

# Mise en oeuvre du bilinguisme de la ville de Lorient (département du Morbihan, France) : de la conceptualisation politique à l'application territoriale

## Pratiques, analyse de la demande sociale et enjeux

Roseline Le Squère

Volume 36, numéro 1, 2005

Signalétiques et signalisations linguistiques et langagières des  
espaces de villes (configurations et enjeux sociolinguistiques)

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/011992ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/011992ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Revue de l'Université de Moncton

ISSN

0316-6368 (imprimé)

1712-2139 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Le Squère, R. (2005). Mise en oeuvre du bilinguisme de la ville de Lorient  
(département du Morbihan, France) : de la conceptualisation politique à  
l'application territoriale : pratiques, analyse de la demande sociale et enjeux.  
*Revue de l'Université de Moncton*, 36(1), 157–183.  
<https://doi.org/10.7202/011992ar>

Résumé de l'article

Le breton est devenu une langue urbaine. Son avenir ne semble avoir de sens que si son développement est porté par les villes bretonnes. Deux modèles spécifiques ont été créés dans cet esprit : le Comité de l'Identité Bretonne en Haute-Bretagne, et l'autre en Basse-Bretagne, concernant le modèle de politique de ville mis en place par la ville de Lorient. La double démarche établie pour ce dernier, visant à la mise en place d'un jalonnement directionnel bilingue et le développement d'une signalisation bilingue des bâtiments a en vue un développement du bilinguisme. Quand une signalétique symbolique émane du premier modèle, une signalétique systématique découle du second. En s'appuyant, à titre d'exemple, sur le premier modèle, nous observerons comment le second modèle, centre de notre réflexion, procède de toutes les façons d'une volonté de valorisation culturelle par le moyen de l'affichage urbain. Les noms de lieux font partie de ce processus et deviennent pour les acteurs politiques de cette urbanité langagière un moyen qui leur permettra de développer la culture, l'identité, etc. La confrontation de la demande sociale du pays de Lorient liée à cet affichage massif, à l'application réelle sur le terrain permettra de cerner les enjeux identitaires tout d'abord, et économiques ensuite, par le biais d'une enquête publiée dans le journal Ouest-France, et par le biais d'entretiens semi-directifs effectués auprès d'acteurs locaux. Nous observerons ainsi la conceptualisation politique et les pratiques de terrain pour faire un état des lieux de la situation bretonne.

MISE EN ŒUVRE DU BILINGUISME DE LA VILLE DE LORIENT  
(DÉPARTEMENT DU MORBIHAN, FRANCE) : DE LA  
CONCEPTUALISATION POLITIQUE À L'APPLICATION TERRITORIALE.  
-PRATIQUES, ANALYSE DE LA DEMANDE SOCIALE ET ENJEUX-

Roseline Le Squère  
Université Rennes 2

### **Résumé**

Le breton est devenu une langue urbaine. Son avenir ne semble avoir de sens que si son développement est porté par les villes bretonnes. Deux modèles spécifiques ont été créés dans cet esprit : le Comité de l'Identité Bretonne en Haute-Bretagne, et l'autre en Basse-Bretagne, concernant le modèle de politique de ville mis en place par la ville de Lorient. La double démarche établie pour ce dernier, visant à la mise en place d'un jalonnement directionnel bilingue et le développement d'une signalisation bilingue des bâtiments a en vue un développement du bilinguisme. Quand une signalétique symbolique émane du premier modèle, une signalétique systématique découle du second. En s'appuyant, à titre d'exemple, sur le premier modèle, nous observerons comment le second modèle, centre de notre réflexion, procède de toutes les façons d'une volonté de valorisation culturelle par le moyen de l'affichage urbain. Les noms de lieux font partie de ce processus et deviennent pour les acteurs politiques de cette urbanité langagière un moyen qui leur permettra de développer la culture, l'identité, etc. La confrontation de la demande sociale du pays de Lorient liée à cet affichage massif, à l'application réelle sur le terrain permettra de cerner les enjeux identitaires tout d'abord, et économiques ensuite, par le biais d'une enquête publiée dans le journal Ouest-France, et par le biais d'entretiens semi-directifs effectués auprès d'acteurs locaux. Nous observerons ainsi la conceptualisation politique et les pratiques de terrain pour faire un état des lieux de la situation bretonne.

## **Abstract**

The Breton language has become an urban language. Its future development is linked to the cities of Brittany. Two models have been put forward concerning its development: the first by the Committee for Breton Identity in Upper Brittany and the second is the urban policy model developed by the city of Lorient in Lower Brittany. The latter model aims to develop bilingualism in road signposting and signage on buildings. While the first model proposes mainly a symbolic signage, the second model has a systematic character. Basing myself on the first model, I have observed that the second model, which is the object of study, also derives from the will to develop the Breton culture by way of urban signage. The naming of places is part of this process and becomes for the political actors a means to develop culture and identity. The correlation of the public demand in the Pays de Lorient for this type of signage, measured through a widespread questionnaire and semi-directive interviews, with the actual application of the policy reveals the identity and the economic issues. It also enables me to observe the political thinking and the field practices to draw a picture of the Breton situation.

## **Introduction**

Inscrit dans la réalité physique de la ville moderne, l'affichage, dans ses formes de signalisations (routière, touristique, etc.) opère comme un marqueur du territoire, donnant à voir une identité régionale, censée représenter tant l'identité vécue par les usagers de cet affichage (usagers ponctuels, réguliers ou permanents) que l'intégration et l'importance de l'identité régionale dans la vie quotidienne des citoyens, habitants d'une ville. Les panneaux de signalisation routière, indicateurs géographiques en premier lieu (au sens des directions qu'ils indiquent), fonctionnent aussi comme des marqueurs identitaires, lorsque ceux-ci utilisent une dénomination bilingue pour signaler un ensemble de lieux. Désignés alors comme éléments représentant la mémoire collective de ces lieux, ils peuvent aussi être l'écran reflétant la volonté politique de la ville de créer

cette mémoire collective, par l’affichage conjoint de deux langues sur ce type de support.

La signalétique bilingue est l’une des composantes du développement de la culture régionale en Bretagne. Elle est un élément essentiel de la dynamique culturelle en place depuis quelques années, offrant à la langue bretonne un rôle dépassant le cadre linguistique. L’engouement pour la sauvegarde et la promotion du patrimoine culturel breton fait que la langue bretonne est aujourd’hui un objet de communication très sollicité. Objet de la signalétique publique, elle fonctionne comme un argument permettant d’authentifier (dans le sens qu’elle rend authentique) le territoire sur lequel elle se trouve.

Dans ce contexte, la ville de Lorient<sup>1</sup> met en perspective son patrimoine culturel et son identité en utilisant une signalétique bilingue entrant dans le cadre d’une démarche volontariste de réhabilitation de l’histoire liée à des motivations politiques spécifiques. La mise en œuvre du bilinguisme dans l’espace de cette ville, en tant que réalité « aménagiste » (autrement dit aménagée et constructiviste<sup>2</sup>) d’une situation politico-culturelle spécifique émane d’une conceptualisation politique aux enjeux multiples.

L’aménagement linguistique de ce territoire correspond à un ensemble de moyens mis au service de la langue bretonne, visant un développement culturel et économique, ainsi qu’une cohésion sociale, territoriale et une ouverture vers le reste de la société. Il était donc intéressant de confronter les objectifs des élus locaux, décideurs de l’application de ce type de politique linguistique avec les attitudes des usagers face à ces désignations bilingues. Pour cela, deux enquêtes ont été menées, l’une permettant d’interroger en entretiens semi-directifs un ensemble d’élus et d’acteurs locaux puis une seconde (publiée dans un quotidien) permettant d’interroger la population.

Notons qu’un des premiers rôles de la signalétique est de favoriser les échanges d’informations entre la municipalité d’une ville et ses usagers. L’affichage doit rendre claires, lisibles, simples et adaptées les informations nécessaires à ceux-ci. Mais la signalétique rend aussi très visible l’expression revendiquée de l’histoire du territoire où elle se trouve, dans le respect de la diversité des résidents actuels. Lorsque la signalétique émane d’une volonté politique sans tenir compte au préalable

(par le biais de sondages, enquêtes, ou autres) des souhaits de la population, quelle est alors la réception de ces messages urbains, linguistiques et identitaires, par la population, usagers de cette urbanité langagière, sous la forme que diffuse la ville de Lorient ?

## **1. Investigation du terrain lorientais**

Pour répondre à cette question, le terrain a été investi de deux moyens : tout d'abord par le biais d'entretiens semi-directifs auprès de personnes ayant exercé ou exerçant des fonctions politiques dans la ville. La formule consistant à traiter l'information du particulier au général a été précisément pensée et appliquée pour saisir l'action politique lorientaise, et plus généralement bretonne, car cette dernière fonctionne sur un modèle que l'on pourrait appeler le modèle du « tiers saisi ». En effet, la langue, considérée comme un bien culturel est saisie par les équipes politiques, agissant en sa faveur ou non, sans tenir compte des premiers usitaires<sup>3</sup> de cet objet, les locuteurs actifs ou non. On pourrait parler dans ce cas d'une sorte de dépossession de l'objet à des fins politiques et économiques surtout, puis sociales en dernier lieu. L'information a donc été saisie elle aussi auprès de personnes directement concernées par la mise en place de cette politique : l'adjoint au maire élu à la culture, l'adjoint au maire élu au service de la voirie, le maire d'une commune environnante<sup>4</sup>, le Vice-Président du Conseil Général du Morbihan et enfin la population. Ce modèle d'enquête ascendant répond à des motivations simples : traiter le sujet depuis son origine jusqu'à son application en respectant par degré ascendant la mise en place de la politique linguistique de la ville. Le second moyen a été une enquête à grande échelle, diffusée sous la forme d'un questionnaire. C'est particulièrement cette forme d'investigation qui sera développée ci-après.

### *1.1. La description de l'enquête*

Nous savons, d'après divers sondages, que la demande sociale liée à l'affichage public du breton existe, et cela pour des raisons telles que le rétablissement de l'histoire, le retour aux racines, l'image positive de la culture bretonne, etc. Pour connaître la perception de cette urbanité langagière par les usagers, une enquête a été menée, avec le soutien du journal *Ouest-France*.

Je suis partie du constat suivant : imposer une langue régionale en l'affichant par le biais de la signalisation routière ne signifie que peu de choses si la population n'est pas sensibilisée à une question culturelle plus vaste. En effet, penser que le breton retrouvera les faveurs de la population en la sensibilisant à cette langue de manière visuelle, et ce, de manière massive parfois, est un pari risqué. Peut-on penser qu'il s'agit là d'une méthodologie organisant la réhabilitation de la langue par l'unique processus de diffusion visuelle et graphique de celle-ci ?

Le premier outil de mesure et d'analyse de l'impact de cet affichage, et ce, par une approche quantitative et qualitative des effets de sens, a donc été envisagé par le biais d'une enquête sous la forme d'un questionnaire diffusé dans 7 cantons de l'Arrondissement de Lorient représentant 35 000 tirages de l'édition du *Ouest-France* du 17 novembre 2004<sup>5</sup>. Ce type d'enquête, proposée à grande échelle, suppose plusieurs préalables qui ont été négociés avec l'équipe de rédaction du site de Lorient, tels que le jour de parution, le type d'édition (négociation de la possibilité d'édition sur plusieurs cantons), le nombre de tirages, le processus de passation de l'enquête ainsi que la forme rédigée.

- Jour de parution : l'enquête est parue un mercredi correspondant au jour où le taux de vente est le plus faible. Cela n'a pu avoir d'incidence sur le nombre de personnes susceptibles de répondre à l'enquête puisque le taux de vente le plus faible ne représente que 2 % de moins que le taux le plus fort.
- Nombre de tirages : le nombre de tirages est proportionnel aux statistiques habituelles des ventes, avec une marge de + ou - 10 %.
- Processus de passation de l'enquête :

Deux rendez-vous ont été nécessaires avec l'équipe de rédaction. Il aurait été souhaitable que les lecteurs soient prévenus au préalable de la parution effective de l'enquête. Une première approche de l'enquête à venir aurait suscité l'attente, l'intérêt et le sérieux de cette recherche, puisque cela aurait dû être l'occasion de découvrir le cadre dans lequel s'inscrivait ce travail. Cela aurait permis de renseigner la population sur les modalités de cette enquête, etc. Or, pour des raisons pratiques, la présentation du sujet ainsi que l'enquête (rédigée selon la méthode du compte-rendu d'une interview de journaliste, avec les subjectivités que

cela représente) sont parues dans le même article, représentant le quart d'une page de journal, soit quasiment un format A4 (21 x 29,7cm). Ce détail est important car le nombre d'informateurs potentiels reposait aussi sur la lisibilité et l'attractivité de cette enquête. Si elles n'étaient pas suffisantes, nous prenions le risque qu'un nombre encore plus important de lecteurs n'eût d'égards à cela.

Il n'était pas question d'imaginer que le nombre aurait forcément fait la force de cette enquête (et le nombre total d'informateurs en est la première preuve), mais plutôt d'envisager aussi cela comme une information pour la population, pour l'inciter à réfléchir à un affichage imposé, pour lequel la ville n'a pas sollicité ses concitoyens.

Enfin, des limites temporelles ont été fixées. Cela signifie qu'une date limite de renvoi était proposée et a été mentionnée lors du rappel de la parution de l'enquête et de la possibilité d'y répondre, 7 jours après la parution initiale. Les informateurs ont eu un mois pour répondre à cette enquête. Cette date a été respectée dans la majorité des cas. Les réponses reçues ultérieurement ont été, malgré tout, considérées dans l'échantillon d'enquête puisque le nombre total de réponses était peu important.

Le questionnaire n'a pas été retenu par l'équipe de rédaction sous sa forme originelle<sup>6</sup>. Par exemple, les questions proposées sous la forme permettant une réponse par échelle évaluative :

Êtes-vous attaché à la culture bretonne ?

Pas du tout        beaucoup

ont été reportées sous la forme :

Êtes-vous attaché à la culture bretonne ?, proposée sous la forme d'une question ouverte, n'incitant plus d'élément quantitatif. Cette formulation et une présentation quantitative proposées conjointement auraient permis une lisibilité des réponses beaucoup plus explicite, un résultat immédiat donc.

Puis, les questions du type :

Que pensez-vous de cet affichage ? : Le trouvez-vous insuffisant          suffisant ? Le trouvez-vous inadapté       adapté ?

permettaient une interrogation en nombre et en qualité avec une facilité de réponse pour l'informateur. La forme retenue a été :

Que pensez-vous de cet affichage ? Notez de 1 à 10, de très insuffisant à trop important, suffisant représentant la note 5.

Cet affichage vous semble t-il adapté ? Notez de 1 à 10, de très mal adapté à très bien adapté ?

La qualité de la formulation n'est somme toute pas à débattre, mais suppose que la manière de répondre à cette question soit envisagée comme un biais non négligeable dans un premier temps, car donner une note appelle souvent à un jugement plus dévaluatif que le système permettant de cocher une case sans qu'aucune unité de valeur chiffrée n'apparaisse. De plus, la forme initiale proposait un ensemble de questions fermées et une question finale ouverte, demandant davantage d'implication de la part de l'informateur :

Selon vous, que peut apporter un affichage bilingue français-breton ? Il aurait été ainsi souhaitable d'inscrire très clairement que la réponse souhaitée devait être rédigée sur papier libre, pour profiter d'un espace de réaction conséquent, permettant l'expression détaillée des sentiments des informateurs sur cette question. Le développement de leurs perceptions aurait clairement permis de situer les enjeux essentiels de cet affichage pour l'ensemble des personnes ayant répondu à l'enquête. Or, pour des raisons pratiques à nouveau, la forme retenue et publiée a été :

Selon vous, que peut apporter un affichage bilingue français-breton ? Réponse sur papier libre.

Au delà de l'inquiétude (repérée bien souvent dans les enquêtes) que les informateurs peuvent ressentir face aux questions de la rédaction, nous pensons que la formulation proposée a aussi été un fait qui a pu brider la réflexion des informateurs entraînant, pour 70 d'entre eux, des réactions très brèves, permettant difficilement de traiter de manière approfondie leurs avis sur ce sujet. Toutefois trois manières de répondre étaient possibles : 1) découper l'enquête et la poster ; 2) télécharger l'enquête par Internet et poster le fichier papier imprimé et rempli ; 3) télécharger l'enquête par Internet et la renvoyer par courrier électronique. Ces variables ont permis aux informateurs une liberté dans l'usage du support et n'ont gêné en rien le dépouillement de l'enquête et le traitement des données.

De plus, dans toute enquête sociolinguistique qui sollicite des informateurs, la question du nombre de personnes à interroger est récurrente<sup>7</sup>. Dans de nombreux cas, le chercheur choisit son échantillon d'après des variables préétablies, telles que l'âge, le sexe, le secteur géographique, la catégorie socio-professionnelle, etc. Pour ce cas précis, la méthode de diffusion de l'enquête utilisée laissant le choix aux informateurs eux-mêmes, la question de l'échantillon était risquée. D'un point de vue statistique, la population à l'étude était une population dite « infinie », c'est-à-dire une population importante, impossible à chiffrer précisément. Ainsi, la marge d'erreur acceptable pour cette recherche, qui aurait permis de déterminer le nombre de répondants nécessaires pour que l'enquête et l'étude quantitative soient valides, était extrêmement difficile à obtenir. De plus, l'expérience, le processus de diffusion de l'enquête ainsi que la particularité du sujet de recherche permettaient d'imaginer un taux de refus très important, ce qui s'est vérifié à la clôture de l'enquête. Il est de toute façon difficile de calculer, même a posteriori, le nombre d'informateurs idéalement représentatif pour ce type d'enquête, car le petit nombre final est une information très importante en elle-même.

En effet, l'homogénéité des observations faites par les informateurs est un critère de validation suffisant pour cette enquête. La seule variation importante observée, toute variable confondue (autrement dit, le sexe, l'âge, la région d'origine et la ville de résidence), était le sentiment d'appartenance à l'identité bretonne. Les informateurs utilisant un discours mesuré, c'est-à-dire, n'exprimant ni une forte appartenance ni l'inexistence de celle-ci, représentent 12 % des informateurs, soit 16 personnes. Ce qui signifie qu'un large ensemble des informateurs s'est positionné clairement sur son appartenance à l'identité bretonne et a validé les pratiques d'affichage bilingue à Lorient ou l'inverse<sup>8</sup>.

## **2. Le contexte orientais**

L'enquête réalisée pour cette étude émane d'une situation politico-culturelle spécifique au sein de laquelle les actions communales se fondent dans une politique régionale plus large. Mais, même si le Conseil Régional de Bretagne mène une politique volontariste en faveur de la langue bretonne et de son développement dans la vie de la cité, les Conseils Généraux sont libres et indépendants dans leurs actions en

matière de culture. Ainsi, le Finistère et les Côtes d'Armor sont les deux départements dans lesquels les actions de soutien et de mise en valeur de la langue et de la culture bretonnes sont présentes depuis plusieurs décennies. Dans une autre perspective, le département d'Ille-et-Vilaine (département à l'est de la région et frontalier d'une autre région administrative) se caractérise par des actions ponctuelles en faveur d'initiatives locales le plus souvent. Le département du Morbihan est quant à lui « le retardataire » breton en matière de bilinguisme et d'affichage bilingue. Ainsi, de nombreuses procédures ont été lancées dans les communes morbihannaises, ainsi qu'auprès du Conseil Général (élu en mars 2004 et changeant de majorité, devenant socialiste), il y a plusieurs années mais réellement identifiées depuis quelques mois seulement.

Parallèlement, la ville de Lorient développe depuis la même période une politique d'affichage bilingue concernant le jalonnement<sup>9</sup> directionnel ainsi que la signalisation des bâtiments afin de « contribuer à une plus grande reconnaissance de la langue bretonne et favoriser le développement de sa pratique » (compte-rendu du Conseil Municipal de la ville de Lorient, séance du 01/10/1998 : 2)<sup>10</sup>. Afin de définir plus précisément la politique (sur le bilinguisme) à poursuivre et prolonger les deux actions citées précédemment, un groupe de travail sur le bilinguisme a été mis en place en 1998, regroupant différentes personnalités de la communauté lorientaise : cinq élus du conseil municipal et un représentant de la fédération des associations culturelles du pays de Lorient, Emglev Bro an Oriant (connue pour œuvrer pour la défense de la culture et de la langue bretonnes, son utilisation dans la vie publique, son enseignement et sa pérennité dans la société en Bretagne).

Suite aux propositions de ce groupe de travail, la ville de Lorient s'est engagée à développer le bilinguisme dans sa communication et à proposer aux agents municipaux un certain nombre de mesures, par exemple, « une formation en langue bretonne en vue d'améliorer les relations entre l'Administration et les usagers<sup>11</sup> » (compte-rendu du Conseil Municipal de la ville de Lorient, séance du 01/10/1998 : 3).

La ville de Lorient souhaite dans la globalité de son affichage urbain, aussi bien en ce qui concerne la signalisation routière et « touristique<sup>12</sup> » que les indications sur les bâtiments, faire voir, faire entendre, donc faire

admettre, la langue bretonne comme élément essentiel de la vie de la cité. Ainsi, depuis quelques années, de nombreux panneaux bilingues émergent dans le paysage urbain lorientais. La signalétique bilingue est très présente, concentrée surtout dans le périmètre du centre ville attractif, autrement dit, concentrée stratégiquement dans les lieux les plus fréquentés par les automobilistes et par les piétons. Cela concerne les espaces d'affichage environnant les grandes artères du centre ville, les bâtiments du type de l'Office du tourisme, de la Chambre de Commerce et de l'Industrie, du Palais des Congrès, de la Mairie etc., ainsi que la signalisation du stade de football, espace central de la ville<sup>13</sup>.

Ce périmètre délimite donc les frontières de la zone nommée « centre ville », espace « propice » à mettre le public au contact du breton et réciproquement, car, en termes de taux de fréquentation, cette zone est une zone de passage. Le jalonnement bilingue correspond à des choix de lieux, stratégiquement déterminés pour que l'affichage bilingue soit reçu favorablement par la population. Les panneaux de signalisation permettent alors d'assurer le rôle que la municipalité donne à cette action culturelle : une action symbolique permettant la valorisation du territoire.

La langue en tant que **matière patrimoniale et touristique** s'affiche davantage dans ce type d'endroits plutôt que dans les zones périphériques, plus résidentielles ou industrielles. Or, le modèle de jalonnement en vigueur depuis l'année 2000 tente de développer en dehors de cet espace un affichage bilingue, puisque la ville de Lorient avait pris à cette époque la décision de mettre en place une signalisation bilingue sur l'ensemble de la commune, au fur et à mesure du renouvellement des panneaux et des nouvelles implantations. Des contacts avaient également été envisagés avec les grandes administrations et les établissements privés pour les inciter à mettre en oeuvre une signalisation bilingue de leurs équipements (signalétique intérieure et extérieure). De la même façon, un des objectifs était de susciter auprès des promoteurs des appellations en Breton pour les nouveaux bâtiments résidentiels à construire. La volonté de la ville de Lorient était donc très forte pour installer une signalisation bilingue sur l'ensemble de son territoire.

Cela pose alors la question du prestige du lieu, en tant que lieu attractif, de l'intérêt du lieu pour afficher cette langue. Jamais les lieux peu fréquentés par la population ne sont choisis en priorité pour

l'affichage bilingue. Les lieux de ville choisis pour cela relèvent en priorité d'un choix stratégique et ne peuvent se détacher du « traitement de la langue » opéré dans ces mêmes endroits. Cela a été observé dans tous les lieux d'enquête que j'ai pu visiter pendant mes recherches<sup>14</sup>, non seulement à Lorient mais à travers toute la Bretagne.

L'utilisation de la langue bretonne peut être envisagée de deux façons, renvoyant à deux traitements de l'espace, c'est-à-dire du lieu d'affichage : le premier consiste à établir un contexte de type « relation publique » avec les usagers. Considéré dans son entièreté comme objet pratique se situant dans un lieu de ville, c'est-à-dire un lieu urbain attractif au sens mentionné précédemment, le panneau est saisi comme un ensemble fixe, astreint aux usages de son support et servant à se repérer, à se guider, à indiquer un ensemble de directions. Le second consiste à établir un contexte de « type relation intime » avec le piéton car le panneau, par son affichage bilingue, prend place dans un plus large espace de signes par lequel le piéton est sollicité dans l'espace urbain. Et le fait de la sollicitation permet de saisir le panneau comme un objet vecteur de sens, de relations, donc de lien social. En parlant d'affichage publicitaire, Marcel Fitoussi précise que la « spécificité du message que véhicule l'affiche est l'alliage d'une image et d'un texte qui tous deux renvoient à une opération symbolique » (Fitoussi, 1995 : 113). Or le principe de l'affichage bilingue de la ville de Lorient est précisément celui-là. D'ordinaire, l'indication (l'indication géographique pour le cas évoqué ici même) se distingue du symbole. Le panneau de signalisation, constituant une indication, établit un rapport causal entre l'utilisateur et l'usage effectif de ce support, puisque entraînant une série d'actions allant de l'utilisation de l'indication en tant qu'information, jusqu'à l'action permettant à l'utilisateur de se rendre dans l'endroit indiqué ; alors que le symbole n'a pas cette fonction. Il est un élément pouvant faire référence à un autre ensemble de signifiants. Il est un signe dans lequel on intègre un ensemble de références (culturelles) construites. Le panneau de signalisation bilingue devient alors plus qu'une simple indication, il est aussi un signe, un symbole, renvoyant à une réalité certes construite, mais aussi à un ensemble d'images mentales que nous formons par notre histoire, nos valeurs, etc. et auxquelles nous croyons et adhérons. Et lorsque ces symboles sont utilisés par les « promoteurs de la langue », dans le cadre de la signalétique bilingue observée sur le terrain breton, ceux-ci

renvoient aussi bien l'image de ce que veulent dire les initiateurs du message : « Vous êtes en Bretagne, la langue affichée publiquement l'authentifie », qu'à ce qu'il évoque pour le destinataire.

La ville de Lorient cherche donc à faire la promotion de la langue bretonne, à développer ses usages et à sensibiliser la population à une question linguistique plus vaste, qui consisterait, par le moyen de la signalisation bilingue, à réhabiliter le breton dans la vie sociale. Mais, elle cherche aussi à valoriser son territoire par l'image positive de la culture bretonne (dont la langue est un élément fondamental), image positive existante et persistante dans les représentations sociales de la Bretagne partagées aussi bien par la population locale que par les populations extérieures à la région<sup>15</sup>. Une culture affirmée<sup>16</sup> contribue à créer un système collectif de représentations. Il s'agit là de créer une sorte d'imaginaire collectif, renvoyant à la fonction principale du symbole évoquée précédemment. Plus largement, la Bretagne bénéficie d'une image positive (qualité de vie, savoir-faire des personnes, etc.). Aussi, même sans contenu iconographique, les panneaux de signalisation, dans les textes (les messages écrits) qu'ils transmettent par la langue régionale, participent à une opération symbolique qui tente de se développer à travers toute la ville et non plus seulement dans les lieux les plus touristiques. L'affichage bilingue, considéré dans cet espace, relève donc d'un ensemble d'opérations visant un marquage symbolique du territoire au sens où il n'est pas pensable que l'ensemble des usagers, particulièrement l'ensemble des usagers et locuteurs du breton, se servent des formes bretonnes pour s'orienter.

### **3. Politique culturelle et politique de ville**

À plusieurs reprises, j'ai évoqué la terminologie de « politique linguistique » pour désigner l'action lorientaise en matière de signalétique bilingue. Je parle de ce concept dans ce contexte au sens de l'association de décisions politiques liées à une question linguistique, donnant à mettre en œuvre dans l'espace public un aménagement linguistique visible pour lequel des règles de fonctionnement ont été envisagées au préalable et votées par l'équipe politique en place. Cela suppose que le contexte soit auparavant établi comme un contexte culturel vécu, ressenti comme favorable, ce qui est le cas ici.

Puis, une politique linguistique active suppose un ensemble d'engagements visant à développer, avant même les pratiques d'une langue régionale, des actions de revalorisation du statut de cette langue. La réflexion doit porter sur les rôles de la langue bretonne dans la société (locale pour le cas qui nous intéresse) et des décisions doivent être prises sur les rôles culturels et sociaux de cette langue. Or, nous sommes bien dans cette perspective où, par l'affichage symbolique développé dans cette ville, l'ensemble des acteurs participant à cela contribue à faire évoluer et à redévelopper le statut de la langue bretonne, avant même d'en redévelopper sa pratique.

Deux arguments sous-tendent cette mise en place de la politique linguistique et dessinent l'orientation de la politique linguistique lorientaise : la mémoire et l'ouverture. L'argument historique est extrêmement présent dans les motivations qui ont déclenché ce type de pratiques. *Refaire apparaître l'histoire du territoire par le biais des noms* et envisager cela comme une ouverture à la diversité culturelle et au respect des identités (*respecter la culture d'un territoire et la diversité des gens qui y habitent*) constituent l'ensemble du raisonnement qui m'a été confié lors des entretiens semi-directifs avec des élus locaux.

La symbolique de la signalétique lorientaise peut être envisagée comme un modèle spécifique car elle répond à des motivations locales, d'acteurs locaux, mais elle s'intègre aussi à un modèle plus vaste, départemental tout d'abord, et régional ensuite :

La langue bretonne ne sera plus jamais une langue véhiculaire. Il faut encore davantage la préserver. C'est une exigence historique déontologique. La langue est un élément de culture vivant, à l'inverse des bâtiments ou de tout ce qui concerne l'architecture. L'affichage bilingue est donc aussi le témoignage de la vivacité d'une culture, d'un territoire, ce qui est le cas pour Lorient par exemple. (Témoignage de l'actuel Président de la Région Bretagne, Jean-Yves Le Drian, lors d'un entretien le 16 juin 2003).

Cette situation est troublante car il apparaît qu'un modèle de développement d'aménagement linguistique du territoire ne puisse être transférable d'un lieu à un autre. Comprenons, ne peut être transférable

d'un territoire à un autre, car les principes d'aménagement répondent à des besoins spécifiques liés à la nature complexe d'une identité spécifique sur un territoire particulier. Or, il semble que le modèle lorientais émane d'un modèle plus vaste, régional. En se basant sur l'argument reflétant les représentations liées aux comportements des Bretons face à leur identité régionale<sup>17</sup>, on peut dire que l'identité bretonne se vit tout à fait différemment selon les quatre départements principaux de cette région. Il est bien « connu » que les Finistériens vivent davantage l'identité bretonne que les personnes vivant en Ille-et-Vilaine. Or, plus scientifiquement, les rapports interlinguistiques liés à cette question n'ont jamais été envisagés ni gérés de la même façon selon les quatre départements. Il y a des différences de ressenti identitaire, et de politique linguistique de fait, selon les zones de Bretagne. Et, aujourd'hui, les instruments sociaux et politiques permettant de maîtriser ce nouveau type de pratique sont les mêmes, et ce, pour l'ensemble du territoire breton. Cela signifie qu'il n'est pas question par ce type d'actions de chercher la spécificité culturelle d'une ville, mais bien d'intégrer la ville à une question culturelle et linguistique plus large, vis-à-vis de laquelle aucune ville ne se défend, puisqu'il ne s'agit plus de considérer les variétés locales de la langue mais bien de considérer la régulation de l'usage de la langue bretonne, c'est-à-dire des pratiques langagières liées à l'affichage public, à l'intérieur d'un espace social donné.

La valeur de la langue est remise en question. Dans ce contexte, je postulerai sur le fait que la langue est un bien culturel au sens qu'elle est

un bien symbolique, parce qu'il est porteur d'identité, de valeurs et de sens et ne peut pas être traité comme n'importe quel autre bien. Le bien culturel, parce qu'il constitue un bien d'information et un bien symbolique porteur de sens, possède un ensemble de caractéristiques qui le distinguent des biens matériels typiques de la révolution industrielle et qui font en sorte que les préceptes de l'économie néoclassique standard s'appliquent fort mal à sa situation (Ménard, 2004 : 67).

La langue bretonne est donc autre chose qu'un objet de commerce, mais n'est toutefois plus que l'élément linguistique permettant l'échange ou la communication entre les personnes. Elle est un vecteur du lien social

(à l'exemple de l'objectif de la mairie d'envisager de meilleures relations entre l'Administration et ses usagers) et elle est aussi un argument de la politique de la ville, un argument socio-économique, etc.

### **Conclusion : les enjeux de l'affichage bilingue en Bretagne**

Dans le contexte lorientais décrit précédemment, le panneau de signalisation est un élément de connaissance de la ville. L'utilisateur, quel qu'il soit, entre ainsi au cœur d'un fait urbain contemporain : l'utilisation de la langue bretonne dans l'espace urbain. Marqueur territorial, le panneau délimite les contours d'espaces (par exemple, jusqu'à aujourd'hui, le centre ville peut très clairement se dessiner grâce aux panneaux de signalisation bilingue qui sont majoritaires dans cet espace social donné), individualise certains secteurs (cela est surtout valable pour les secteurs accessibles aux piétons où la marque régionale par le biais de l'affichage de la langue bretonne permet de donner un caractère typique, traditionnel à l'endroit<sup>18</sup>) et sert de repère pour qualifier les lieux autrement que par le toponyme francisé. Il offre aussi, par l'effet combiné de son message et de son emplacement, la possibilité d'identifier un des paramètres selon lequel s'organise l'espace social. Élément du paysage non seulement urbain mais de l'espace plus vaste et entier, il donne à voir la ville dans sa double fonction d'espace économique et d'espace de pouvoir. En effet, les pratiques d'affichage bilingue utilisées dans le champ urbain de la ville de Lorient peuvent être mobilisées en tant qu'enjeu social dans la construction identitaire, en tant qu'enjeu politique mais aussi en tant qu'enjeu économique ou socio-économique.

L'affichage de la langue bretonne dans toutes les formes de signalétique précédemment déclinées comporte des **enjeux sociaux** liés à la construction identitaire. Cet affichage superposé, substitué à l'espace vécu<sup>19</sup>, influe sur les relations des habitants à leur environnement, tel le discours de la municipalité de Lorient cité précédemment, discours construit et fondé sur des représentations comme l'amélioration des relations entre les personnels des administrations sensibilisés à la question linguistique bretonne et les usagers, mais vérifiées par les réponses des informateurs qui valident ce fait par des réponses du type :

*Ça donne une ambiance exotique. (Informateur I.H1)*

*Il a un impact positif autant sur le visiteur que sur le résident. (Informateur I.H13)*

*Il apporte une plus grande confiance des Bretons en eux-mêmes. (Informateur I.F17)*

*Cela apporte une meilleure convivialité. (Informateur I.H20)*

*Il est porteur de cohésion sociale. (Informateur I.H28)*

*Cela apporte de la joie. (Informateur I.H35)*

*C'est valorisant. (Informateur II.F14)*

*Ça atténue le sentiment d'exclusion. (Informateur II.H17)*

*Ça apporte du dynamisme. (Informateur II.F19)*

Puis l'affichage en breton comporte un **enjeu politique**, ou plus précisément politico-linguistique. Si le but est de pérenniser la langue par ce moyen d'affichage, quelques arguments oeuvrent en ce sens. En effet, cette signalisation véhicule du sens puisque la personne lisant le panneau bilingue a l'impression de pouvoir traduire quelques mots et le phénomène de mémorisation de la langue véhiculé par cette action permettra peut-être que des locuteurs non-actifs se sensibilisent à la « cause linguistique bretonne » et décident d'apprendre la langue. Nous pouvons imaginer en effet, qu'à plus long terme, cela soit un facteur qui agira sur l'évolution des pratiques.

Enfin, l'affichage bilingue comporte un **enjeu socio-économique**. Si le but est d'améliorer les relations entre l'Administration (par exemple) et ses usagers, cela permet aussi de créer du lien social. La langue bretonne, affichée publiquement, constitue un ensemble de significations qui accroît les liens entre ceux qui les partagent. La langue est un élément moteur de la valorisation de la culture bretonne toute entière. Et, encouragée de la sorte, la culture produit des effets sur l'économie locale, que ce soit par les manifestations culturelles qui se développent (ayant des conséquences positives sur le tourisme), la création d'emplois (liés au domaine culturel, associatif, etc. dans les structures à vocation régionale par exemple), ou encore par le développement de l'image de la région (provoquant des

conséquences positives directes sur l'économie). Puis, loin de n'être qu'une simple étiquette, l'indication en langue régionale assure un ensemble d'opérations concrètes qui interfèrent les unes avec les autres pour :

1. identifier : la première opération d'identification est une opération nécessaire pour que le lieu existe et que les usagers se repèrent. L'identification en langue régionale permet en plus de cela d'identifier le lieu en véhiculant quelque chose de positif. D'où un enchaînement avec la deuxième opération ;
2. catégoriser un territoire de façon positive. En effet, la Bretagne bénéficiant d'une image positive, le caractère localisant de la langue permet de renforcer l'image positive du territoire ;
3. réactiver la mémoire du lieu et de l'ensemble du territoire auquel ce lieu appartient ou duquel ce lieu est issu ;
4. permettre de faire fructifier le « capital » culturel et économique du territoire tout en assurant l'évolution de son image ;
5. signifier quelque chose de nouveau : il s'agit d'envisager l'affichage comme une interface entre le respect, la réhabilitation de l'histoire et une perspective d'avenir ;
6. permettre l'idée d'une place plus importante de la langue bretonne au sein de ces espaces ;
7. inciter le destinataire à devenir « client » en motivant des attitudes aussi diverses que la curiosité (susitant ensuite de l'intérêt ?), le désir, l'adhésion à des valeurs associées à la langue bretonne mais surtout à la culture bretonne au sens large.

Il s'agit bien ici d'une vision marketing<sup>20</sup> de l'usage de la langue bretonne. Au risque de choquer et confondre les objectifs scientifiques de cette étude, l'enquête et l'analyse sociolinguistiques que je présente ici ne peuvent se détacher d'un processus labellisé évident, que comporte l'affichage. L'action symbolique engagée par la ville de Lorient suggère ce principe de valorisation. Et de manière générale, les informateurs

n'envisagent pas l'affichage bilingue comme un espace de signalisation pratique mais bel et bien comme un espace symbolique, représentant des éléments culturels.

Nous pouvons finaliser la question en s'intéressant aussi aux effets produits par cet affichage :

- pour le touriste ou l'utilisateur ponctuel, le panneau, en tant que support et effet de significations, intervient sur la représentation mentale de l'espace. Il s'agit d'un modèle de communication visuelle externe.
- pour l'utilisateur permanent, la communication visuelle permet de se familiariser avec des formes variées. Il s'agit d'un modèle de communication interne.
- et pour l'utilisateur plus régulier que l'utilisateur ponctuel mais moins que l'utilisateur permanent, la combinaison de ces deux modèles renvoie aussi au phénomène de réception instantanée de la langue (par le simple fait de passages dans un espace comportant ce type de signalétique) et ajoute le phénomène de familiarisation, puisque l'utilisateur connaissant l'espace et y revenant, développe par le force des choses ce type de comportement.

À titre d'exemple, le maire de la commune de Cesson-Sévigné, en Ille-et-Vilaine, œuvre pour que sa ville soit une « vitrine »<sup>21</sup>. Or, une vitrine fonctionne le plus souvent par exposition d'objets ou de sujets qui ne tentent d'être que le reflet de celui ou ceux qui les contemplent. Une des limites à ce genre d'affichage, et particulièrement lorsque la population n'en est pas tenue informée au préalable, est que le fonctionnement en vitrine imaginé et mis en place par les équipes politiques dirigeantes n'est pas le reflet que de ceux qui contemplent ces expositions de langues. D'où des conflits graves parfois, et un refus catégorique de participer et de cautionner ce type d'actions en faveur du bilinguisme.

Enfin, selon Michel Lussault, « un des caractères originaux de la forme publicitaire de la communication territoriale est que le produit à vanter est autant – sinon plus – la politique municipale que la ville » (Lussault, 1993 : 102). Ce qu'il rapporte à l'affichage publicitaire de la ville de Tours est adaptable à la politique mise en œuvre par la ville de Lorient. Le

modèle d'utilisation de l'espace développé dans ces lieux lorientais est aussi la valorisation de la politique municipale et médiatise ainsi son discours (par le biais des panneaux de signalisation).

La langue bretonne est donc un objet au sens de produit d'usages culturels (puisque la langue est utilisée à des fins autres que linguistiques), un moyen de production et de circulation de sens, à la fois un message (un véhicule d'informations) et aussi un stimuli destiné à déclencher des réactions. L'affichage bilingue, matérialisé sous forme de panneaux identifiés et référencés par catégories, renvoie de fait à une série d'interrogations sur les échanges qu'il institue non pas tant entre émetteurs et récepteurs mais plutôt entre le sujet émis, la langue bretonne et le récepteur de ce sujet, l'usager, donc à terme cela engage une série de réflexions sur le lien social dont elle pourrait être un des vecteurs. La langue bretonne est une **Langue-Produit** et son avenir est à envisager de toute façon sous cette forme développée précédemment : les actions symboliques en cours contribuent à faire évoluer son statut, et par là, la perspective de faire évoluer les pratiques peut être imaginée.

### Bibliographie

- Bulot, T. et Tsekos, N. (dir.) (1999). *Langue urbaine et identité. Langue et urbanisation linguistique à Rouen, Venise, Berlin, Athènes et Mons.* Paris : L'Harmattan.
- Fitoussi, M. (1995). *L'affichage.* Paris : PUF [coll. Que sais-je].
- Guedez, A. (1993). De l'affiche urbaine à la ville en affiche. In Fresnault-Deruelle, P. *Dans la ville, l'affiche.* Tours : EIDOS, Éditions de la Maison des Sciences de la ville, Université François-Rabelais [coll. Sciences de la ville n°4]. 5–9.
- Lussault, M. (1993). L'assomption d'une ville. In Fresnault-Deruelle, P. *Dans la ville, l'affiche.* Tours : EIDOS, Éditions de la Maison des Sciences de la ville, Université François-Rabelais [coll. Sciences de la ville n°4]. 98–107.

Ménard, M. (2004). *Éléments pour une économie des industries culturelles*. Québec : SODEC (Société de développement des entreprises culturelles).

Siblot, P. (1999). Choisir un nom. In Fraenkel B. et Legris-Desportes C. (dir.). *Entreprise et Sémiologie. Analyser le sens pour maîtriser l'action*. Paris : Dunod. 39-46.

### **Rapports**

Association Produit en Bretagne (1999). Baromètre d'image de la Bretagne. Sextant, Etudes et Conseil en Marketing. 114 pages.

Conseil Général du Finistère (1991). La signalisation routière. Journée Langue et cultures régionales. Parc Naturel régional d'Armorique. 9 janvier 1991.

Conseil Général du Finistère (septembre 1992). Perception d'une politique en faveur de la langue et de la culture bretonnes. n°1872. TMO Ouest. Rennes. 36 pages.

Duva., K., Tricoire, F., Gauthier, A. (1997). Etude d'image de Rennes à l'International. Coopers et Lybrand. Association Conseil en Entreprise. 85 pages.

Ofis ar Brezhoneg (2002). Un avenir pour la langue bretonne ? Rapport sur l'état de la langue bretonne. Observatoire de la langue bretonne. 260 pages.

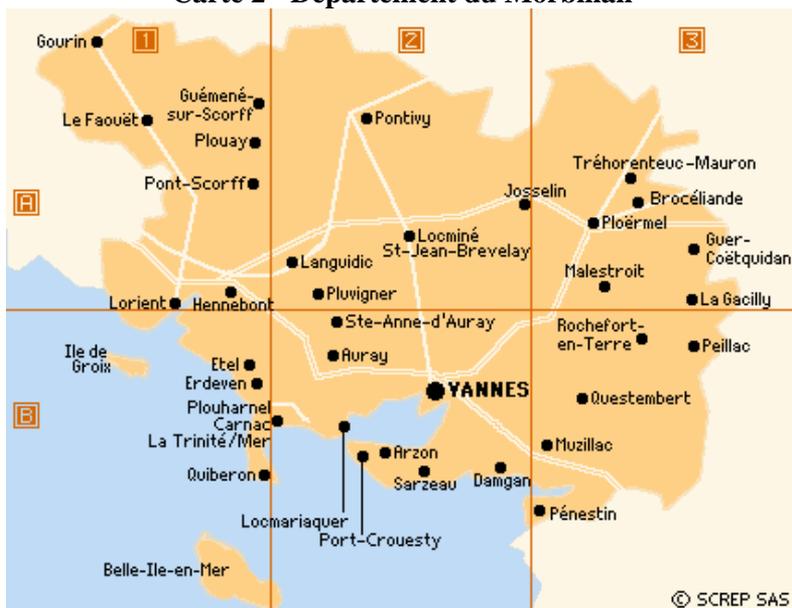
### Annexe 1 : Localisation de la ville de Lorient

#### Carte 1 - Carte de la Bretagne



(Source : <http://www.tourisme.fr/carte/carte-region-bretagne.htm>)

#### Carte 2 - Département du Morbihan



(Source : <http://www.tourisme.fr/carte/carte-departement-Morbihan.htm>)

## **Annexe 2 : Le questionnaire de l'enquête**

- Vous êtes : un homme/une femme :  
Année de naissance :  
Profession :  
Commune de résidence :
- Depuis quand habitez-vous la région ?
- Êtes-vous attaché à la culture bretonne ?
- Parlez-vous breton ? Choisissez l'expression qui vous correspond  
Pas du tout / Quelques mots / Un peu / Moyennement / Assez bien / bien / Très bien
- Comprenez-vous le breton ? Même choix, de Pas du tout à Très bien
- Le breton s'affiche autour de vous. Où ?
- Que pensez-vous de cet affichage ? Notez de 1 à 10, de très insuffisant à trop Important, suffisant représentant la note 5.
- Cet affichage vous semble-t-il adapté ? Notez de 1 à 10, de très mal adapté à très bien adapté.
- Selon vous, que peut apporter un affichage bilingue français-breton ? Réponse sur papier libre.

Renvoyez ce questionnaire à l'adresse suivante :

Roseline Le Squère, Équipe CREDILIF, Université Rennes 2,  
Place du Recteur Henri-Le Moal, OS 24 30T  
35043 Rennes Cedex.

Vous pouvez aussi le télécharger à l'adresse suivante :

[www.uhb.fr/alc/erellif/credllif/](http://www.uhb.fr/alc/erellif/credllif/)

### Annexe 3 : Exemples de signalisation, ville de Lorient, Centre-ville, (photographies de Roseline Le Squère)

Panneaux de signalisation routière : panneaux de direction de type D21a



Panneaux de signalisation routière : panneaux de direction de type D21a



#### **Annexe 4: Exemples de signalisation, ville de Lorient, Centre-ville, (photographies de Roseline Le Squère)**

Panneaux de signalisation routière : panneaux de direction de type D21a



Panneaux d'information touristique : panneaux de jalonnement des aménagements cyclables de type Dv43c



- 
- <sup>1</sup> Localisation de la ville de Lorient, annexe 1, carte 2 : Lorient se situe au Nord-Ouest de la ville de Vannes. Localisation du département du Morbihan, annexe 1, carte 1 : le Morbihan est le département se situant au sud de la région Bretagne.
- <sup>2</sup> Je considère la signalétique comme un objet de réflexion et d'action politique, construit dans des objectifs spécifiques qui seront développés dans ce texte. La réalité constructiviste évoquée ici correspond à la double dimension, objective et construite, du cas de réalité sociale que je traite ici.
- <sup>3</sup> Je parle d'usitaires comme des personnes à la fois utilisatrices et bénéficiaires (destinataires) de l'affichage public bilingue.
- <sup>4</sup> La communauté de communes dont la ville de Lorient fait partie, nommée Cap Lorient, fonctionne sur le principe d'affichage *uniforme et cohérent* pour toutes les communes appartenant à la Communauté. Le maire interrogé fait partie des communes de Cap Lorient et siège dans son Conseil. Le Vice-Président du Conseil Général du Morbihan est aussi maire d'une commune du pays de Lorient et a rédigé deux rapports, l'un en 1999 et l'autre en 2004 concernant la question du traitement de la langue bretonne sur le département du Morbihan, en insistant très fortement sur la question de la signalisation bilingue. Ces rapports n'ont pu m'être fournis.
- <sup>5</sup> Le département du Morbihan compte trois arrondissements : l'arrondissement de Vannes, de Pontivy et de Lorient. Les sept cantons, appartenant à l'Arrondissement de Lorient que l'édition *Ouest-France* de Lorient couvre, représentent 24 communes. Le canton de Plouay comprend 6 communes : Plouay, Bubry, Calan, Inguiniel, Lanvaudan, Quistinic. Le canton d'Hennebont comprend 4 communes : Hennebont, Brandérion, Inzinzac-Lochrist et Languidic. Le canton de Lanester ne comprend qu'une seule commune : Lanester. Le canton de Lorient ne comprend qu'une seule commune : Lorient. Le canton de Ploemeur comprend deux communes : Ploemeur et Larmor-Plage. Le canton de l'île de Groix ne comprend qu'une seule commune : Groix. Le canton de Port-Louis comprend 9 communes : Port-Louis, Gâvres, Kervignac, Loomiquélic, Merlevenez, Nostang, Plouhinec, Riantec et Sainte-Hélène. En dehors de la commune de Lorient où l'affichage bilingue est massif, les communes dont il est question ici connaissent un affichage bilingue lié aux panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération, mais pas d'affichage aussi développé que celui de la ville de Lorient. Les personnes donnant comme lieu de résidence l'une des villes appartenant à ces cantons, Lorient exclue, représentent 35 informateurs (sur 128 au total). 19 informateurs indiquent Lorient comme lieu de résidence et donc 73 informateurs vivent en dehors de la zone de diffusion. Ainsi les personnes au contact permanent avec ces formes d'affichage bilingue ne sont pas celles qui ont majoritairement répondu à l'enquête.
- <sup>6</sup> Se reporter à la présentation de l'enquête sous sa forme publiée dans le journal, annexe 2. L'interview du journaliste n'apparaît pas ici. La version téléchargeable du questionnaire est visible à l'adresse suivante : [www.uhb.fr/alc.ereelif/credilif/](http://www.uhb.fr/alc.ereelif/credilif/).
- <sup>7</sup> J'ai finalement reçu 132 réponses au total, donc 128 étaient traitables.
- <sup>8</sup> Il faut également rester conscient que les personnes répondant à ce type de sujet sont souvent des personnes faisant partie de réseaux favorables à la question culturelle bretonne. Certaines réponses reçues « en groupement » ne constituent pas pour autant des réponses à considérer comme une seule et même réponse pour un ensemble d'individus partageant de fait des idées similaires sur la question. Il s'agit bien de personnes singulières ayant répondu en leur nom propre et pouvant être considérées comme des informateurs à part entière.

- 
- <sup>9</sup> Il s'agit de la mise en place d'un ensemble de panneaux de signalisation répondant à un plan, dit « plan de jalonnement », mené par la municipalité. Cela concerne la mise en place d'une signalétique bilingue, aussi bien pour les panneaux d'indications géographiques que l'identification des bâtiments publics, dans leurs dénominations et leurs fonctions. C'est-à-dire que l'affichage est aussi bien générique, comme la signalisation de la mairie, du tribunal, du gymnase, etc., que spécifique en identifiant les services proposés à l'intérieur de chacune de ces structures.
- <sup>10</sup> Notons que, dès 1985, le Conseil Municipal de Lorient s'était prononcé en faveur du développement du bilinguisme français-breton.
- <sup>11</sup> Cette proposition entre dans le cadre de la Commission Formation des Agents Municipaux qui offre déjà d'autres types de formation continue.
- <sup>12</sup> Cela concerne les panneaux d'information culturelle et touristique de type H30, les panneaux d'animation autoroutière de type H11, 12 et 13, les panneaux d'itinéraires touristiques de type H21, 22, 23 et 24 ainsi que les panneaux de jalonnement des aménagements cyclables de type Dv et les panneaux de jalonnement piétonnier de type Dp.
- <sup>13</sup> Quatre exemples de panneaux de signalisation routière et touristique représentatifs de l'affichage de la ville de Lorient sont à consulter en annexe.
- <sup>14</sup> Les recherches présentées ici procèdent d'une recherche doctorale en cours concernant le rôle, le potentiel et les enjeux des usages publics des langues et cultures régionales de Bretagne dans le développement économique local. La signalétique bretonne est un des mes principaux objets de recherche. Dans le cadre de cette étude, j'ai investi la situation dans les quatre départements administratifs bretons. C'est par des entretiens semi-directifs la plupart du temps que j'ai interrogé un ensemble de représentants locaux élus et entrepreneurs pour traiter de cette question. J'ai de plus mené, sous le même principe de la double enquête présentée ici, une recherche auprès de la population bretonne jeune (18-25 ans). Ces deux méthodes, établies conjointement, me permettent aujourd'hui de constater que dans la majorité des cas, les lieux où la signalétique bilingue est très présente sont des endroits choisis stratégiquement. Ils permettent une proximité immédiate avec l'usager et cela crée un effet positif dans le rapport que l'usager entretient avec la culture, et donc la langue, bretonnes.
- <sup>15</sup> Dans une étude de 1999, intitulée *Baromètre d'image de la Bretagne* et menée auprès de 1000 personnes, l'Association Produit en Bretagne montre que de nombreux constats valorisants pour la région ont été faits : c'est une région où il fait bon vivre, où la qualité de l'environnement est bonne, etc. Le ressenti de la population est très positif.
- <sup>16</sup> Il est préférable d'utiliser l'expression de « culture affirmée » plutôt que « culture revendiquée » car si les acteurs locaux se défendent d'une démarche très volontariste en faveur de la langue et de la culture bretonnes, ils se défendent également de toute perspective militante dans le dessein péjoratif et dangereux que ces termes définissent parfois.
- <sup>17</sup> Je renvoie ici à deux rapports :
- Association Produit en Bretagne (1999). *Baromètre d'image de la Bretagne*. Sextant. Etudes et Conseil en Marketing. 114 pages
  - ainsi qu'à celui de l'Office de la langue bretonne : Ofis ar Brezhoneg (2002). *Un avenir pour la langue bretonne ? Rapport sur l'état de la langue bretonne*. Observatoire de la langue bretonne. 260 pages
- <sup>18</sup> Cela soulève la double démarche qui consiste à individualiser certains espaces par la langue sans pour autant individualiser l'espace lorsqu'il est considéré dans son ensemble, puisqu'il s'agit, dans ce cas, non pas d'individualisation mais plutôt d'intégration dans une dynamique culturelle plus vaste. Dans le premier cas, individualiser l'espace restreint, à l'exemple des chemins piétonniers, signifierait accentuer l'authentification du lieu en question et permettre au promeneur de s'approprié l'endroit.

- 
- <sup>19</sup> Il s'agit d'envisager le territoire comme un espace particulier, aux facettes multiples. Une première approche permet de distinguer deux aspects du territoire, un espace dont on peut dessiner les contours (espace délimité) et un espace de l'ordre du psychologique, voire du philosophique, nommé espace représenté dans lequel l'espace vécu apparaît. Il est l'espace du relationnel, du quotidien (lieu de travail, lieu d'habitation, etc.). L'espace représenté est aussi l'espace du ressenti. Ces deux dimensions, de l'espace délimité et de l'espace représenté, interfèrent entre elles puisque la construction de l'espace délimité a forcément un impact sur l'espace représenté. Puis, on peut se sentir appartenir à un territoire particulier et pourtant ne pas vivre les éléments culturels liés à cette appartenance, autrement dit dans le contexte breton ; on peut avoir le sentiment d'être breton mais ne pas s'intéresser à la culture bretonne. Aussi, cette distinction, pouvant être subjective, peut être complétée par une catégorisation de l'espace en trois dimensions ou critères spatiaux : l'espace originel, l'espace construit ou aménagé et l'espace en action dans lequel on retrouve l'espace vécu.
- <sup>20</sup> Ce modèle d'opérations est mentionné par Paul Siblot (1999). Il parle également de « d'un travail du nom », ce qui est également adaptable à notre contexte toponymique puisque les noms, par le biais de l'affichage public bilingue, exercent bien un travail d'actions spécifiques motivé par les équipes politiques en place.
- <sup>21</sup> La ville de Cesson-Sévigné est périphérique à la Bretagne, puisque située aux marges de la région. Elle est bordée par les autoroutes de Caen et de Paris. Cette situation est vue par la municipalité comme l'occasion d'afficher de la langue bretonne sur les panneaux d'entrée d'agglomération (principalement) pour spécifier que la ville appartient au territoire de la Bretagne, ce qui a supposé trouver une forme linguistique de « traduction » du nom de la ville, pour que celui-ci apparaisse sous une version bretonne. Or la ville de Cesson-Sévigné est située dans la zone dite gallésante et non bretonnante.