plus nombreux à Shanghai qu'à Hefei. Or, c'est le contraire qui se produit comme l'indique le tableau 36. On peut voir que 84% (47/56) des étudiants de l'Anhui ont des contacts avec des francophones et que seulement 27% (14/51) des enquêtés de Shanghai en ont.

	<b>Oui</b>	<b>Non</b>	<b>Non indiqué</b>	<b>Total</b>
<b>Anhui</b>	47	8	1	56
<b>Shanghai</b>	14	32	5	51

Tableau 36: Contacts avec des francophones

Ce résultat inattendu peut s'expliquer comme suit. En fait, les contacts ont presque tous lieu au campus. Les étudiants de l'Anhui communiquent avec leur professeur natif et surtout avec des étudiants francophones. Cela montre leur volonté de tirer le meilleur parti de l'environnement universitaire pour pratiquer la langue française. Les ressources francophones semblent moins nombreuses au campus de Shanghai ou alors les étudiants ne recherchent pas ces contacts. On voit d'autre part que s'il est facile de rencontrer des francophones hors de l'université comme le disent les étudiants de Shanghai, l'établissement de contacts réels est plus difficile.

<b>Rôles Q17b</b>	<b>Anhui</b>	<b>Shanghai</b>
Ami(e)	18	5
Etudiant (e)	16	3
Guide	5	/
Professeur	3	/
Interprète	/	2
Passant	/	2
<b>Total</b>	42	12

Tableau 37 : Rôles des enquêtés ayant des contacts avec des francophones

Dans quelle(s) langue(s) ces contacts ont-ils lieu ? La plupart du temps, les étudiants de l'Anhui communiquent avec un francophone en tant qu'amis ou étudiants. Ceux de Shanghai aussi mais plus rarement. Ils emploient rarement le français seul. Ils utilisent très souvent l'anglais (7 Shanghai, 22 Anhui) ou un mélange anglais-chinois (3 Shanghai, 12 Anhui). Autrement dit, les étudiants utilisent l'ensemble de leurs ressources langagières (si la langue est partagée) pour parler avec des francophones ; ils pratiquent une combinaison de langues. La part du français est difficile à préciser. Le niveau de français de ces étudiants, de 1<sup>ère</sup> ou de 2<sup>ème</sup> année universitaire, n'est pas assez

élevé pour tenir une conversation uniquement en français. D'où le recours à l'alternance codique : passage du français à une autre langue en cas de lacunes linguistiques (manque de vocabulaire, de connaissance de la forme grammaticale qui convient, etc.). On peut penser que les rares étudiants qui disent s'exprimer seulement en français réduisent sans doute leurs sujets de conversation aux thèmes dont ils peuvent parler, ou ne sont pas totalement sincères...

On constate que Shanghai est beaucoup plus favorable que l'Anhui pour rencontrer des francophones mais cela ne conduit pas à des pratiques du français plus nombreuses à Shanghai, au contraire. Les contacts se font avec des proches (ami(e)s) ou des pairs (étudiants), donc dans un cercle limité. Les enquêtés pensent-ils qu'avoir des occasions de parler français en dehors des cours les aide à améliorer leur niveau en langue ?

<b>Amélioration du français par les contacts informels (Q18a)</b>	<b>Oui</b>	<b>Non</b>	<b>Non indiqué</b>
<b>Anhui</b>	56	0	0
<b>Shanghai</b>	47	0	4

Tableau 38 : Les contacts informels améliorent le français ?

Les résultats montrent que la communication avec des francophones améliore le niveau de français. Le tableau ci-dessous nous parle des raisons pour lesquelles ils croient que c'est important de pouvoir rencontrer des francophones et communiquer avec eux (Q18b).

Anhui (56 enquêtés)		Shanghai (51 enquêtés)	
<b>Cela aide à connaître ‘le vrai français’, ‘le français populaire’.</b>	57	42	<b>Cela aide à connaître ‘le vrai français’.</b>
La pratique du français est importante.	16	5	<b>Cela aide à connaître la France, son peuple et sa culture.</b>
<b>Cela aide à connaître la France, son peuple et sa culture.</b>	14	2	<b>Cela apporte une plus grande confiance et motivation.</b>
<b>Cela apporte une plus grande confiance et motivation.</b>	6	/	/
<b>Total</b>	93	49	

Tableau 39 : Raisons d’amélioration du français

Les raisons communes sont en gras.

En regroupant les réponses d’après un critère sémantique, nous remarquons que la raison principale est commune aux deux groupes d’enquêtés : la pratique du français avec des francophones aide à connaître ‘le vrai français’. Les enquêtés avaient déjà évoqué cette raison à propos de l’intérêt de l’enseignant natif. Ici, ils très nombreux à donner cette raison. On peut voir ici une critique indirecte : le français appris en cours semble artificiel, académique, et les étudiants ont envie d’apprendre un français vivant, actuel, comme il est utilisé dans la réalité sociale. Ils ont une grande motivation pour une langue authentique. Cela soulève le problème de la formation linguistique des enseignants chinois (il faudrait leur enseigner un français plus naturel) et celui des manuels de français (les méthodes faites en Chine présentent un français « fabriqué »). Les autres raisons recueillent peu de réponses chez les étudiants de Shanghai. Ceux de l’Anhui sont plus nombreux à dire que le contact avec des natifs est une bonne source d’informations sur le pays et sa culture. Il y a donc un certain intérêt pour la découverte de l’autre culture.

Le traitement de la question 18b sur les contacts avec des francophones apporte peu d'informations exploitables à l'exception du 'vrai français'. Il est vrai que l'exposition informelle au français est très limitée. Nous regrettons de ne pas avoir dirigé nos questions sur les pratiques réceptives (films français en VO, chansons, radio...) pour obtenir peut-être des indications plus riches.

### 2.3.3 Lieu attractif pour les projets professionnels (Q20, 21, 22a, b, c)

Cette partie est liée au contexte nouveau de l'économie de marché de la Chine actuelle où l'offre de travail s'est beaucoup transformée. Nous pensons que vu l'inégalité de développement de Shanghai et de l'Anhui, la comparaison devrait montrer des écarts importants dans les possibilités d'insertion professionnelle des deux groupes.

Nous commencerons par la question 21 qui éclaire les projets des étudiants : quelle activité professionnelle visent-ils ?

<b>Activité professionnelle envisagée</b>	<b>Anhui</b>	<b>Shanghai</b>
Traducteur ou interprète	33	16
Travailler dans une entreprise étrangère/française	10	13
Professeur de français	12	8
Guide	9	1
Autres activités <sup>23</sup>	17	21
Non indiqué	5	5

Tableau 40: Activités professionnelles envisagées

<sup>23</sup> Ce sont des activités citées par un ou deux enquêtés comme diplomate, banquier, psychologue, journaliste, fonctionnaire, etc..



En ce qui concerne le métier envisagé après les études, les deux groupes se différencient peu. L'activité professionnelle la plus cotée est la traduction et l'interprétariat. Ce sont des métiers qui s'adressent à des professionnels des langues. Maîtriser l'anglais et le français peut être alors un capital linguistique rentable. Professeur de français est aussi un métier en rapport avec la langue. L'essor de l'apprentissage du français fait que le besoin d'enseignants est réel et des débouchés existent. Travailler dans une entreprise étrangère/française suppose des compétences linguistiques solides. Ces trois orientations sont toutes liées à l'utilité des langues mais aussi à l'image valorisante de ces trois métiers en Chine.

Les résultats font apparaître aussi des activités citées par un ou deux étudiants de chaque groupe : diplomate, banquier, psychologie, journaliste, fonctionnaire, éditeur, etc.. Dans certains de ces métiers (diplomatie, journalisme...), la maîtrise du français peut être un atout. Dans d'autres, celui-ci n'est pas forcément nécessaire (psychologie, politique...), sauf pour faire une partie des études en France ou dans un pays francophone (Belgique, Québec...). Quant à la politique, les langues sont utiles pour les métiers orientés vers les relations avec l'étranger.

La question 20 porte sur la possibilité de stage en entreprise durant les études. Pour ceux qui envisagent de devenir professeur de français, cette question n'est pas très adaptée. Cependant, l'inégalité se révèle : 33 étudiants de Shanghai sur 51 disent avoir cette possibilité contre seulement 13 étudiants de l'Anhui sur 56. Si nous rappelons que Shanghai accueillait environ 470 entreprises françaises contre 6 à Hefei en 2005, on comprend l'écart des réponses.

A la question 'Pouvez-vous trouver ce travail dans la ville où vous étudiez en ce moment', les étudiants de Shanghai, dont l'environnement est plus favorable, répondent positivement à 88% contre 45% pour les étudiants de l'Anhui. Cette inégalité s'explique facilement.

<b>Q22a</b>	<b>Oui</b>	<b>Non</b>	<b>Non indiqué</b>	<b>Total</b>
<b>Anhui</b>	25	30	1	56
<b>Shanghai</b>	45	3	3	51

Tableau 41: Possibilité de trouver ce travail dans la ville

Une métropole comme Shanghai s'est beaucoup développée dans le tourisme, les commerces et les échanges internationaux, ce qui offre des perspectives d'emploi intéressantes. Le nombre important d'entreprises françaises donnent aux étudiants la possibilité d'y travailler. Des universités et des centres privés dispensant des cours de français offrent des postes dans l'enseignement. L'Anhui, province rurale, donne beaucoup moins de perspectives professionnelles dans tous ces domaines.

Mais les réponses à la question 22b et c, qui demande de préciser pourquoi les étudiants pensent qu'ils pourront/ne pourront pas trouver un travail correspondant à leur projet dans leur ville ne montrent pas une différence très grande entre les deux groupes.

<b>Q22b</b>	<b>Anhui</b>	<b>Shanghai</b>
Présence d'entreprises étrangères/françaises	12	14
Offres d'emploi disponibles	9	7
Universités où le français est enseigné	5	/
Nombreux échanges économiques et commerciaux	/	6

Tableau 42 : Attractivité des lieux pour l'emploi envisagé

On s'attendrait à un plus grand nombre de réponses et à des écarts significatifs entre Shanghai et l'Anhui pour les offres d'emploi, la présence d'entreprises. Les étudiants de l'Anhui n'ont pas semble-t-il une connaissance réaliste du tissu économique de la ville de Hefei, ou alors ils sont remplis d'optimisme. Les 30 étudiants qui pensent ne pas trouver de travail dans la ville de Hefei (Q22a) sont beaucoup plus réalistes et sont

conscients des possibilités limitées offertes par l'environnement local. Quant aux étudiants de Shanghai, on peut se demander s'ils ont une bonne connaissance des opportunités offertes par leur ville.

Deux raisons peuvent expliquer le petit nombre de réponses. D'abord, il est possible que les étudiants de 2<sup>ème</sup> année et surtout de 1<sup>ère</sup> année ne pensent pas encore à leur avenir professionnel de manière concrète. Ils sont au début de leur formation universitaire. Plus tard viendra le moment de la spécialisation des études et l'insertion professionnelle sera plus présente. Ensuite, il y a le type d'activité envisagée. Seule une minorité pense travailler dans une entreprise étrangère/française. Devenir traducteur ou interprète ne dit pas si l'étudiant souhaite exercer cette profession dans une entreprise industrielle, dans le tourisme, dans les médias ou autres. La question 22b n'apporte donc pas de réponses suffisamment exploitables sur l'attractivité des deux lieux.

- Questions bilan (Q23a, b, c)

Ces questions concernent les éléments jugés favorables à l'apprentissage du français à Shanghai et à Hefei (Anhui). Comme nous l'avons dit, ces questions devraient confirmer certains résultats obtenus dans la partie « Attractivité du lieu ».

	Oui	Non	Non indiqué	Total
<b>Anhui</b>	18	37	1	56
<b>Shanghai</b>	49	2	0	51

Tableau 43 : Eléments favorables à l'apprentissage du français

Ici, le résultat concorde avec ce que l'on sait sur les deux lieux. Une majorité (37/56) des étudiants de l'Anhui croient qu'il n'y a pas d'éléments favorables à l'apprentissage du français dans la ville de Hefei alors que presque tous les étudiants de Shanghai (49/51) pensent le contraire pour leur ville.

· Éléments jugés favorables à l'apprentissage du français

Seuls 18 étudiants de l'Anhui ont jugé qu'il y avait des éléments favorables, c'est-à-dire une faible minorité. La liste de ce groupe est éclatée en plusieurs éléments dont seuls les principaux sont cités dans le tableau 44. Les 9 raisons données à chaque fois par un seul enquêté ne sont pas notées (l'ambiance, le petit nombre d'apprenants de français, etc.). Ce sont évidemment les éléments défavorables qui sont intéressants car ils sont exprimés par une majorité d'étudiants.

La quasi-totalité des étudiants de Shanghai ont répondu positivement. Les éléments donnés sont assez nombreux (83 réponses pour 49 étudiants concernés). Un seul élément concentre un maximum de réponses : la présence étrangère et française. Pour le français c'est la langue, la culture, les natifs, les entreprises (27 réponses) ; C'est aussi la richesse de l'offre d'enseignement (9 réponses). Le résultat est un environnement linguistique favorable (8 réponses). L'argument majeur est donc la nature internationale de la ville de Shanghai, son ouverture sur le monde. La présence de Français, de francophones offre une visibilité et une audibilité du français dans l'univers quotidien de l'étudiant. C'est d'autant plus important dans un pays comme la Chine où les étrangers sont encore peu nombreux en raison de son ouverture récente. D'autres raisons confirment la Q19c : accès facile à une documentation en français (9 réponses), qualité des professeurs (8 réponses). Les 4 réponses données par un seul enquêté ne sont pas notées dans le tableau.

Anhui		Shanghai	
<b>Qualité du professeur natif</b>	9	27	<b>Présence d'étrangers, de Français, d'entreprises françaises et de la culture française</b>
<b>Présence de Français, de Francophones, d'entreprises françaises et de la culture française</b>	8	9	Histoire et envergure de l'enseignement du français dans la ville
Environnement calme	3	8	Environnement linguistique favorable
<b>Documentation riche</b>	2	8	<b>Echanges sino-français/internationaux</b>
<b>Echanges sino-français/internationaux</b>	2	7	Ville internationale et culture ouverte
/	/	12	<b>Documentation riche</b>
/	/	7	Qualité des professeurs

Tableau 44 : Eléments favorables à l'apprentissage du français

Les éléments communs sont en gras.

· Eléments défavorables (ce qui manque)

Nous ne commenterons que le cas des étudiants de l'Anhui qui sont 37 à considérer que leur environnement n'est pas favorable à l'apprentissage du français. Les deux raisons principales données sont l'écho en négatif des éléments jugés favorables par les étudiants de Shanghai : peu d'étrangers et donc de francophones (d'où peu de pratique du français), pas assez d'échanges internationaux, manque de documentation en français (qui confirme la réponse à la Q19a). Cela donne un environnement linguistique peu favorable.

	<b>Anhui</b>
Peu d'étrangers/francophones/Français et peu d'entreprises françaises	20
Documentation insuffisante	15
Peu de pratique du français	9
Environnement linguistique défavorable	7
Manque d'échanges internationaux/avec la Francophonie	4
Peu d'apprenants de français	4
Manque d'activités concernant le français et la France	2
<b>Total</b>	<b>61</b>

Tableau 45 : Eléments défavorables

Les réponses aux questions libres mettent en évidence que Shanghai est considérée par les étudiants eux-mêmes comme une ville dont l'environnement est favorable à l'E/A du français alors que Hefei est évaluée négativement. On peut dire que les étudiants de Shanghai sont privilégiés. De tels résultats sont prévisibles. Mais pour nous, ils présentent l'intérêt de montrer que les étudiants ont conscience du potentiel/du manque de potentiel de leur environnement. On peut penser que l'université de l'Anhui devrait augmenter ses coopérations avec la France, développer les ressources documentaires en français ainsi que l'exposition à la langue française. Il faut prendre en compte que le département de français est récent et que les perspectives de développement sont bonnes.

### **Conclusion**

Shanghai et l'Anhui sont des territoires inégaux sur le plan de leur développement et c'est une réalité évidente et connue. La comparaison de leur attractivité devait montrer l'importance de ces inégalités et c'est ce que nous avons fait dans le volet A de cette 3<sup>ème</sup> partie. L'analyse du questionnaire (volet B) indique que les étudiants sont

conscients des caractéristiques de leur environnement. Les étudiants de Shanghai soulignent l'ouverture internationale de leur ville, son dynamisme alors que ceux de l'Anhui restent dans leur région par contrainte plus que par choix et sont nombreux à exprimer leur insatisfaction (peu d'étranger/de Français...). Ces différences ont des effets sur l'E/A du français. A Shanghai, l'offre est plus diversifiée, l'environnement linguistique est plus favorable, la documentation en français est plus riche, les débouchés professionnels sont plus intéressants qu'à Hefei (Anhui). Par rapport à la demande de français, Shanghai, avec une présence française significative peut inciter les étudiants à apprendre le français.

En ce qui concerne les attitudes et les motivations pour l'apprentissage du français, on trouve chez tous l'image du français langue difficile à apprendre. Ce trait plutôt négatif est compensé par différents aspects positifs. Il y a d'abord l'utilité du français : les raisons instrumentales dominent dans les deux groupes mais avec un score plus important chez les étudiants de l'Anhui (85,7%) que chez ceux de Shanghai (50%). Il semble naturel que les moins favorisés se sentent préoccupés par leur avenir. Les raisons culturelles, affectives (amour du français, beauté de la langue...) sont exprimées ensuite mais de manière moins fréquente. On trouve donc dans le choix du français un mélange inégal : un pragmatisme majoritaire et des motivations personnelles réelles mais secondaires.

## CONCLUSION

Notre étude visait à mieux comprendre, dans la Chine qui s'ouvre au monde, la relation entre territoires et langues étrangères à travers leur attractivité respective. Nous pensons que le contexte de la mondialisation influence l'attractivité des territoires et celle des langues et que l'attractivité d'un lieu agit sur l'offre et la demande des langues.

A partir de cette problématique, nous nous sommes donc interrogée sur deux questions importantes :

- Pourquoi y a-t-il, depuis quelques années, une croissance importante de l'enseignement/apprentissage du français au niveau universitaire en Chine ? Ce développement est-il lié aux transformations récentes du pays ?
- Quelles sont les motivations à l'apprentissage du français ? Ces motivations ont-elles un lien avec le changement du pays ? Les étudiants sont-ils seulement motivés par des raisons utilitaires ? Y a-t-il d'autres raisons ?

Nous avons choisi deux territoires inégaux en tant qu'espaces mondialisés: la municipalité de Shanghai et la province de l'Anhui. Notre objectif était de montrer que dans ces deux territoires, l'offre et la demande en langues étaient différentes. Notre intérêt s'est centré sur le français. Une grille d'analyse de l'attractivité des territoires et une enquête auprès d'étudiants de français dans les deux lieux ont fourni des données pour répondre à nos questions et vérifier nos hypothèses.

Les principaux résultats obtenus au terme de l'étude seront présentés en fonction de ces hypothèses.



## **Relation entre l'attractivité d'un lieu et l'offre/demande en langues**

Première hypothèse :

L'attractivité d'un territoire dépend de son implication dans la mondialisation. Plus les activités y sont internationalisées, plus l'offre et la demande en langues y sont importantes. Les échanges mondialisés favorisent la diffusion des langues internationales, en l'occurrence le français.

Notre étude confirme cette hypothèse. Dans le volet A de la 3<sup>ème</sup> partie, nous avons cerné cinq facteurs qui indiquent le degré d'implication d'un territoire dans la mondialisation. L'application de la grille d'analyse démontre la grande inégalité des deux territoires ; il y a d'un côté une métropole qui est au cœur de la mondialisation et de l'autre une province, l'Anhui encore peu touchée par le phénomène.

Quels sont les effets de l'inégalité des deux territoires sur l'offre et la demande en français ? L'étude des politiques linguistiques fait voir le rôle important de l'action de diffusion du français par la France. Cette action se réalise par le développement du réseau culturel français (ouverture d'Alliances françaises), les coopérations au niveau universitaire : les formations mises en place visent l'enseignement du français pour les études (avec possibilité d'étudier en France) et pour la profession. C'est une orientation plutôt utilitaire. L'offre en français est surtout active dans les territoires les plus dynamiques et Shanghai en bénéficie beaucoup plus que l'Anhui. L'offre/demande en français est également favorisée par la présence française (entreprises, visibilité de la culture française...). Mais il nous semble que ce qui agit sur la demande, c'est la nécessité nouvelle pour les Chinois de pouvoir pratiquer des langues internationales pour communiquer avec le monde. La mondialisation favorise la diffusion des langues qui rendent possible une communication large avec des interlocuteurs de langues différentes. Dans ce sens, un capital linguistique composé de l'anglais et du français est perçu comme une bonne valeur. Cela conduit à la deuxième hypothèse.

## **Relation entre la mondialisation et les motivations**

Deuxième hypothèse :

La mondialisation a des effets sur les motivations à l'apprentissage d'une langue. La valeur « marchande » de la langue domine dans le choix de l'apprentissage (pragmatisme des choix).

La mondialisation fait que les langues ont des forces d'attraction différentes selon leurs positions sur le marché des langues. L'internationalisation des échanges renforce les grandes langues. Ce phénomène joue en faveur d'une langue internationale comme le français. Notre enquête confirme le lien entre utilité d'une langue (le français) et le choix de l'apprendre. Pour les deux groupes, le français est une langue utile et est un atout professionnel. On voit que l'inégalité de développement des deux territoires n'a aucun effet sur l'orientation de la motivation des étudiants. Le critère central est la mondialisation qui agit sur la demande utilitaire, pour ceux qui vivent dans une ville mondialisée (Shanghai) et encore plus pour ceux qui sont à l'écart de la mondialisation (Anhui).

## **L'apprentissage du français et les motivations personnelles**

Troisième hypothèse :

De jeunes étudiants peuvent être influencés par des motivations personnelles (ouverture sur la culture, attirance pour la langue, etc.) dans leur choix d'apprentissage du français.

La mondialisation fait que l'orientation fonctionnelle domine dans le choix d'apprentissage des langues. Mais les motivations personnelles ne sont pas complètement absentes. L'enquête nous montre qu'une partie des étudiants des deux lieux sont motivés par des raisons comme la découverte de la culture française,

l'attrance pour le français et pour la France... Ces motivations culturelles et affectives sont cependant secondaires dans les deux groupes.

### **Perspectives d'approfondissement**

Notre travail se veut une modeste contribution à la prise en compte de la mondialisation dans l'offre/demande des langues étrangères. Les points que nous avons abordés, les questions que nous avons posées dans cette thèse indiquent que ce travail est encore limité. Des approfondissements sont nécessaires. Mais il faut dire qu'en Chine, le sujet que nous avons traité est encore très nouveau. Il n'y a donc pas de travaux sur lesquels nous avons pu nous appuyer. Dans ce sens, cette étude est une contribution qui peut avoir un intérêt.

Par rapport au questionnaire, nous n'avons pas pu contrôler le déroulement de sa réalisation en raison de contraintes financières. La construction du questionnaire manque parfois de rigueur. Certaines questions occupent trop de place par rapport à d'autres qui ont besoin d'être creusées davantage. Par exemple, les questions concernant les conditions d'apprentissage ne sont pas fondamentales, alors que celles sur les motivations manquent de développement. Dans le prolongement de notre thèse, des entretiens permettant d'éclaircir certains points peuvent être envisagés. Nous nous demandons pourquoi les enquêtés de Shanghai paraissent moins impliqués dans la réponse au questionnaire et pourquoi ils ne profitent pas davantage de la présence française dans leur ville. Il faudrait mieux évaluer l'influence de la variable sexe sur les résultats avec des enquêtes portant sur le même nombre de garçons et de filles. Il serait intéressant d'enquêter avec des étudiants de 1<sup>ère</sup> année qui ont encore une vision floue de leur avenir et des étudiants de dernière année qui vont bientôt entrer dans la vie active pour voir si le critère utilitaire est plus présent à la fin d'une formation qu'au début.

Dans notre recherche, nous avons abordé la problématique de l'E/A des langues à travers la mondialisation. Selon notre analyse, Shanghai est une ville très ouverte aux échanges internationaux, le développement de l'offre/demande du français y est en pleine croissance. L'Anhui paraît très loin derrière Shanghai. Mais la mondialisation est un phénomène galopant et nous ne savons pas quelle sera la situation de l'Anhui dans cinq ou dix ans.

La mondialisation favorise l'instrumentalisation de l'apprentissage des langues. Le modèle économique dominant privilégie le court terme et la vision utilitariste des langues prévaut. La langue n'est plus considérée que comme un outil dont seule l'efficacité immédiate est prise en compte. C'est là une évolution dangereuse qui peut conduire à l'uniformisation linguistique en favorisant quelques grandes langues. La diversité linguistique, source d'enrichissement culturel, « est aujourd'hui un objet à défendre face à la centration des choix sur les langues jugées « utiles » à apprendre, pour un avenir professionnel plus sûr, pour une meilleure insertion – dit-on – dans la société marchande et technologique » (Holtzer, 2006 : 13). Nous nous situons dans cette perspective critique.

L'utilitarisme risque de priver les apprenants de langue d'une véritable expérience de l'apprentissage, aventure à la rencontre d'une double altérité. « Altérité qui se révèle quand s'appréhende le stéréotype culturel, quand se déplace et se reconstruit le champ des catégories linguistiques, mais altérité aussi quand le sujet conquiert un regard sur lui-même, un espace d'analyse œuvré à la frontière des langues, dans le jeu d'aller et retour que ne cesse de pratiquer l'apprentissage » (Bourdet, 1999 : 265). Ce pragmatisme utilitaire est manifeste en Chine, où la réussite économique est l'objectif non seulement du pays mais aussi des individus. Dans un tel contexte, c'est d'autant plus important de sensibiliser les jeunes étudiants à réfléchir sur les aspects non instrumentaux des langues : connaissance du fonctionnement d'une autre langue, ouverture d'esprit, découverte d'autres cultures et d'autres peuples. Nous pensons que

l'université, en tant qu'institution éducative ne doit pas négliger les aspects formateurs pour l'individu d'une vision humaniste de l'apprentissage des langues. En tant que chercheuse en sciences du langage et enseignante de langue, nous avons aussi cette responsabilité.

Il y a certainement d'autres réflexions à tirer de notre travail. Il nous appartient de poursuivre notre recherche avec d'autres pour approfondir ces pistes de travail.

## Bibliographie

## BIBLIOGRAPHIE

ALLPORT Gordon, « Attitudes » in *A Handbook of Social Psychology*, Worcester, MA : Clark University Press, 1935, p.798-844.

APOTHELOZ Denis, BYSAETH Léo, « Attitudes linguistiques : résultats d'une enquête », in *Tranel* n°2, Université de Neuchâtel, 1981, p.69-90.

ATTALI Jacques, *Dictionnaire du XXIe siècle*, Paris, Fayard, 1998, cité ici dans l'édition du Livre de Poche.

AUBERT Bernard, « Publics spécifiques et communication spécialisée » (Table ronde), in *Le Français dans le Monde*, série Recherches et Applications, Hachette, 1990, p.170-175.

BEAUDOIN Louise, *Plaidoyer pour la diversité linguistique*, Québec, Editions Fides, 2008.

BEJA Jean-Philippe, « Soixante ans de pouvoir communiste en Chine : les illusions perdues », in *Revue Esprit : Ce qui nous reste de 1989*, n°358, octobre 2009, p.106-124.

BOGAARDS Paul, *Aptitude et affectivité dans l'apprentissage des langues étrangères*, Paris, Didier, 1991.

BOUKOUS Ahmed, « Le questionnaire », in *L'enquête sociolinguistique*, Calvet, Dumont (dirs.), Paris, L'Harmattan, p.15-24.

BOURDET Jean-François, « Fiction, identité, apprentissage », in *Etudes de Linguistique appliquée* n°115, juillet-septembre 1999, p.265-273.

BOURDIEU Pierre, *Ce que parler veut dire*, Paris, Fayard, 1982.

BRACHET Muriel, *Les silences dans les cours de pratique orale en milieu universitaire japonais*, Mémoire de DEA, Université de Franche-Comté, 2000.

BROSSOLLET Guy, *Les Français de Shanghai : 1849-1949*, Paris, Belin, 1999.

CALVET Louis-Jean, *Les politiques linguistiques*, Paris, PUF, coll. Que sais-je ?, 1996.

CALVET Louis-Jean, *Aux origines de la sociolinguistique, la conférence de sociolinguistique de l'UCLA (1964)*, Language & société, 1999.

CALVET Louis-Jean, *Le marché aux langues, Les effets linguistiques de la mondialisation*, Paris, Plon, 2002.

CALVET Louis-Jean, Dumont Pierre (Dir.), *L'enquête sociolinguistique*, Paris, L'Harmattan, 1999.

CARDOSO Marguerite, GROBERT Anne, NOURISSIER Paulina (éd.), *Chine: de Pékin à Hongkong*, Paris, Hachette livre, 2003.

CHENG Anne, « Confucianisme, postmodernisme et valeurs asiatiques », in *Géopolitique et mondialisation*, Université de tous les savoirs volume 19, Paris, Ed. Odile Jacob, 2002, p.92-106.

China statistical yearbook 2005, sous la direction de Jingping Zheng, Pékin, Editions des annuaires statistiques, 2005.

COHEN Elie, « Table ronde : Penser la mondialisation : de l'économique au politique », in *Revue politique et parlementaire* n°1015, novembre-décembre, 2001, p.2-31.

COSTE Daniel, « 1940 à nos jours : consolidations et ajustements », in *Le Français dans le Monde*, série Recherches et applications, Hachette, 1998, p.75-95.



DABENE Louise, *Repères sociolinguistiques pour l'enseignement des langues : les situations plurilingues*, Paris, Hachette F.L.E., 1994.

DABENE Louise, « L'image des langues et leur apprentissage », in *Les langues et leurs images*, IRDP, Neuchâtel, 1997, p.19-23.

DAUTRY Claire-Lise, « Identification de quelques résistances dans l'enseignement/apprentissage du FLE en milieu monolingue chinois : l'exemple de l'AF de Shanghai », in *Synergies Chine*, PU Zhihong, FU Rong, LI Keyong, RICHER Jean-Jacques (Coordonné), Numéro 1, Année 2005, GERFLINT, p.89-93.

DEHERGNE Joseph, « Un envoyé de l'empereur K'ang-hi à Louis XIV: le père Joachim Bouvet (1656-1730) », in *Bulletin de l'Université Aurore*, série 3, t. 4, N° 3, 1943a, p.672-676.

DEHERGNE Joseph, « Un grand Français : Parrenin "1665-1741" », in *Revue Nationale Chinoise*, été, 1943b, p.46.

DERMIGNY Louis, *La Chine et l'occident : le commerce à Canton au XVIII<sup>e</sup> siècle, 1719-1833*, Tome I, Paris, Ecole Pratique des Hautes Etudes, 1964.

DESMONS Fabienne et alii, *Enseigner le FLE, Pratiques de Classe*, Paris, Belin, 2005.

Dictionnaire historique de la langue française, sous la direction d'Alain Rey, Paris, DICOROBERT, 1992.

DIRECTION DE LA COOPÉRATION CULTURELLE ET LINGUISTIQUE, *Une politique pour le français*, Paris, Association pour la diffusion de la pensée française, La Documentation française, 1996.

DISSON Agnès, *Pour une approche communicative dans l'enseignement du français au Japon. Bilan et propositions*, Presse universitaires d'Osaka, 1996.

DOMENACH Jean-Luc, « Le communisme chinois au risque de la mondialisation », in *Géopolitique et mondialisation*, Université de tous les savoirs volume 19, Paris, Ed. Odile Jacob, 2002, p.52-60.

DURAND Charles, *La langue française : atout ou obstacles ?*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail, 1997.

ÉTIEMBLE René, *L'Europe chinoise. 2, De la sinophilie à la sinophobie*, Paris, Gallimard, 1989.

FABRE Guilhem, *Chine : le piège des inégalités*, Paris, la Documentation française, 2000.

FRANCK Michel, « Les entreprises françaises mondiales et l'usage du français... », in *Hermès* n°40, Paris, CNRS Editions, 2004, p.158-162.

FREMY Dominique et Michèle, *Quid 2005*, Paris, Robert Laffont, 2004.

FU ke, *Histoire de l'enseignement de l'anglais en Chine*, Shanghai, Presse de l'Enseignement des Langues étrangères de Shanghai, 3<sup>e</sup> édition, 2004.

FU Rong, « Politiques et stratégies linguistiques dans l'enseignement supérieur des langues étrangères en Chine nouvelle », in *Synergies Chine*, PU Zhihong, FU Rong, LI Keyong, RICHER Jean-Jacques (Coordonné), Numéro 1, Année 2005, GERFLINT, p.27-39.

GALISSON Robert, COSTE Daniel (sous la dir. de), *Dictionnaire de didactique des langues*, Paris, Hachette, 1976.

GARDNER Robert C., LAMBERT Wallace. E., *Attitudes and motivation in second-language learning*, Massachusetts, Newbury house publishers, 1972.

GAUBIL Antoine, *Correspondance de Pékin, 1722-1759*, publiée par Renée SIMON, Genève, Droz, 1970.

GAVALDA Elodie, ROUVIN Laurence, *La Chine face à la mondialisation*, Paris, L'Harmattan, 2007.

GENTELLE Pierre, *Chine et « diaspora »*, Paris, Ellipses, 2000a.

GENTELLE Pierre, «Réflexions sur l'idée de région dans la Chine des dix-huit provinces », in *Géopolitique en Chine*, Hérodote n°96, 1<sup>er</sup> trimestre 2000, Paris, La Découverte, 2000b, p.81-99.

GENTELLE Pierre, *Chine, un continent...et au-delà...?*, Paris, La Documentation française, 2001.

GERNET Jacques, *Le monde chinois*, Paris, Librairie Armand Colin, 1972.

GERNET Jacques, *Chine et Christianisme, Action et réaction*, Paris, Gallimard, 1982.

GIRARD Marcel, « Moscou et Pékin : deux postes d'action culturelle, deux moments d'histoire », in *Aspects d'une politique de diffusion du français langue étrangère depuis 1945*, COSTE Daniel (coordonné), Paris, Hatier, 1984, p.71-78.

GLADNEY Dru, « Cent façons ou presque d'être chinois », in *Courrier international*, n° 978, 1<sup>er</sup> au 19 août 2009.

GOHARD-RADENKOVIC Aline, *Communiquer en langue étrangère. De compétences culturelles vers des compétences linguistiques*, Peter Lang, 1999.

GOSSE Noëlle, « L'enseignement des langues : un enjeu européen que se partagent essentiellement l'anglais et le français, illustration et explications à travers l'expérience des programmes ERASMUS et LINGUA », in *Les Langues et leurs images*, IRDP, Neuchâtel, 1997, p.155-160.

GRANET Marcel, *La pensée chinoise*, Paris, Albin Michel, 2005.

GRIN François, ROSSIAUD Jean, « Mondialisation, processus marchands et dynamique des langues », in *Universalisation et différenciation des modèles culturels*. Beyrouth, Agence universitaire de la francophonie, Université Saint-Joseph, 1999, p.113-142.

HAGÈGE Claude, *Combat pour le français : au nom de la diversité des langues et des cultures*, Paris, Odile Jacob, 2006.

HAUT CONSEIL DE LA FRANCOPHONIE, *Etat de la francophonie dans le monde. Données 1997-1998*, Paris, la Documentation française, 1999.

HEBRARD Jean, « Politiques linguistiques et didactiques des langues », in *La didactique des langues en face-à-face*, Paris, Hatier, CREDIF, 1988, p.111-127.

HOBSBAWM Eric, *Nations et nationalisme depuis 1780*, Paris, Gallimard, 1992.

HOLTZER Gisèle, « Enseigner les cultures à l'ère de la mondialisation », in *Bulletin de l'Université Lomonossov*, Moscou, n°1, 2003, p.70-82.

HOLTZER Gisèle, « Du français fonctionnel au français sur objectifs spécifiques. Histoire des notions et des pratiques », in *Le français dans le monde*, Série Recherches et applications, CLE International, 2003, p.8-24.

HOLTZER Gisèle, BACH Gerhard, « Hommage à Michael Wendt », in *Pourquoi apprendre des langues ?*, Bach/Holtzer (éds.), Francfort, Peter Lang, 2006, p.11-16.

HU Yu, *Le métier d'étudiant étranger : le cas des étudiants chinois non spécialistes de français en France*, thèse sous la dir. de M. Abdallah Pretceille, soutenue à l'Université Paris III, 2005.

JULLIEN François, *Le détour et l'accès : stratégies du sens en Chine, en Grèce*, Paris, Grasset & Fasquelle, 1995.

KERBRAT-ORECCHIONI Catherine, *Les interactions verbales (Tome 3)*, Paris, A. Colin, 1994.

KRASTEVA, Anna, « Le français : enjeu identitaire ou diplomatique en Bulgarie », in *Géopolitique de la langue française*, Hérodote n°126, Paris, La Découverte, 2007, p.143-150.

LACOSTE Yves, « Géopolitique des grandes villes », in *Hérodote* n°101, Paris, La Découverte, 2001, p.3-9.

LARIVIERE Jean-Pierre, MARCHAND Jean-Pierre, *Géographie de la Chine*, Paris, Armand Colin, 1999.

LASAGABASTER David, « Les attitudes linguistiques : un état des lieux », in *Appropriation des langues et attitudes linguistiques*, ATIENZA José Luis (coordoné par), revue de didactologie des langues-cultures et de lexiculturologie, n°144, octobre-décembre 2006, p.393-406.

LE BRETON Jean-Marie, « Réflexions anglophiles sur la géopolitique de l'anglais », in *Géopolitique de l'anglais*, Hérodote n°115, Paris, La Découverte, 2004, p.11-23.

LE NINAN Claude, MIROUDOT Bernadette, « Apprentissage du FOS. Diversité des situations d'enseignement », in *Le Français dans le Monde*, série Recherches et applications, Cle International, 2004, p.106-114.

LI Qiwen, *Les échanges entre la culture chinoise et la culture européenne au 18<sup>e</sup> siècle*, traduit du chinois par ZHU Jieqin, Maison d'édition du commerce, Pékin, 1962.

LI Shenwen, *Stratégies missionnaires des jésuites français en nouvelle-France et en Chine au XVII<sup>e</sup> siècle*. Paris, les Presses de l'Université Laval, L'Harmattan, 2001.

LOLLIER Jean-Charles, PRIGENT Lionel, THOUÉMENT Hervé (sous la dir. de), *Les nouveaux facteurs d'attractivité dans le jeu de la mondialisation*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2005.

LOMBARD Alain, *Politique culturelle internationale. Le modèle français face à la mondialisation*, Paris, Babel, 2003.

LOPEZ Javier Suso, « Langue française et éducation des élites », in *Synergie Espagne* N°2, 2009, p.81-97.

MAISONNEUVE Jean, *La psychologie sociale*, Paris, PUF, coll. Que sais-je ?, 21<sup>e</sup> édition refondue, 2009.

MARZOUKI Samir, « La francophonie des élites : le cas de la Tunisie », in *Géopolitique de la langue française*, Hérodote n°126, Paris, La Découverte, 2007, p.35-43.

MAURER Bruno, « Pour de nouvelles représentations du français dans la modernité », in *L'avenir du français*, MAURAS Jacques, DUMONT Pierre, KLINKENBERG Jean-Marie, MAURER Bruno, CHARDENET Patrick (sous la dir. de), Paris, Editions des archives contemporaines, 2008, p.134-141.

MEISSNER Franz-Joseph, « Variétés linguistiques et apprentissage du français: vers l'intégration de la langue parlée dans l'enseignement de F.L.E. », in *Le français parlé: variété et discours*, BARBERIS Jeanne-Marie (éd.), Montpellier, Université Paul-Valéry, Montpellier III, 1999, p.237-254.

MERLE Aurore, SZTANKE Michaël, *Etudiants chinois, Qui sont les élites de demain ?*, Paris, Editions Autrement, 2006.

METZGER Laurent, *Les lauriers de Shanghai : des Concessions internationales à la métropole moderne*, Genève, Editions Olizane, 1999.

MINISTÈRE CHINOIS DE L'ÉDUCATION, « Le développement de l'E/A des langues étrangères dans les établissements chinois d'enseignement supérieur de langue », in *Langues étrangères*, Journal de l'Université des Etudes Internationales de Shanghai, n°5, 1999, p.8-14.

MINISTÈRE CHINOIS DE L'ÉDUCATION, *Programme de l'enseignement de l'anglais dans le secondaire*, Pékin, 2003.

MOREAU DEFARGES Philippe, *Introduction à la géopolitique*, Paris, Seuil, 1994.

MOREAU Marie-Louise (éd.), *Sociolinguistique : les concepts de base*, Bruxelles, P. Mardaga, 1997.

MOSCOVICI Serge, *La psychanalyse, son image et son public*, Paris, PUF, 1961.

PIMPANEAU Jacques, *Chine : culture et traditions*, Arles, Philippe Picquier, 2004.

PU Zhihong, LU Jingming, XU Xiaoyao, « Survol historique des manuels de français en Chine », in *Synergies Chine*, PU Zhihong, FU Rong, LI Keyong, RICHER Jean-Jacques (Coord.), n°1, Année 2005, GERFLINT, p.72-79.

QUIVY Raymond, VAN CAMPENHOUDT Luc, *Manuel de recherche en sciences sociales*, Paris, Bordas, 1988.

ROBERT Jean-Michel, « Sensibilisation au public asiatique l'exemple chinois », in *Revue de didactologie des langues-cultures* 2002/2, n°126, p.135-143.

SAILLARD Claire, « Présentation », in *Synergies Chine*, PU Zhihong, FU Rong, LI Keyong, RICHER Jean-Jacques (Coord.), Numéro 1, Année 2005, GERFLINT, p.8-12.

SAINT ROBERT (de) Marie-Josée, *La politique de la langue française*, Paris, PUF, coll. Que sais-je ?, 2000.

SALINS Geneviève-Dominique, *Grammaire pour l'enseignement/apprentissage du FLE*, Paris, Didier/Hatier, 1996.

SANJUAN Thierry, *Atlas de la Chine. Les mutations accélérées*, Paris, Edition Autrement, 2007.

SELLIER Michèle, Intervention au Colloque « Français langue étrangère et Français langue seconde en France et à l'étranger », Maison de l'UNESCO, Paris, 15 mars 2002.

SPRINGER Claude, *La didactique des langues face aux défis de la formation des adultes*, Paris, Ophrys, 1996.

THIOLLET Hélène, « Pékin investit l'Afrique », in *L'Atlas des migrations*, Le Monde hors-série, 2009, p.111.

THOMAS Raymond, ALAPHILIPPE Daniel, *Les attitudes (2<sup>e</sup> édition corrigée)*, Paris, PUF, coll. Que sais-je ?, 1993.



THOMAS William Isaac, ZNANIECKI Florian, *Le paysan polonais en Europe et en Amérique, Récit de vie d'un migrant*, traduit de l'américain par GAUDILLAT Yves, Paris, Nathan, 1998.

VIGNER Gérard, « Les nouvelles frontières du français », in *Le Français dans le Monde* n°302, janvier-février 1999, p.88-91.

XIE Fuzhan (sous la dir. de), *China Statistical Yearbook 2008*, Pékin, Editions des annuaires statistiques, 2008.

VARELA Lia, « Les politiques du français à l'heure de la mondialisation », in *L'avenir du français*, MAURAS Jacques, DUMONT Pierre, KLINKENBERG Jean-Marie, MAURER Bruno, CHARDENET Patrick (sous la dir. de), Paris, Editions des archives contemporaines, 2008, p.41-47.

VELTZ Pierre, *Mondialisation villes et territoires, l'économie d'archipel*, Paris, PUF, 1996.

WANG Rong, « Les cultures étrangères », in *Education et société chinoises*, volume 35, n°6, 2002, p.33-35.

WEINRICH Harald, « Petite xénologie des langues étrangères », in *Communications* n°43, Paris, Seuil, 1986, p.187-203.

YAGUELLO Marina, *Catalogue des idées reçues sur la langue*, Paris, Seuil, 1988.

ZHAO Donghua, *Les traits de caractère de Shanghai*, Shanghai, Maison d'édition de l'économie chinoise, 2005.

ZHENG Lihua, « Pour une approche interculturelle de l'enseignement du français en Chine », in *Synergies Chine*, PU Zhihong, FU Rong, LI Keyong, RICHER Jean-Jacques (Coordonné), Numéro 1, Année 2005, GERFLINT, p.143-151.

### **Magazines et articles de presse**

L'ATLAS DES MIGRATIONS, *Le monde* Hors-série, 2009.

### **Internet**

XU Minglong, HUANG Jialue et Montesquieu : une belle histoire dans les échanges culturels entre la Chine et la France, *Internet*, site Les périodiques chinois, [www.cnki.net](http://www.cnki.net), mai 2005.

## **Table des matières des annexes**

Annexe 1 : Les langues de l'Asie orientale..... 3

Annexe 2 : Questionnaire destiné aux étudiants de l'Anhui et de Shanghai..... 4