



GLOTTOPOL

Revue de sociolinguistique en ligne

n° 9 – janvier 2007

Francophonies américaines

SOMMAIRE

Robert Fournier : *Présentation*

Marc Picard : *Les noms de famille du Canada français : origines et évolution*

Paul Laurendeau : *Avoir un méchant langage. Du comportement social dans les représentations épilinguistiques de la culture vernaculaire : le cas du Québec francophone*

Julie Auger, Anne-José Villeneuve : *L'épenthèse vocalique et les clitiques en français québécois*

Patrice Brasseur : *Les représentations linguistiques des francophones de la péninsule de Port-au-Port à Terre-Neuve*

Marie-Odile Magnan, Annie Pilote : *Multiculturalisme et francophonie(s) : Enjeux pour l'école de la minorité linguistique*

Michel Chevrier : *Franchir les seuils : le théâtre liminaire de Jean Marc Dalpé et de Michel Ouellette*

Edith Szlezák : « Parfois le bon mot nous échappe » : *Interference Phenomena Among Franco-Americans in Massachusetts*

Cynthia A. Fox, Jane S. Smith : *Recherches en cours sur le français franco-américain*

Peggy Pacini : *Présence visible et invisible de la langue française dans la littérature franco-américaine contemporaine*

Pascal Lepesqueux : *Le français hérité de la Nouvelle-Orléans*

Robert Fournier : *Une petite histoire des Français d'ici*

Comptes rendus

Régine Delamotte-Legrand : Aliyah Morgenstern, 2006, *Un JE en construction. Genèse de l'auto-désignation chez le jeune enfant*, Bibliothèque de Faits de Langues, Paris, Ophrys, 176 p.

Danièle Latin : Equipe IFA- Sénégal, 2006, *Les mots du patrimoine : le Sénégal*. AUF/EAC, Paris, 599 p.

Aurélie Lefebvre : Michel Beniamino, Lise Gauvin (dirs.), 2005, *Vocabulaire des études francophones. Les concepts de base*, Presses Universitaires de Limoges (PULIM), coll. Francophonies, 210 p.

LE FRANÇAIS HERITE DE LA NOUVELLE-ORLEANS

Pascal Lapesqueux

Université de Rouen, Laboratoire DYALANG

Pourquoi vouloir s'intéresser au présent à une langue qui a cessé d'être pratiquée depuis longtemps ? Le français, vernaculaire disparu à la Nouvelle-Orléans, c'est l'implacable constat généralement fait, avec raison, par les spécialistes de la question (Valdman, Ancelet, Dubois, Binder...). Pourtant, paradoxalement, à cette absence de français parlé répond, dans le paysage de la ville, une surabondance de signes à caractère francophone, omniprésents et multiformes. C'est justement ce paradoxe entre absence de pratique et revendication symbolique que cet article se propose d'étudier. A travers une analyse des fonctions actuelles du français à la Nouvelle-Orléans, il tentera d'éclairer le processus de mythification, d'instrumentalisation qui ont permis à ce français, finalement, de résister, de perdurer, sous certaines formes, jusqu'à nos jours.

Le français de la Nouvelle-Orléans : un vernaculaire disparu

L'étude des statistiques du recensement américain de 2000¹ confirme nettement la perte de statut du français comme langue vernaculaire à la Nouvelle-Orléans. D'après les dernières données collectées, la population apparaît clairement comme très majoritairement unilingue anglaise² et le français n'y constitue plus, aujourd'hui, qu'une langue bien marginale puisque seules 6171 personnes ont déclaré parler français à la maison (sur un total de 450 000 recensés). Représentant désormais à peine 1,36 % de la population totale, ces locuteurs francophones réguliers, souvent par ailleurs parfaitement américanophones, s'ils restent une des premières communautés linguistiques exolingues de la ville, sont désormais 3 fois moins nombreux que ceux pratiquant régulièrement l'espagnol ou encore deux fois moins nombreux que ceux parlant le vietnamien³. On ne peut donc plus aujourd'hui raisonnablement parler du français comme d'une langue vernaculaire à la Nouvelle-Orléans⁴.

¹ Source : U.S. Census Bureau, *Detailed Tables, 2000*. Données : Age by languages spoken at home for the population 5 years and over. Universe : Population 5 years and over. Consultable sur le site www.census.gov. Statistiquement, la paroisse d'Orléans et la ville de la Nouvelle-Orléans se confondent.

² Seuls 8,9 % des adultes et 6,2 % des jeunes ont déclaré parler une autre langue que l'anglais à la maison (*ibid.*).

³ Comme pour le vietnamien, les pourcentages élevés concernant l'espagnol semblent refléter plus sûrement les effets de l'immigration récente, plutôt qu'une quelconque survivance linguistique coloniale.

⁴ Par ailleurs, on ne recense plus que 299 locuteurs quotidiens de créole à base de français, dont certains certainement d'origine haïtienne récente (*ibid.*).

Cependant, la comparaison des données de déclarations d'ascendance⁵ avec celle des pratiques linguistiques est révélatrice d'un paradoxe local plus intéressant. On y constate que si moins de 2 % de la population déclarait pratiquer le français à la maison, ils sont toutefois trois à quatre fois plus nombreux (près de 18 000 individus, soit 5 % du total des ascendances revendiquées) à se déclarer d'origine française. Si ce groupe reste modeste, il constitue toutefois la première des ascendances revendiquées localement, presque à égalité, cette fois-ci, avec le nombre de ceux déclarant une origine allemande et avant les groupes déclarant une ascendance italienne, irlandaise, « africaine » et « américaine »... Pourtant, le nombre des locuteurs italiens et allemands est désormais beaucoup plus modeste (avec 618 et 1107 individus⁶ respectivement) que le nombre relatif des francophones déclarés. Pourtant les colonies germanophones ou italianophones ont été, autrefois, aussi nombreuses que la colonie francophone (Houdaille, 1996 ; Bourdelais, 2000). Ceci semblerait indiquer une acculturation ou un recul linguistique plus rapides chez les Allemands ou les Italiens que chez les francophones, qui semblent, eux, mieux résister. Ensuite, on peut remarquer que le nombre de personnes se déclarant directement d'une origine cadienne reste très modeste, puisque ne comptant que pour 0,14 % du total. Or, cette population est potentiellement nombreuse en Louisiane⁷. Cela peut, bien sûr, s'expliquer par l'histoire démographique de la ville, les immigrants français s'installant traditionnellement en ville (Bourdelais, 2000), mais cela peut également refléter une tendance locale à favoriser l'ancêtre « mythique » français ou canadien par rapport à d'autres. Enfin, par extension au point de vue linguistique, cet attachement à leurs racines pourrait pousser certaines personnes à déclarer parler le français à la maison, sans réellement le pratiquer, mais ceci dans une logique d'attachement identitaire⁸.

Absence de pratique mais paysage saturé d'images : un français paradoxal

Le grand paradoxe de la Nouvelle-Orléans réside dans le fait que si personne ou presque n'y parle plus, réellement, le français, une visite de la ville pourrait, malgré tout, laisser une illusion contraire. On y observe, en effet, une certaine profusion de signes visuels à caractère francophone et des clins d'oeil incessants à la présence historique française. Cette insistance apparaît pourtant sans commune mesure avec les quelques 67 années pendant lesquelles la France a tant bien que mal gouverné la Louisiane, alors que, concrètement les 36 années d'administration espagnole sont jugées autrement plus efficaces (Garvey, 2001 : 17-39 ; 41-57) et que, surtout, on vient de célébrer, en 2003, le bicentenaire de son achat par les Etats-Unis. Cette véritable « mise en scène » semble résulter d'un choix, plus ou moins inconscient, fait par certains locaux de privilégier, de revendiquer, plutôt qu'une autre, leur part de culture française⁹. Ce choix me semble également expliquer la survivance, jusqu'à aujourd'hui du français, sous certaines formes, prolongeant ainsi sa présence, symbolique, bien au-delà de sa disparition comme vernaculaire principal (autour de 1865, selon Eble, 2003 : 256). Et ce sont ces fonctions particulières auxquelles semble encore répondre ce français aujourd'hui que je nomme le français « hérité » de la Nouvelle-Orléans.

⁵ Le cens américain comporte une rubrique où les personnes recensées peuvent indiquer leurs origines familiales. Source : U.S. Census Bureau, Summary File 3, sample data PCT16, Ancestry (first ancestry reported), universe: total population, *Detailed Tables*, 2000.

⁶ U.S. Census Bureau, PCT10, Age by language spoken at home for the population 5 years and over, *Detailed Tables*, 2000.

⁷ Le rapport est de un ancêtre cajun déclaré pour six français dans la paroisse de Lafayette contre un pour trente à la Nouvelle-Orléans (déclarations d'ascendance comparées des paroisses de Lafayette et d'Orléans, *ibid.*, 2000).

⁸ Si l'on tenait, malgré tout, à estimer l'importance de la communauté francophone endogène, principalement en extrayant des statistiques les francophones exogènes (immigrés récents français et européens, haïtiens, africains, canadiens et vietnamiens...), celle-ci ne devrait dépasser les 2000 individus. Cette francophonie résiduelle, forcément hétérogène, ne constitue vraiment plus qu'une goutte d'eau dans l'océan américanophone.

⁹ La ville est pourtant, depuis ses origines, fortement métissée (voir, entre autres auteurs, Dominguez, 1986).

Qui sont les promoteurs de ce français écrit ?

Une partie des affichages est de source officielle. La mairie et le comité pour le tourisme sont les initiateurs de certaines des initiatives les plus spectaculaires ; celles visant à donner un cachet francophone à certains quartiers et à attirer le tourisme. On affiche ainsi, dans le *Vieux Carré*¹⁰, au-dessus des noms de rues en anglais, leur nom original en français¹¹. On trouve également des panneaux d'information historiques, une face en anglais, l'autre en français, avec, toutefois, le côté français le plus souvent mal orienté par rapport au public. Cependant, la majeure partie de signes francophones a une origine privée¹². Pour une grande part ce sont des enseignes commerciales, mais on trouve aussi des éléments décoratifs et d'autres, plus expressifs. De plus, la majorité de ceux qui optent pour un signe francophone ignorent le français et c'est justement cette reprise plus ou moins adroite de ce français par des non-francophones qui est souvent la plus intéressante¹³. Quoi qu'il en soit, ce phénomène d'affichage de la francophonie contribue à nourrir l'impression d'atmosphère d'ailleurs et de mœurs plus « libres » à laquelle les touristes, particulièrement les touristes américains et les non-francophones, sont sensibles (Geronimi, 2003 : 99, 150, 214-218). Ainsi, aller à la Nouvelle-Orléans « *c'est pouvoir se rapprocher au plus près de l'Europe sans avoir besoin de passeport* », proclament, assez régulièrement, les auteurs de guides de voyage¹⁴.



Signe n. 1 : noms de rues bilingues dans le French Quarter.

Mais, au delà du décor, partie la plus visible et la plus directement appréciable par les touristes, à quelles autres fonctions plus intimes ce français répond-il ?

¹⁰ Les acceptions en italiques sont issues directement du corpus « francophone » de la Nouvelle-Orléans.

¹¹ Par ailleurs, de grands placards de faïences, datant de l'époque espagnole, se contentent de traduire le nom français originel, ce qui laisse à supposer que les Espagnols n'ont pas tenté d'imposer leur culture.

¹² L'un des panneaux d'information historique est daté (1982) et émane du Department of culture, recreation and tourism. Difficile à cerner, ce phénomène de francisation du paysage (public et privé) serait, cependant, relativement récent. Le Dr Egea-Khune, de l'Université de Louisiane, évoque les célébrations de 1999 commémorant le tricentenaire de la fondation de la Louisiane par la France comme un des moments forts d'apparition de ces signes.

¹³ Difficile de distinguer ethniquement qui produit ces signes, faute d'une enquête systématique, à mener.

¹⁴ Ainsi Nick Foxe, chroniqueur touristique : « The French Quarter is a living museum, a time capsule visited by the present. It is also the closest you can get to Europe without needing a passport ». Nick Foxe, Beyond Bourbon Street: seeking the real New Orleans, 2004, <http://www.bootsnall.com/travelstories/na/feb04nola.html>.

Les fonctions d'un français hérité :

La fonction indicative : un exemple du processus d'acculturation ?

Très correctement traduits en français (on ne déniche que quelques erreurs, comme cette *rue des Ursules* mise pour « Ursulines street », par exemple), ces noms de rues bilingues sont une des premières choses que remarque le touriste quand il arrive au dit « Quartier Français ». C'est d'ailleurs, pour beaucoup d'Américains, l'occasion d'une première approche du français. Et si les célèbres *rue Bourbon*, *rue royale*, et *rue de la levée* quadrillent le French Quarter, c'est cependant à l'échelle de la ville entière que l'on retrouve régulièrement ces noms d'origine « française ». Bien sûr, la majorité des noms sont d'origine culturelle américaine, en général des noms propres ou peu inspirés (noms de fruits, d'arbres, parfois encore des numéros ou des lettres), mais on trouve également quelques noms amérindiens, comme ce « Tchoupitoulas » qui alimente les débats sur sa prononciation ou un certain nombre de rues d'inspiration espagnole. Mais, par un sort du hasard, ces noms de rues « espagnols » comme « Miro », « De Soto », « Salcedo » (essentiellement des noms d'administrateurs coloniaux) ont mauvaise réputation, contrairement aux rues à nom « français », qui correspondent souvent à des quartiers plus « cotés ». En étudiant un plan de la ville¹⁵, on comptabilise 254 noms de rues ayant un nom ou un rapport culturel avec la France, ce qui représente environ 8 % des noms de rues du « Greater New Orleans ». Cependant, nombre d'entre elles ayant été traduites (« Elysean Fields », « Goodchildren Street »... sont les anciens « Champs Elysées » ou la « Rue des bons enfants » du *Faubourg Marigny* (Chase, 1979 : 95-99)), on peut sûrement considérer ce pourcentage comme plus élevé. De plus, cette présence « francoïde » est d'autant plus impressionnante qu'elle est concentrée dans les quartiers les plus touristiques, les plus recherchés. Enfin, avec cette particularité liée aux plans en carrés de donner des rues parfois longues de plusieurs kilomètres, on étend cette illusion un peu partout dans la ville, touchant, ainsi, une assez forte population¹⁶.

La thématique et l'évolution de ces noms de rues va nous permettre de mettre au jour un processus d'acculturation. On trouve dans le quartier français, originel, beaucoup de noms hérités de la France d'ancien régime : personnages influents au moment de la création de la colonie : *Bourbon*, *Dauphine*, *Toulouse*, *Conti*, *Orléans*... ou les premiers administrateurs coloniaux : *Lasalle*, *Bienville*, *Iberville*, *du Maine*, *Maurepas*, *Cadillac*, *Kerlerec*... Des célébrités françaises : *La Fontaine*, *Buffon*, *Fénelon*... côtoient des porteurs d'idéaux philosophiques comme *Mirabeau*, *Montesquieu*, *Carnot*... et quelques créoles laissent leurs marques, tel le général de Beauregard... Enfin, un vocabulaire toponymique d'origine française résiste, inchangé, tel que : *Grande route St John*, *Belvédère*, *Esplanade*, *Bocage*, *Faubourg Tremé*... Mais, à côté de cela on a, de création plus récente, des collections un peu originales comme cette série des grands crus : *Bordeaux*, *Champagne*, *Cognac* ; toute une volée de « Châteaux » : *Latour*, *Margaux*, *Mouton Rotschild*... ou cette évocation de villes françaises que sont les *Belfort*, *Deauville*, *Cannes*, *Lourdes*, *Laval Streets*... 26 rues sont, également, officiellement listées précédées d'un « rue », comme la *rue Andrée*, la *rue Denise*, la *rue Marcel*... Enfin, sur le plan, certains noms sont retranscrits avec des erreurs orthographiques comme « *Vencennes* », « *Lamans* », « *Grenocle* »...

On le sent, la plupart des noms les plus anciens ont clairement une origine politique : c'est le cas des noms originels dans le quartier français, flattant les promoteurs de la colonie pour

¹⁵ Source : Commission of tourism, *City map*, 2004.

¹⁶ Avoir des noms de rues d'origine française dans le *Vieux carré* n'évite cependant pas les confusions. Ainsi, prononcer le nom des rues *Chartres*, *Bourbon* ou *Orléans* à la française risque de ne pas être compris... Il en va de même pour les noms d'enseignes, la prononciation à l'américaine prévalant.

s'en attirer les bonnes grâces, mais c'est aussi le cas, plus contemporain, de cette étonnante série des rues « napoléoniennes » : une avenue *Napoléon* est encadrée de rappels des principales victoires impériales, les rues *Austerlitz*, *Marengo*, *Jena*, *Cadix*... coupant une des principales artères de la ville. A cela s'ajoute, dans un autre quartier, une évocation des Maréchaux d'Empire, *Murat*, *Ney*, *Bernadotte* et *Cambronne*¹⁷. Par contre, certaines séries, encore plus récentes, auraient une origine plus « terre à terre » : d'après l'auteur d'un livre sur New Orleans¹⁸, la compagnie qui a construit une partie des lotissements de l'est de la ville aurait trouvé l'inspiration dans un guide touristique français, du type du guide Michelin, recopiant par l'index le nom des villes du guide pour en baptiser ses rues. Ce qui expliquerait, à l'est de la Nouvelle-Orléans la présence de toute une série de rues *Cherbourg*, *Toulon*, *Granville*, *Calais* ... On observe une double évolution : géographiquement, si ces rues d'origine française sont en général assez concentrées, au gré des héritages, des promoteurs ou de l'inspiration des fonctionnaires, elles se raréfient à mesure que l'on s'éloigne du centre historique français. On observe également une évolution chronologique des thèmes, à mesure que la ville s'étend dans l'espace, les références francophones se font de plus en plus contemporaines, même si, hormis pour le *Général de Gaulle drive*, inauguré à la suite d'une visite du général en 1959, peu s'étendent jusqu'au XX^e siècle. On observe surtout un changement dans les motivations : au choix éminemment politique qui avait présidé au baptême des rues du French Quarter on substitue des dénominations qui semblent de plus en plus « fantaisistes » à mesure que l'éloignement de la sphère culturelle francophone s'accroît. Ces noms de rues semblent symptomatiques d'un schéma d'acculturation, classique de la Nouvelle-Orléans, mais aussi d'un mouvement identitaire conservateur : originellement de culture française dominante, la ville hérite de certains « marqueurs » de cette culture, comme les noms des rues. Bien que non francophone, les générations qui suivent baignent dans cette atmosphère. Désormais « décisionnaires », ces nouvelles générations déclinent à leur tour, comme une tradition, mais sans la compréhension des enjeux qui prévalaient à l'époque première, cette originalité de donner des noms français aux rues de la ville. On prend désormais un atlas, on décline des noms de vins... bref, on récupère une culture, dont on est désormais éloigné et qu'on ne comprend plus que partiellement, pour réutiliser, à des fins très pratiques, une particularité à l'origine très politique. On a donc comme un mouvement de simplification, mais certainement aussi la marque certaine d'affection pour un passé francophone considéré glorieux, ainsi qu'un attachement à ce qui peut nous distinguer, et nous rend différent, unique. D'autres éléments non graphiques mais ayant un rapport direct avec la culture française, comme la statue dorée de Jeanne d'Arc, trônant sur la *place de France* et honorant la protectrice de la Nouvelle-Orléans, mais également des éléments architecturaux comme une fontaine parisienne, une colonne Morris, dons de la ville de Paris... ont contribué, justement, à faire qualifier New Orleans de « Petit Paris »¹⁹. Mais, parmi les signes graphiques les plus forts rappelant et alimentant cette illusion de présence française, on a ces drapeaux français, dont la ville est parsemée.

¹⁷ La Louisiane fut un lieu de refuge pour les partisans de Napoléon (De La Souchere-Delery, 1973).

¹⁸ Il s'agit de Buddy Stall, que j'ai rencontré (Stall, 1991).

¹⁹ Paris inspire d'ailleurs certains noms d'enseignes : *Fleur de Paris*, *Le petit Paris restaurant*, *Galerie rive gauche*, *Le chat noir*... même si les spécialistes nous disent que l'architecture du quartier français est principalement d'inspiration espagnole et locale (Geronimi, 2003 : 79-80 ; Garvey, 2001 : 57).

La fonction identitaire

Des éléments culturels français visuels omniprésents : les drapeaux

La présence de drapeaux étrangers (espagnols, italiens, irlandais...) est courante aux Etats-Unis. Mais ce qui frappe à la Nouvelle-Orléans, ce sont ces drapeaux français largement répandus dans le paysage de la ville.

Ces drapeaux français (tricolores, bleus ou blancs à fleur de lys d'or) sont le plus souvent accompagnés de drapeaux américains, louisianais ou espagnols, mais il arrive de les voir flotter tout seuls, sans concession. Ces drapeaux français, souvent à fleur de lys, se retrouvent surtout sur la façade d'hôtels, de restaurants, ou de musées... mais des maisons particulières, sans enjeu commercial ou touristique sous-jacent, les exposent également. Si, à l'échelle de la ville, les drapeaux américains restent les plus nombreux, la présence de drapeaux à fleur de lys est déjà étonnante en soi. Leur présence semble en totale contradiction avec l'esprit même des Etats-Unis : pays fondé sur une double aversion, celle de la royauté (fût-elle anglaise) et celle de la colonisation, afficher un drapeau à fleur de lys ou un drapeau tricolore, c'est aller justement à l'encontre, a priori, de ces principes fondateurs. La fleur de lys est pourtant devenue le symbole de la ville et celle-ci est, littéralement, omniprésente : beaucoup de magasins l'intègrent à leurs enseignes, comme pour témoigner de leur caractère local, les arrêts du tramway, les T-shirts se l'approprient et on se la tatoue même sur le dos ou l'épaule²⁰... Mais, alors, pourquoi avoir privilégié les drapeaux français ou à fleur de lys ? On aurait pu leur préférer les drapeaux sudistes, par exemple. Pourtant, il n'y a quasiment pas de drapeaux confédérés dans toute la ville, alors, qu'à titre de comparaison, le Tennessee ou le Mississippi s'en couvrent largement. Peut-être est-ce lié à l'histoire peu glorieuse de la ville pendant la guerre civile, prise très vite²¹, mais je pense surtout que c'est encore un enjeu politique trop important que d'afficher le « Dixie flag » confédéré, alors qu'afficher des drapeaux français ou espagnols offre moins de chance de choquer. Au contraire, gages d'une qualité de service et d'un attachement à une époque, à une culture valorisée, cette présence semble privilégier l'aspect décoratif au politique, en ayant évacué une grande partie de l'étendue du symbole, pour n'en privilégier qu'un aspect. Enfin, le catholicisme et l'histoire d'une grande partie des habitants (certaines vieilles familles créoles blanches, notamment, sont d'origine noble) peuvent aussi expliquer cet attachement à un symbole royal. On ne doit donc pas y voir un enjeu politique, mais, encore une fois, plutôt un marqueur identitaire.

Le français de mémoire : les cimetières, derniers témoins de la francophonie ?

New Orleans, ville multiculturelle, affiche dans la pierre de ses cimetières les origines multiples des migrants qui l'ont peuplé. On y trouve des inscriptions funéraires gravées en anglais, français, espagnol et même en slave, toutes alignées. L'étude de ces inscriptions est là aussi, révélatrice d'une fonction identitaire. Les pierres tombales les plus anciennes sont gravées en français, ce qui est logique. Par contre, et c'est plus étonnant *a priori*, compte tenu de la longueur de leur domination politique, on trouve peu de tombes en espagnol. Les sépultures modernes sont, elles, en anglais. D'après mes observations sur le terrain²², l'époque à laquelle la langue utilisée dans la rédaction des inscriptions funéraires passe du français à l'anglais peut être datée, environ, du tournant du XX^e siècle (entre 1880 et 1920). On constate généralement que les familles des générations nées avant la guerre civile optent, à la mort de

²⁰ La confusion avec l'emblème des « Saints », l'équipe locale de football américain n'est pas permise, car le tatouage est souvent sous-titré d'un « *N.O.L.A* », acronyme de New Orleans, Louisiana.

²¹ La ville se rend dès 1862, suite au blocus imposé par la marine de l'Union. S'en suit une occupation nordiste mal ressentie et une résistance passive des habitants encore célèbre (Garvey, 2001 : 139-152).

²² Observations faites aux cimetières Saint Louis n°1, 2 et 3. Ce dernier, sur Esplanade Avenue, est encore utilisé.

leurs proches, pour des tombes en français, alors que celles des personnes nées après la guerre civile privilégient l'anglais. On observe même parfois, gravé dans la pierre des tombeaux, ce basculement linguistique au sein d'une même famille. On remarque également, autour des années 1900-1930, une période très intéressante au cours de laquelle certaines tombes mélangent le français et l'anglais dans une même inscription, comme si les graveurs eux-mêmes s'efforçaient de recopier les modèles français précédents mais se voyaient obligés de combler leurs lacunes linguistiques par des mots anglais. Ce qui est plus surprenant encore, c'est le fait que, même encore aujourd'hui, une partie de la population de la ville s'entête à conserver ses tombes rédigées en français. Ce sont principalement les trois groupes suivants : les vieilles familles créoles, certains ordres de nonnes²³, souvent d'origine française, mais aussi de nouveaux arrivants qui veulent s'intégrer à la culture dominante en imitant une tradition locale. Cette inscription illustre toutes ces tendances :

« *Commander Vladimir Matthew Von Der Friede*
Né St. Petersburg
En Russia 1895
Décédé 20 avril 1966, À la Nouvelle Orléans »,

Sûrement marié à une Créole :

« *Selika Adrienne Mazerat Von Der Friede*
Décédée le 9 Oct. 1968
Agée de 79 ans »²⁴

On le constate ici, choisir une inscription en français n'est pas forcément synonyme de maîtrise orale ou écrite de la langue, mais cette étude des inscriptions funéraires marque, une nouvelle fois, un aspect de l'attachement à la culture francophone.

Le français de protestation

Le français peut avoir une autre fonction, très contemporaine, qui est celle de marqueur d'une non-intégration latente à la société américaine. C'est le cas des Cadiens (« Cajuns ») et des Créoles de couleur, longtemps rejetés par cette même société américaine et qui trouvent dans le français prétexte à afficher leurs qualités et leurs différences (Smith-Thibodeaux, 1977 ; Le Menestrel, 1999 ; Dubois, 2000). Mais cela se traduit aussi, parfois, lors de manifestations carnavalesques, où le français intervient en jeu de mot dans les titres des chars ou des banderoles. Ainsi, la très délurée *Krewe du Vieux*²⁵, qui s'est faite une spécialité des défilés à connotation anti-puritaine a-t-elle baptisé sa dernière parade : *C'est Levee !*²⁶, un char y réclamant même le rachat de la Louisiane par la France, l'Etat fédéral n'ayant pas été à la hauteur des événements ! Plus sérieusement, une partie de cette population bohème du Quartier Français se conforme mal au modèle américain de société qu'on veut lui imposer²⁷. Utiliser le français, c'est plaider, peut-être, pour un monde différent, une ouverture d'esprit. C'est, certes, une utilisation mineure du français, mais qui apparaît régulièrement. Enfin,

²³ Ainsi, la tombe la plus récente en français que j'ai retrouvée est celle d'une nonne décédée en 2000, à l'âge de 95 ans (monument des « Little sisters of the poor », cimetière St-Louis n° 3).

²⁴ Remarquez la différence de qualité du français entre l'inscription du mari et celle de la femme (St Louis n° 3).

²⁵ Il y a rime entre « krewe » et « vieux », car le nom est prononcé « à l'américaine » : [kru^w du^w vu^w].

²⁶ *France Amérique*, 18 février 2006. La *levée* est le nom traditionnel de la digue protégeant la Nouvelle-Orléans.

²⁷ Elle est d'ailleurs poussée hors du Vieux Carré par les promoteurs, s'installant vers les proches *Faubourg Marigny* ou « Bywater ».

l'emploi du français permet d'ordonner, d'imposer mais de manière plus douce. Ainsi, peindre ou afficher des signes tels que *Apprenez-leur le caniveau* ou *Défense de stationner* plutôt que leurs équivalents en anglais, offre l'avantage d'offrir des avertissements suffisamment explicites graphiquement pour être compris, tout en étant adoucis, humorisés par l'emploi du français²⁸.

Les enseignes commerciales à nom français

D'abord, je voudrais insister sur le fait que l'abondance relative d'enseignes francophones est bien une particularité locale. Ce n'est pas faute aux Etats-Unis, terre d'immigrations multiples, de pouvoir trouver des langues de substitution à l'anglais autrement plus usitées que le français : l'espagnol, le mandarin, l'italien, s'affichent déjà largement sur les murs de Miami, Los Angeles ou New York, et pourraient répondre efficacement à l'éventuelle demande d'inscriptions « exotiques » pour un magasin. Pourtant, dans cette vieille capitale du Sud, la Nouvelle-Orléans, c'est le français qui domine parmi les inscriptions étrangères. C'est un cas rare, voire unique à ma connaissance aux USA. De plus, alors que les Etats-Unis sont un pays de chaînes commerciales, uniformes d'une côte à l'autre, la Nouvelle-Orléans semble offrir, elle, une diversité étonnante du nombre d'enseignes. Dans l'index des pages jaunes de l'agglomération néo-orléanaise²⁹, j'ai pu relever pas moins de 420 occurrences à caractère francophone³⁰. Ce nombre peut paraître dérisoire à l'échelle d'une ville de 450 000 habitants, mais la Nouvelle-Orléans semble concentrer, à elle seule, autant de signes francophones que tout le Sud des Etats-Unis. Ainsi, le pays cajun, pourtant partiellement et activement francophone, semble paradoxalement moins riche en signes de ce type. Ceci peut s'expliquer par le fait que les Cajuns sont surtout de culture orale alors, qu'à contrario, le français de la Nouvelle-Orléans a toujours bénéficié d'un environnement littéraire, ce qui peut expliquer une survivance possible par l'écrit. Par ailleurs, le français se diffuse également grâce aux produits commerciaux dérivés de ces commerces à noms francophones : gobelets, allumettes, tee-shirts, flyers... Il est certes difficile de mesurer l'impact d'une telle promotion, mais elle n'est sûrement pas à négliger, elle fait rentrer ce français, dans l'inconscient des consommateurs, comme un fait faisant partie du paysage. Ainsi, la tasse des cafés *Rue de la course* passe-t-elle du magasin au bureau, à la maison, à l'école, une intention au départ commerciale, mais qui, indirectement, diffuse un signe francophone dans toute la ville. Cette chaîne de coffee shops tient son nom de son implantation originale, sur « Race Street », anciennement *Rue de la course*. Il a suffi au propriétaire de retraduire en français l'adresse originelle pour lui donner un petit côté plus « parisien ».

²⁸ Signes relevés par la photographie dans le Quartier français. Ce jeu de reprise en français s'inspire beaucoup des initiatives officielles.

²⁹ Source : Bell South Corp., *Bell South Yellow pages, Greater New Orleans*, valables de mai 2004 à mai 2005.

³⁰ Une enseigne se voit attribuer un « caractère francophone » quand au moins un élément de son signe reprend un vocabulaire, une syntaxe, ou une image, évoquant un lien culturel direct avec la France ou la langue française. S'appuyant sur les 'Pages jaunes', souvent lacunaires sur le type de magasin ou sa localisation, on reste bien sûr, tributaire de la manière dont les noms d'enseignes ont été retranscrits, comme pour ce *Beau coup treasures* ou *Rine shapeoux*'. J'ai néanmoins décidé d'accepter la graphie des pages jaunes car bien qu'imparfaites, ses listes semblent convenir à une première approche thématique et syntaxique.



Signe n. 2 : La « cup » du café Rue de la course

Une répartition géographique par « foyers »

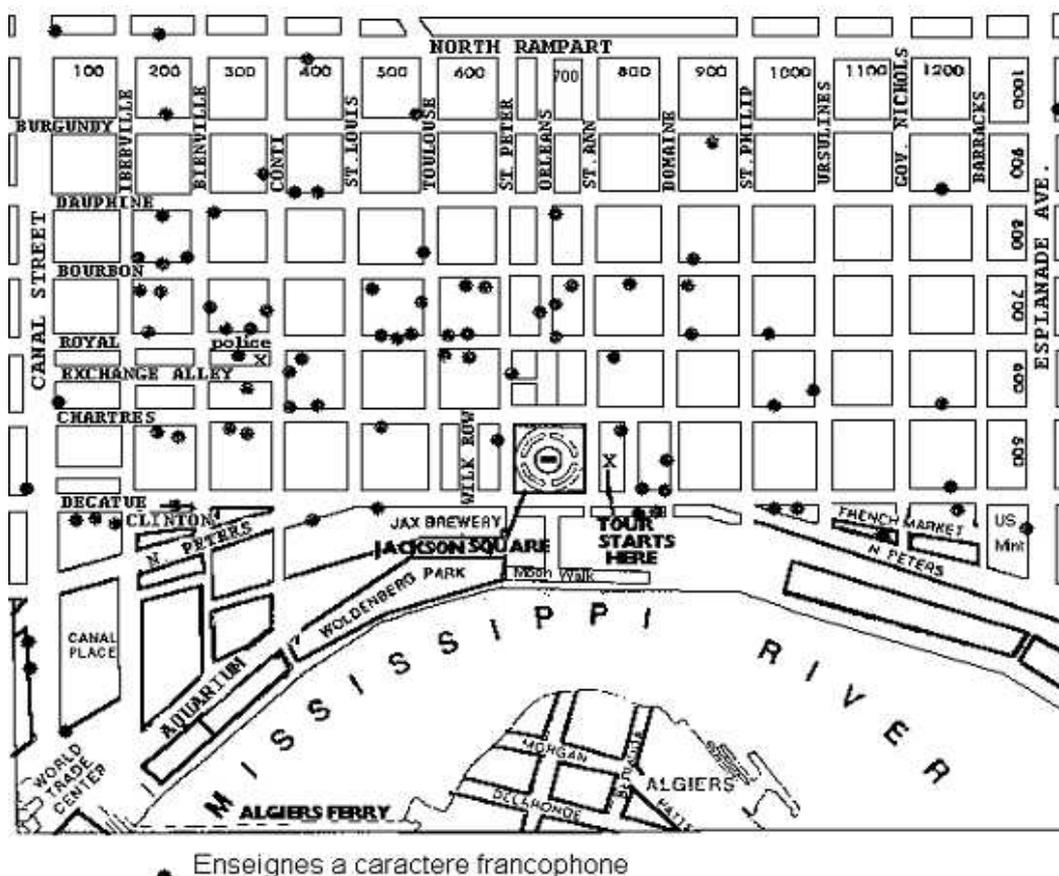
Si on observe plus particulièrement une carte du Quartier Français, on se rend compte que la présence des quelques 86 enseignes à caractère francophone recensées dépasse de loin le simple phénomène de mode ou un hasard négligeable pour signifier quelque chose de plus profond. Pour ne retenir que quelques rues³¹, on observe sur Royal Street un bel alignement d'enseignes à caractère francophone aux numéros 304, 313 et 334, puis au numéro 407, suivi par deux autres séries aux numéros 526, 528, 534, et 601 606 623 624, le foyer s'égrenant ensuite plus lâchement : numéros 712, 815, 910 et 1006. La *Rue Royale* est la plus 'française' de la Nouvelle-Orléans, mais elle n'est pas un cas isolé : sur Bourbon street, par exemple, les enseignes françaises s'égrènent également aux numéros 201 et 209 et 240, 410, 501 ; 635 et 641 ; 715, 835 ; 901 et 906. En moyenne c'est une enseigne par block. Sur la carte, cette répartition géographique peut paraître inégale, mais rappelons que le quartier français est encore largement résidentiel dans sa partie Nord et Est. On a donc une réelle impression de concentration d'enseignes à caractère francophone quand on se promène dans ce quartier.

Finalement, à en chercher, il est peu de quartiers où on ne finisse par trouver un café, un magasin de mode ou un immeuble d'habitation à nom français. Si on étudie cette répartition, on remarque deux choses. Premièrement elle est générale à la ville : on peut trouver plus ou moins facilement des noms français dans toute la « cité du croissant », et il n'y a pas dans cette répartition, même inégale en nombre, de lieux totalement « vierges » de noms français. Deuxièmement, cette répartition est caractérisée par la présence de « foyers », à savoir, une plus forte concentration de noms dans certains quartiers, plutôt que par une répartition égale ou régulière. Ensuite, à l'échelle même du quartier, cette répartition n'est pas « isolée ». Elle se fait là aussi par concentration. On peut ne pas trouver de noms français, sur une rue comme Magazine, pendant plusieurs blocks, pour ensuite en avoir trois d'alignés³². Cela peut être lié à la relative spécialisation des blocks en certains types de commerces (quartiers des antiquaires, de la mode...) plus ou moins friands de français. Il me semble cependant que le mimétisme, l'effet de mode, jouent un rôle important. Un signe en français en appelle souvent d'autres... A noter également que, souvent à côté de ces noms français, on trouve des noms italiens ou espagnols, l'exotisme appelant l'exotisme, en quelque sorte.

³¹ Les numéros de centaines identiques indiquent le même « block ».

³² Sur Magazine on trouve des enseignes françaises au numéro 401, puis un alignement aux 2101, 2122, 2130 puis aux 3116 et 3129, rien jusqu'au 3426 et 3434, puis, encore deux doublés aux 3646 et 3650, 3713 et 3719, rien au block 3800, puis on en retrouve au 3912 puis aux 4226 et 4238 ; 4505 et 4526, 4866, 5414 et 5521.

Bien sûr, les noms d'enseignes sont choisis pour valoriser les produits ou le savoir-faire proposés (Dumont, 1998 : 24). De quelle manière le français peut-il remplir cette fonction ?



Carte des enseignes à caractère francophone du « Quartier français » de la Nouvelle-Orléans (2005) (• Enseignes à caractère francophone)

Des choix terminologiques privilégiant l'emphase.

Avant tout, choisir un nom français, c'est chercher une valorisation par l'attribution de qualités reconnues à d'autres : utiliser *Château Napoleon* ou *Maison de la bonne vie* pour désigner des complexes d'immeubles a une fonction emphatique évidente. Toutefois, pour assurer la compréhension du type de commerce et éviter les confusions sur les produits proposés, les occurrences les plus nombreuses sont celles employant des mots apparentés de l'anglais ou des mots intégrés dans le vocabulaire américain, tels que : hôtel, café, galeries, château, beau, belle, maison... Le mot français est donc assez souvent suivi de mots anglais ou de mots apparentés comme pour *Le beau et belle grooming salon*, *bouquet boutique florist* ou *la belle maison appartements*. Parfois cependant, les signes sont plus complexes : à titre d'exemple, voici l'enseigne d'une bijouterie du Quartier Français, *Studio Bijoux*. Le rôle de clarifier, d'éclaircir « Bijoux », qui n'est pas un mot anglais et de là, qui ne sera peut-être pas compris de tous, est confié à l'illustration chapeauté de l'enseigne avec ses boucles d'oreilles et son collier. Le « factory store » est lui aussi transparent, mais le sous-titre *faux vrai unique* l'est sûrement moins. Ces sous-titres semblent avoir des rôles ambivalents : il semble que les propriétaires ont été pris entre l'envie d'avoir un nom français, le besoin de l'expliquer par le premier sous-titre, et la réticence à le faire, d'où le côté énigmatique, un peu « classieux » du deuxième sous-titre. On remarquera la présence des fameuses fleurs de lys.



Signe n. 3 : Studio bijoux, 824 Chartres St.

Le français recherché pour sa sonorité plaisante

Pour assurer la compréhension, on l'a vu, on pratique parfois des répétitions, des reprises français /anglais : *Librairie book shop, château coffee café...* mais une des principales raisons de l'usage de mots français reste qu'ils permettent des jeux de sons intéressants et originaux ; allitérations et assonances sont donc nombreuses : *Ceci salon, Bourbon boutique, Eclectiques antiques, Optique optical* et même le très inspiré *Salon salon...* ces allitérations distinguent et permettent de retenir le nom facilement. La sonorité française plaît également juste pour elle-même, un peu à la manière des onomatopées : *piéd nu, bric a brac studio, Oh la la...*

La syntaxe au service d'une reconnaissance immédiate du caractère 'français' du signe

Les articles définis sont assez nombreux, puisqu'on trouve 96 noms précédés des articles le, la, l', les, soit environ un quart du corpus des « pages jaunes ». L'emploi du féminin semble l'emporter sur le masculin, le singulier sur le pluriel. Le pluriel est généralement peu utilisé (*Crepes a la cart', Rine chapeaux, Aux belles choses*) mais, s'il apparaît, il est correctement accordé (exception faite de *Beau cheveux*). Le tableau suivant rend compte d'un taux d'erreurs plutôt faible :

	Total d'occurrences	Sans erreur (de genre ou nombre)	Avec erreur	% d'erreurs
La	47	42	5	11 %
Le	38	30	8	21 %
L'	4	3	1	25 %
Les	3	3	0	0 %

Recensement du nombre d'erreurs d'accord de genre et nombre

L'inversion de genre est plus fréquente : le « la » pour le « le » (*La salon rouge*) l'emportant sur une inversion du « le » pour « la » (*Le jardiniere*)... L'ajout d'un adjectif multiplie les chances d'erreurs (*le petite spa, le belle salon*). Ces articles ont, à mon avis, l'avantage de « franciser » le nom facilement, et de rendre les enseignes facilement reconnaissables comme « françaises ». Ainsi ces articles sont-ils parfois simplement collés : *la salon, le food, le washmatique*. L'emploi des signes diacritiques, oscille, lui, entre inversion, oubli, et hypercorrection. La typographie américaine ignore en général les accents.

Or, les utiliser a, également, l'avantage de « franciser » le nom facilement, et de rendre les enseignes facilement authentifiables comme « françaises ». *Le boutique' Maille*, magasin de mode sur l'avenue St Charles illustre une combinaison de ces différentes tendances. On y retrouve l'imposition d'un article défini dont on aurait pu se passer, une erreur de genre (*le* pour *la*), l'usage d'un mot apparenté : « boutique » et la présence après boutique d'un accent qui n'a pas lieu d'être et que je qualifierais d'hypercorrection.



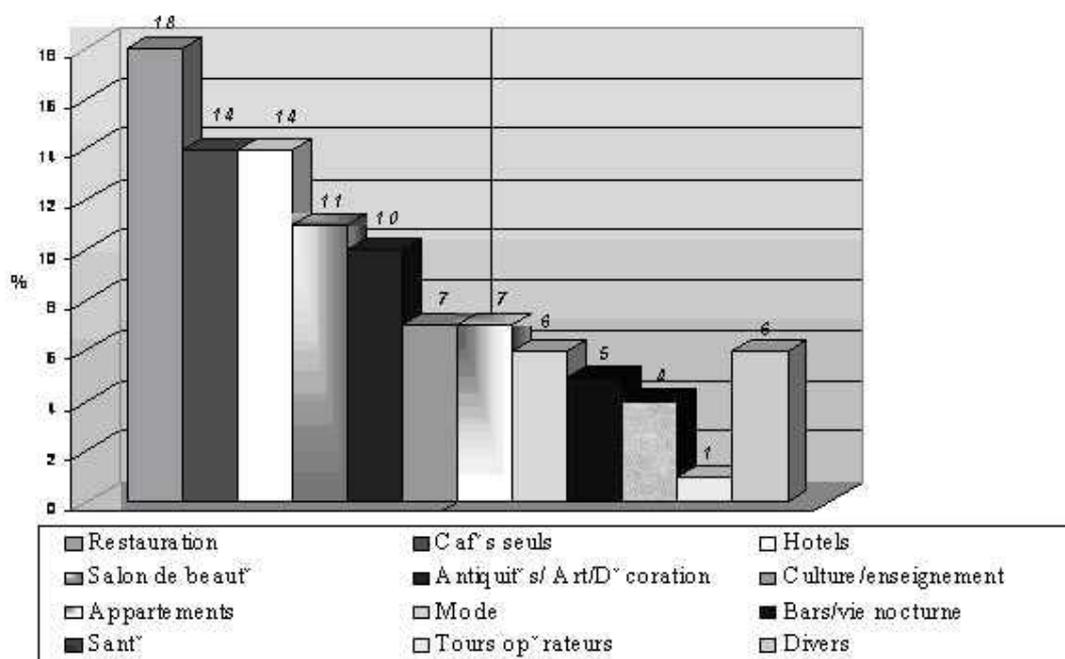
Signe n. 4 : Le boutique' Maille sur l'Avenue St Charles

Au contact de l'anglais : des créations originales :

On brode parfois à partir de ces mots d'origine française pour obtenir de nouveaux mots : *Ruebarb*, est un exemple de ce contact créatif des langues. Ce jeu de mots franco-anglais reprend « rhubarbe », mais composé de deux mots français « rue » et « barbe », sûrement connus de son auteur. Cette galerie, un peu alternative, insiste par-là sur son côté créatif. Ce signe respecte la phonétique et indique une certaine connaissance du français. On peut également citer la brasserie *Brew ha ha*, reprise de « brouhaha » formé d'un jeu de mots sur « brew » (brasser, bière) et d'une onomatopée. Le propriétaire parle un peu le français. On peut encore citer *shootique* formé sur chaussures « shoes » et « boutique » qui semble être plus un jeu de mots anglo-anglais, mais inspiré d'un mot d'origine française.

Un spectre d'activités commerciales à la fois large et spécialisé.

La répartition par catégorie commerciale révélera-t-elle un rapport entre utilisation du français et un type particulier de commerce ? A l'examen, on obtient finalement un spectre d'activités assez étroit, puisque cinq grandes catégories : la restauration et les métiers de bouche (18 %), les Cafés, à égalité avec les Hôtels et B&B (14 %), les salons de beauté-coiffure-spas (11 %), les magasins d'antiquités-meubles, l'art et la décoration (10 %) regroupent les deux tiers des noms d'enseignes documentés (dans les pages jaunes). Une spécialisation conforme à ce qu'on reconnaît généralement être la « sphère culturelle » et le « savoir-faire » français, même si la mode est finalement assez peu représentée, comme en perte de vitesse. Les institutions culturelles sont assez bien présentes, mais un certain type de tourisme, plus populaire, l'est assez peu (bars, vie nocturne et tours opérateurs ne représentent qu'un faible pourcentage). La présence de structures de santé à noms français est pour beaucoup, à mon avis, héritée (*Maison hospitalière, Hôtel Dieu...*). Par contre la multitude des cafés, habitude semble-t-il héritée de l'époque coloniale, ainsi que le goût pour les antiquités françaises (encore une marque identitaire), conservent à ces deux types de magasins un nombre significatif de noms d'enseignes inspirés du français.



Répartition par activités commerciales des enseignes à caractère francophone (en %)

Mais, à ce schéma classique s'opposent des exceptions, comme ce magasin 'Le jouet', proposant des jouets et des vélos sur Airline drive, loin des centres touristiques, et qui illustre le fait que ce ne sont pas uniquement des restaurants ou des hôtels de luxe qui optent pour un nom français. Par contre, il faut également admettre que des pans entiers de l'économie sont tout à fait vierges de français, tels la musique, la technologie, l'électronique... ainsi que tout ce qui est maintenance, industrie lourde ou de pointe. Finalement, le français reste utilisé à des fins assez romantiques, et très peu technique, comme si son image s'était figée au temps des mythes du passé, plutôt qu'au présent des réalités modernes...



Signe n. 5 : Le jouet, 1700 Airline Drive

Une différence de qualité reflétant une différence de cible commerciale ?

Environ 25 % des enseignes respectent tout à fait le français standard. Le français utilisé localement apparaît donc, pour une grande part, relativement correct. Certes, la présence d'une population d'expatriés francophones, comme pour ces propriétaires belges de *Grenier et chocolat*, peut contribuer à cette impression. Si on tente, maintenant, de comptabiliser les types « d'erreurs », 15 % des signes semblent oublier, inverser ou rajouter des accents, 5 % ne pas vraiment respecter les règles d'accord en genre ou en nombre, et 5 % avoir une orthographe d'origine plutôt phonétique. Enfin, la moitié des signes, environ, utilise une langue mixte anglo-française, à base de mots apparentés ou d'inversion syntaxique. Naturellement, on peut penser que ce sont les personnes qui ont le rapport le plus lointain à la langue et à la culture françaises qui choisissent des mots apparentés ou font le plus d'erreurs et, inversement, les personnes les plus proches de la sphère culturelle française qui formulent les signes les plus conformes au français standard³³. Mais je pense plutôt qu'il est possible que le niveau de langue exigé pour comprendre l'enseigne serve également à sélectionner la clientèle. Ainsi, en général, les enseignes des restaurants chics, des galeries d'art, des magasins d'antiquités semblent opter pour des signes peut-être moins « lisibles » pour les clients américains moyens, mais toujours « lisibles » pour la catégorie de connaisseurs à laquelle ils s'adressent. Ainsi, dans la promotion de leurs qualités, la snobe *Galerie Rive Gauche* s'opposerait-elle à la moins connue *Gallery Louisiane* ; *La Crêpe Nanou*, bien française, à l'estudiantine *Crepe a la cart* ; la modeste *Moulin rouge nails* à la très chic boutique *L'Avenue de Beauté*, dans une sorte de rapport entre qualité ou quantité du français utilisé dans le signe et sélection de la clientèle³⁴.

Les motivations des commerçants

Pour finir, j'ai voulu m'intéresser aux motivations de ceux qui ont rédigé ou préservé ces enseignes francophones, pour les confronter aux impressions précédentes. Quand on interroge les propriétaires ou les employés de ces commerces³⁵ à nom français, on obtient quasiment toujours les mêmes réponses, et celles-ci sont bien plus identitaires que purement commerciales. Quand on leur demande, finalement pourquoi avoir choisi un nom français, même si la traduction du signe qui est donnée est erronée ou partielle, ce sont des évocations du type : « *Because we are French !* », « *La Nouvelle-Orléans c'est de culture française* » (et jamais 'latine' d'après les témoignages et contrairement aux termes utilisés au Cabildo, le musée municipal), « *Nous sommes de culture française* » ou « *Ma grand-mère ne parlait que français* » qui reviennent souvent dans les entretiens... et ceci avec une force de conviction étonnante. Par contre, la référence aux Cajuns reste rare, et surtout en opposition, « *Nous ne sommes pas cajuns* » s'offusque-t-on souvent chez les descendants de Créoles ou de francophones. Un certain sentiment de supériorité, au moins culturelle, des Créoles, même originaires de la campagne envers les Cajuns, se fait encore parfois sentir dans les discours. L'exode rural pousse dernièrement les Cajuns vers la ville, mais, pour certains Créoles, c'est une immigration récente, artificielle : ils n'appartiennent pas à 'la Ville', leur ville. C'est peut-être la raison pour laquelle, bien que difficilement discernable à l'écrit, très peu d'enseignes sont

³³ Plus qu'un jugement de valeur, cet écart à la norme peut permettre de tirer des conclusions quant à l'influence que les langues anglaises et françaises peuvent exercer sur leur clientèle réciproque. Par « qualité » du français utilisé, on parle d'écart à la norme. La norme étant le français standard, tel qu'accepté dans les dictionnaires.

³⁴ Cette hypothèse serait à prouver par une étude systématique, on ne donne ici que des pistes de recherches.

³⁵ Mon questionnaire a suivi le protocole suivant : que signifie votre enseigne, comment la prononcez-vous, est-ce de l'espagnol, de l'italien ? Non, c'est du français, qu'est-ce qu'elle signifie ? Enfin, pourquoi avoir choisi un nom en français ? suivi d'un historique du nom ou d'un mini entretien informel avec les gens présents. J'ai effectué cette démarche pour une trentaine d'enseignes.

visiblement d'origine cadienne, peut-être 5 % (tel *Le bon temps roule*) et qu'aucune, à ma connaissance, n'est rédigée en créole louisianais.

Le français : un choix social ?

Une culture francophone toujours recherchée

Florissante au XIX^e siècle, la littérature louisianaise d'expression française connaît une régression spectaculaire dans la première moitié du XX^e siècle. La langue française est interdite à l'école en 1916, et *L'Abeille*, dernier journal francophone de la Nouvelle-Orléans (et des Etats-Unis) cesse de paraître en 1925³⁶. Si l'incendie en 1919³⁷ du « French Opera » de La Nouvelle-Orléans, lieu emblématique de la culture francophone, mais également lieu de sociabilité bourgeoise par excellence, n'est pas suivi d'une reconstruction, cette recherche de distinction intellectuelle et sociale explique la survie jusqu'aux années 1960 d'une association intellectuelle de haut vol comme *L'Athénée louisianais*³⁸, dont les publications élitistes dépassaient de loin le niveau local de français³⁹. *L'Athénée* s'est même retrouvé relayé, jusqu'à aujourd'hui, par une petite organisation, intitulée plus modestement, à mesure que la maîtrise de la francophonie se perd un peu, les *Causeries du lundi*, mais qui garde, quelque part, les mêmes fonctions de distinction mondaine et intellectuelle, tout en répondant à un intérêt sincère.

Enfin, les écoles privées (catholiques surtout) parmi les plus huppées de la ville (Jesuits, Country Day...) conservent à l'enseignement du français une place de choix dans leurs programmes.

C'est qu'à la Nouvelle-Orléans cette culture française va servir à assurer sa domination symbolique sur d'autres groupes, comme celui des hommes de couleur libres sur les autres populations de couleur, ou les Créoles sur les Américains (Hirsh, 1992). Quand ces derniers arrivent, c'est un rapport de force entre dominant et dominé qui s'instaure. Les Créoles choisissent d'abord de dédaigner les Américains, et puisqu'ils ne peuvent plus s'imposer économiquement ils s'imposent par leurs manières, leur culture raffinée et européenne. Mais à un moment ces Créoles n'ont même plus les moyens de conserver cette constante de qualité culturelle. Ce sont alors les Américains de la haute société qui prennent le relais, qui créent la mode... s'inspirant de ce que faisaient leurs prédécesseurs. Mais ces « Américains » sont encore plus éloignés de la culture européenne que les Créoles. Ils la réinterprètent donc à leur manière, n'en gardant souvent que les aspects les plus spectaculaires, par exemple, mais en gardant l'enjeu social (Gill, 1997 ; Garvey, 2001). Conserver le français écrit ou maintenir des traditions européennes ferait partie du souci d'une population élitiste qui, loin des courants culturels majeurs, cherche cependant à se distinguer par l'imitation ou l'adoption de modèles importés. Avec le temps les traditions, à l'origine « françaises », s'éloignent du modèle original ou bien alors, au contraire se figent, de peur de les perdre et de ne pouvoir le reproduire. Ceci pourrait expliquer le fort attachement aux traditions qu'on observe à la Nouvelle-Orléans.

³⁶ Très concrètement c'est la fin légale de publication des lois en français qui sonna le glas du journal, avant même la disparition de la communauté francophone. Source : Tinker E., *Bibliography of French periodicals of Louisiana*, 1932.

³⁷ Exposition Creoles Echoes, Résonances créoles, organisée par la Louisiana State University en 2003, encore visible en ligne sur : <http://www.lib.lsu.edu/special/exhibits/creole/Institution/institution.html#case20>

³⁸ Créé en 1875 par des Créoles blancs comme le général de Beauregard, *l'Athénée* affiche ouvertement son combat de préservation de la francophonie et son caractère élitiste (*ibid.*).

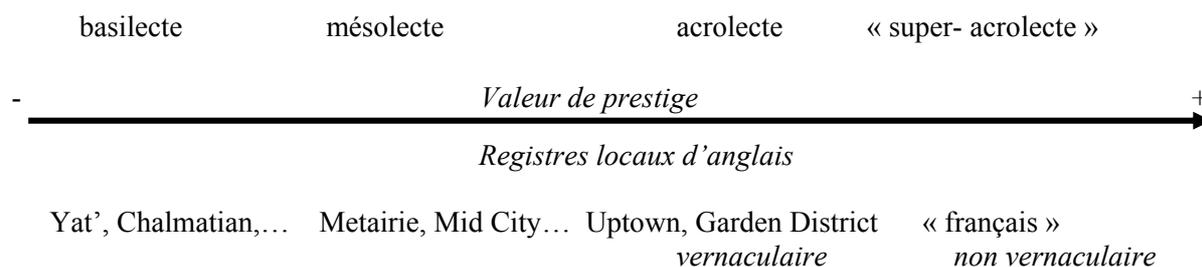
³⁹ Les publications de *l'Athénée louisianais* ont été jusqu'à récemment (*Le Tintamarre*, périodique du Centenary College of Louisiana, 2001) les dernières publications francophones régulières aux Etats-Unis d'Amérique.

Le français : acrolecte écrit de l'anglais à la Nouvelle-Orléans ?

Si on devait placer sur une échelle de reconnaissance/ prestige social les différentes formes d'anglais parlées par les différentes communautés de la Nouvelle-Orléans, on pourrait placer au niveau du basilecte, le Yat', l'anglais de Chalmette, une banlieue blanche ou celui du 9th Ward, le populaire district électoral afro-américain. Le mésolecte serait l'anglais des classes moyenne à supérieure, l'acrolecte étant parlé par les familles riches, surtout blanches, de St Charles Avenue, du « Garden district ». Chacun de ces types de discours est caractérisé par un accent, un vocabulaire reconnaissable par les locaux⁴⁰.

Car si on suivait une logique purement pratique de l'emploi des langues, le français aurait déjà dû disparaître depuis plus de 150 ans, en deux ou trois générations⁴¹. On a vu que l'histoire démographique, plus certaines fonctions héritées, l'avaient partiellement maintenu. Particularité culturelle locale, ce choix linguistique est l'expression écrite d'une sorte de francophilie résiduelle, chère à une partie de ses habitants. D'abord initié par quelques locaux, les visiteurs, à leur tour, s'en imprègnent, les nouveaux venus l'adoptent, et finalement, ce mouvement de promotion par le français, dès lors, semble se perpétuer de lui-même. Finalement, à la Nouvelle-Orléans, le français semble posséder, si l'on veut, les qualités d'un acrolecte, bien qu'uniquement écrit (justement), de l'anglais. Car son usage est toujours positif, et il semble utilisé quand l'anglais n'apparaît plus comme suffisant. Sa bonne maîtrise apparaît également être une marque de qualité, de distinction, par rapport à ceux qui le maîtrisent moins (on l'a vu dans la différence de qualité du français des enseignes).

Bien que non vernaculaire, sa fréquentation semble proportionnelle à la classe sociale à laquelle on appartient, ainsi qu'aux origines, réelles ou non, qu'on se prêle. La classe populaire, bien que souvent la plus éloignée de la sphère francophone le prend en modèle pour certains signes. La classe moyenne ne le parle pas mais aime le fréquenter dans la mode, les restaurants, la décoration... La classe supérieure le fréquente peut-être plus (éducation, antiquités) et éventuellement, pour un très petit nombre, finit par le parler. Enfin, les créoles de couleur le considèrent comme un élément de leur définition (Kein, 2000). Le français cajun n'a pas cette image de marque. Le français standard, qualifié localement de « parisien » est un élément linguistique de discrimination positive, recherché par un certain type de population de la Nouvelle-Orléans. Cette recherche va parfois jusqu'à l'hypercorrection ou au-delà des moyens réels du locuteur, comme le montre le signe n. 6 *Emile d'Evereaux*, mais c'est, on l'a vu, avant tout, un usage plus identitaire que fonctionnel.



Classification possible par valeur de prestige de « l'anglais de la Nouvelle-Orléans »

⁴⁰ Il y aurait ainsi, dit-on localement, six façons de prononcer 'New Orleans', chacune correspondant à une origine sociale ou un quartier de la ville.

⁴¹ Ce qu'on constate chez les populations hispanisantes ou vietnamiennes récemment immigrées, par exemple.

L'ultime révérence ?

Est-ce là l'ultime rôle du français avant sa disparition éventuelle ? Faute de n'être plus parlé que par une part très marginale de la population de la ville, le français, et l'attachement de certains néo-orléanais à leurs racines culturelles francophones, réelles ou rêvées, se fait uniquement par l'intermédiaire de l'écrit.

Ce français écrit réintroduit, parfois, un peu de français dans la langue orale locale. C'est un français prononcé à l'américaine au détour d'une conversation où on parle d'un *café au lait*, du *mardi gras*, d'un nom de rue ou de restaurant, d'articles dans un magasin, d'un jeu de mot. Mais c'est l'usage ponctuel d'un français écrit qui domine, une utilisation limitée, d'un français assez simplifié : rarement plus de quelques mots, placés çà et là dans un texte, sur une enseigne, *via* un graffiti. Cependant, cela reste un phénomène assez fréquent. Son écriture, d'ailleurs, on l'a vu, ne respecte pas toujours très bien les canons de la langue de Molière, mais souvent s'adapte à la typographie ou à l'accent local. Et cet usage du français, même purement artificiel ou décoratif, n'a aucune réelle raison pratique d'être. L'anglais peut de manière tout à fait satisfaisante répondre à tous les besoins linguistiques, la culture américaine répondre à tous les besoins d'évasion. Utiliser le français c'est donc une utilisation de choix. Substituer du français à l'anglais répond à plusieurs motivations. Ce peut-être de viser l'appropriation commerciale ou touristique de qualités supérieures garanties par les mots français et qui encourageraient un certain type de vente. Ce peut être un cas d'emploi hérité, traditionnel et juste reconduit. Mais, au-delà de ces emplois « classiques », il y a, parfois, un choix des termes qui relèvent d'autre chose. Comme si le français disposait d'une force d'évocation supérieure et entendue, pouvant répondre à des fonctions sociales assez surprenantes, bien au-delà du simple attrait touristique ou commercial. A travers le français et son usage ponctuel, on retrouverait les enjeux même de la société néo-orléanaise. Enjeux parfois anciens, aussi anciens que le français de la ville même. Qu'il s'agisse de protester, de se définir comme les créoles de couleur, ou de se distinguer comme pour la haute société, à sa façon, l'antique français serait toujours un reflet des enjeux modernes de la ville.

Ces derniers liens véritables, pour ténus et déformés qu'ils soient, existant encore entre la Nouvelle-Orléans et la culture française sont-ils en danger de disparition ?

Si l'on en croit les visions les moins optimistes, un siècle aurait suffi pour faire passer le français du statut de langue de prestige à celui d'une langue uniquement décorative, paysagère (Geronimi, 2003). Doit-on également se demander, comme Cécyle Trépanier (1989), et pour reprendre sa réflexion sur les Cadiens, si, conséquence d'une « *commercialisation de la culture* »⁴², cette interrogation linguistique identitaire ne court pas le risque de transformer ce français en une langue « folklorique », à visée uniquement touristique ? On peut aussi s'interroger sur l'impact du passage récent de l'ouragan Katrina sur les populations locales : cette tendance parfois avouée au communautarisme, si elle a permis aux différents groupes concernés, Créoles blancs et noirs, Cadiens... de préserver à travers le temps un peu de leur culture francophone, ne constitue t-elle pas, désormais, un luxe au-dessus de leurs moyens ?

Enfin, et surtout, le français à la Nouvelle Orléans reste, on l'aura vu, une parfaite illustration de la différence entre réalité d'une culture et d'attachement à sa légende, ainsi que du rôle que peut continuer de jouer la langue, même après sa disparition comme vernaculaire, dans toute société attachée à ses racines.

⁴² C'est le sous-titre de sa thèse, *La Louisiane française au seuil du XXI^e siècle*, 1989 ; M. Geronimi parlant, elle, de « *Paysages imaginaires* » (Geronimi, 2003).



Signe n. 6 : Emile Devereaux, Antiquaire, 4023 Magazine St.

Bibliographie

- BINDER W., 1998., *French Louisiana - La Louisiane française*, New York, Editions Creoles and Cajuns.
- BOURDELAIS M., 2000, « Les immigrants français à La Nouvelle-Orléans au XIXe siècle : Une longue stabilité des formes d'intégration », dans *Annales de démographie historique*, 2000, no 1, pp. 27 – 42.
- CHASE C. J., 1979, *Frenchmen, Desire, Good Children and other streets of New Orleans*, New York, Macmillan.
- DE LA SOUCHERE-DELERY S., 1973, *The flight of the Eagles*, dans *Napoleon and America*, pp. 240-262.
- DOMINGUEZ V., 1986, *White by Definition : Social Classification in Creole Louisiana*, New Brunswick, Rutgers University Press.
- DUMONT M., 1998, *Une lecture de la ville de Dakar : un essai de sociolinguistique africaine (Approche sociolinguistique à partir de l'étude sémiologique des enseignes commerciales)*, Paris, l'Harmatan.
- DUBOIS S., MELANCON, M., 2000, « Creole Is, Creole Ain't : Diachronic and Synchronic Attitudes toward Creole Identity in South Louisiana », dans *Language in Society*, 29 (2), pp. 237-258.
- EBLE C. C., 2003, « The Louisiana purchase and american english », dans *American Speech*, vol. 78, n° 4, 2003, pp. 347-352.
- GARVEY J., WIDMER M.-L., 2001, *Beautiful crescent, a history of New Orleans*, New Orleans, Garmer Press.
- GERONIMI M., 2003, *Québec et la Nouvelle-Orléans, paysages imaginaires français en Amérique du Nord*, Paris, Belin.
- Gill J., 1997, *Lords of Misrule : Mardi Gras and the Politics of Race in New Orleans*, Jackson, University press of Mississippi.
- HIRSH, A. R., LOGSDON J. (éds.), 1992, *Creole New Orleans. Race and Americanization*, Baton Rouge, L.S.U. Press.

- HOUDAILLE J., 1996, « Les Français à la Nouvelle-Orléans (1850-1860) », dans *Population*, 1996, n° 6, pp. 1245-1250
- HUBER V. L., 1991, *New Orleans, a pictorial history*, Gretna, Pelican Publishing Company.
- KEIN S. (dir.), 2000, *Creole : The History and Legacy of Louisiana's Free People of Color*, Baton Rouge, Louisiana State University Press.
- LE MENESTREL S., 1999, *La voie des Cadiens. Tourisme et identité en Louisiane*, Paris, Belin.
- STALL J. G., 1991, *Buddy stall's New Orleans*, Gretna, Pelican Publishing Company.
- SMITH-THIBODEAUX J., 1977, *Les francophones de la Louisiane*, Paris, Editions Entente.
- TREPANIER C., 1989, *La Louisiane française au seuil du XXIe siècle*, Laval, Presses de l'Université de Laval-Québec.
- VALDMAN A. (éd.), 1997, *French and Creole in Louisiana*, New York, Plenum Press.
- VALDMAN A. (éd.), 2005, *Le français en Amérique du Nord, État présent*, Laval, presses de l'Université de Laval-Québec.

GLOTTOPOL

Revue de sociolinguistique en ligne

Comité de rédaction : Mehmet Akinci, Sophie Babault, André Batiana, Claude Caitucoli, Robert Fournier, François Gaudin, Normand Labrie, Philippe Lane, Foued Laroussi, Benoit Leblanc, Fabienne Leconte, Dalila Morsly, Clara Mortamet, Alioune Ndao, Gisèle Prignitz, Richard Sabria, Georges-Elia Sarfati, Bernard Zongo.

Conseiller scientifique : Jean-Baptiste Marcellesi.

Rédacteur en chef : Claude Caitucoli.

Comité scientifique : Claudine Bavoux, Michel Beniamino, Jacqueline Billiez, Philippe Blanchet, Pierre Bouchard, Ahmed Boukous, Louise Dabène, Pierre Dumont, Jean-Michel Eloy, Françoise Gadet, Marie-Christine Hazaël-Massieux, Monica Heller, Caroline Juilliard, Jean-Marie Klinkenberg, Suzanne Lafage (†), Jean Le Du, Jacques Maurais, Marie-Louise Moreau, Robert Nicolai, Lambert Félix Prudent, Ambroise Queffelec, Didier de Robillard, Paul Siblot, Claude Truchot, Daniel Véronique.

Comité de lecture pour ce numéro : Alvina Ruprecht, Sinclair Robinson, Catherine Khordoc, Michel Chevrier, Robert Fournier, André Loïsele, Marc Picard, Henri Wittmann, Thomas A. Klingler.

Laboratoire CNRS DYALANG – Université de Rouen
<http://www.univ-rouen.fr/dyalang/glottopol>

ISSN : 1769-7425