UNIVERSITA DI CORSICA - PASQUALE PAOLI

ECOLE DOCTORALE "Environnement et Société"

BP 52, 20250 Corti – Tel : 04 95 37 23 22 / 45 02 20 – E.mail : ecole.doctorale@univ-corse.fr
Site : http://ed.univ-corse.fr

FICHE PROJET DE THESE pour ANNEE 2023-2024

Discipline du Doctorat	4200030 – Cultures et Langues régionales
Mention du Doctorat	Cultures et Langues régionales – 73°
Domaine scientifique principal	Cultures et langues régionales
Domaines scientifiques secondaires	Sociolinguistique / Formation professionnelle / Sciences de gestion
Entités de rattachement	UMR LISA - ICPP
Direction de la thèse	Dr-HDR Sébastien QUENOT quenot_s@univ-corse.fr Pr Alain DI MEGLIO dimeglio_a@univ-corse.fr
Collaborations extérieures éventuelles envisagées	CCI, ADEC, CdC, entreprises et fédérations.
Type de financement visé	Contrat doctoral
Connaissances et compétences requises chez l'étudiant	- Master 2 Manager Entrepreneur IAE - Connaissances en sociolinguistique - Connaissances en marketing et en économie - Corsophonie, niveau B2
Titre de la thèse	**La marchandisation de la langue corse entre pratiques et mises en scène dans les secteurs du tourisme, de l'agro-alimentaire et du sport**
Abstract 1	Cette thèse porte sur une dimension inexplorée du conflit linguistique et de la politique de normalisation du corse. Avec le libéralisme, le numérique et le tourisme notamment, l'économie de l'île s'est ouverte au plurilinguisme et à la marchandisation des langues. Il s'agira d'élaborer un corpus permettant d'analyser les pratiques et représentations des acteurs et de formuler des propositions d'intervention dans un domaine stratégique lié au marketing comme à la formation des ressources humaines.
Abstract 2	La place du corse dans l'économie est un enjeu vital dans le mouvement de normalisation linguistique des langues en danger. Les mutations, notamment celles liées au numérique, au tourisme ou au plurilinguisme appellent une étude de terrain afin de comprendre comment le désir de consommer de la Corse s'agence avec la langue comme objet d'identification des Corses depuis la fin du XIXe siècle. Le thème s'inscrit dans l'axe 2 d'ICPP de l'UMR LISA. Par ailleurs, il intègre le besoin de diffusion et d'évaluation de la langue corse dans la société manifesté par la planification linguistique « Pianu lingua 2020 » voté par l'Assemblée de Corse en 2014.
	Explicitation sur page suivante

Explicitation du Projet de thèse

1°) Présentation des aspects scientifiques du projet de thèse

La sociolinguistique a développé son objet en s'intéressant aux contacts de langues, aux langages des différentes classes sociales, au statut et à la reconnaissance des langues minoritaires ou en danger, aux parlers jeunes, au genre ou encore aux migrations. En contexte minoritaire, la sociolinguistique francophone s'est principalement focalisée sur l'histoire des langues vécue comme une histoire des conflits linguistiques, c'est-à-dire de la diglossie. S'appuyant sur un corpus, elle a développé une critique des idéologies linguistiques puis sur les mobilisations sociales, pour se tourner vers des recherches interdisciplinaires en sociodidactique, en sociologie de l'éducation ou bien encore dans le domaine des droits linguistiques. Elle a ainsi contribué à la construction de nouvelles configurations critiques du monolinguisme trouvant aujourd'hui écho auprès de discours en faveur du plurilinguisme liés à la mondialisation des marchés des économies libérales. Ce discours reformule les valeurs, réactualise les dominations et redistribue les positions dans les champs politiques, économiques et linguistiques.

Depuis 1981, les politiques linguistiques se sont focalisées notamment sur l'Ecole, les médias et la création artistique. Peu de travaux portent sur les dynamiques socio-économiques des langues. Pourtant, le corse vécu comme langue d'identification des Corses et comme ressource du marketing territorial, voit une évolution de ses usages dans le domaine entrepreneurial. Cette dimension n'a pourtant fait l'objet d'aucune véritable étude sociolinguistique sur le terrain corse. Cela peut sembler d'autant plus paradoxal qu'au sein d'une entreprise, la planification linguistique dispose de pouvoirs d'agir juridiquement garantis par la loi Toubon, et ce, malgré la décision largement médiatisée de l'ANPE, en 2008, de ne pas publier d'offres d'emploi mentionnant les besoins de corsophonie sur les profils des postes publiés.

En dépit de la délibération de l'Assemblée de Corse, en 2013, en faveur d'une mesure de coofficialité pour la langue corse, le droit n'a pas offert de nouvelles garanties aux acteurs du secteur privé. La signature de la charte de la langue corse par les entreprises est restée de l'ordre du militantisme et les mesures d'éco-socio-conditionnalité des aides, des marchés et des subventions par la Collectivité de Corse n'ont pas dépassé le stade de la délibération et n'ont jamais fait l'objet d'un guide des aides en bonne et due forme. Pourtant, des entreprises liées au sport professionnel, d'autres liées au tourisme qui représentent 39% du PIB de l'île, ou bien encore des PME de la grande distribution ou de l'aide à la personne qui représentent les autres grands secteurs d'activité de l'île ont engagé des processus de formation, de communication et de commercialisation en langue corse. Parfois aussi, elles mobilisent et retravaillent certaines représentations des ethnotypes du corse.

Les entreprises ont ceci de sensible pour l'enquête sociolinguistique qu'elles sont exposées à une diversité linguistique en mutation, qu'elles mettent en place des stratégies leur permettant d'assumer leur responsabilité sociétale par-delà les prescriptions normatives du droit ou du marché et que leur activité est soumise à de fortes concurrences et incertitudes. Elles se développent en effet à la fois avec des employés, des collaborateurs ou des clients alloglottes, comme avec des clients monolingues francophones ou bilingues corsophones. En tant que marchandise émotionnelle, la langue peut constituer un vecteur de représentations, un élément de connivence, de confiance, d'authenticité que les entreprises peuvent valoriser de différentes manières. Elles doivent aussi s'assurer d'être en capacité de moduler leurs pratiques linguistiques selon les compétences linguistiques du consommateur. D'une langue orale de la sociabilité, le corse devient alors une langue écrite, formalisée au sein de l'espace public par des enseignes privées, transformant ainsi les fonctions et le statut du corse et déplaçant le paysage et les formes du conflit linguistique.

Entre l'idéologie monolingue de l'Etat et « le néolibéralisme du plurilinguisme », la corsophonie peut-elle constituer un pouvoir économique susceptible d'accompagner le processus de normalisation de la langue ou bien se limitera-t-elle à un témoignage ? Le doctorant procèdera à la recension de discours et de pratiques de « marchandisation (ou commodification) et de marketisation » de la corsophonie ou de la diversité linguistique au sein d'espaces de production économique. La thèse fournira une monographie des pratiques linguistiques des entreprises insulaires, par-delà la gestion de la diglossie français-corse.

2°) Présentation des enjeux de la thèse

Dans l'adéquation avec la politique scientifique de l'UCPP, ce projet de thèse trouve sa place dans l'UMR LISA (équipe ICPP), dans l'axe 2 « Faire société dans un cadre interculturel. »
Après des travaux réalisés dans le domaine de l'élaboration didactique du corse, la formation continue avec du e-learning avec *In Corsu* + e *Gymcorsu*, l'élaboration d'une langue professionnelle notamment dans le domaine des médias en lien avec le DU journalisme et corsophonie ou le cadre de l'opération visant à l'« Élaboration d'un cadre commun de référence de la langue corse » au sein du projet *Boost Cultural Competences in Corsica*, il s'agit de développer une étude de terrain dans le domaine de l'économie. En effet, le « Plan de normalisation de la langue corse et le progrès vers une société bilingue » adopté par l'Assemblée de Corse en 2014 affiche une ambition économique au travers sa fiche n°9. Celle-ci vise à « soutenir le développement d'un cadre de vie en langue corse dans les entreprises ». Elle décline les objectifs suivants :

- soutenir la compétitivité des entreprises par l'usage de la langue corse
- valoriser l'usage de la langue corse dans les entreprises
- encourager et accompagner la création d'entreprises pour un meilleur développement de la langue corse
- faire de la langue corse l'ambassadrice des produits corses et de la Corse
- encourager les entreprises à imprimer les étiquettes de leurs produits en corse

Ainsi, cette thèse vise à fournir :

- un cadre théorique relatif à l'analyse des droits et politiques linguistiques dans le secteur privé au niveau territorial comme au niveau international
- une étude de terrain relative à la description des usages et représentations du corse dans différents secteurs de l'économie corse, notamment dans le domaine du tourisme
- la formulation de propositions dans la perspective de la normalisation du corse dans le secteur privé

Elle devra tisser des partenariats avec les acteurs publics et privés, à déterminer au cas par cas, de façon à faciliter les études de terrain et le cas échéant, les actions d'intervention linguistique.