Toute langue est-elle *commodifiable* ? Quelques réflexions à partir de la situation actuelle du gaélique et de l'écossais en Écosse

Are all languages commodifiable? Some reflections based on the current situation of Gaelic and Scots in Scotland

James Costa Wilson

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/lbl/1077>

DOI : 10.4000/lbl.1077

ISSN : 2727-9383

Éditeur

Université de Bretagne Occidentale – UBO

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2015

Pagination : 205-218

ISBN : 979-10-92331-16-5

ISSN : 1270-2412

Référence électronique

James Costa Wilson, « Toute langue est-elle *commodifiable* ? Quelques réflexions à partir de la situation actuelle du gaélique et de l'écossais en Écosse », *La Bretagne Linguistique* [En ligne], 19 | 2015, mis en ligne le 01 mai 2021, consulté le 22 mai 2021. URL : <http://journals.openedition.org/lbl/1077> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/lbl.1077>

La Bretagne Linguistique est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution 4.0 International.

James COSTA WILSON*

Toute langue est-elle *commodifiable* ? Quelques réflexions à partir de la situation actuelle du gaélique et de l'écossais en Écosse

Les langues comme objets et comme marchandises

En 1972, à l'occasion du *Mòd Rìoghail Nàiseanta*¹, James Shaw Grant – alors propriétaire du *Stornoway Gazette* – déclara que le gaélique ne pouvait et ne devait entrer dans le domaine économique. Il déclara ainsi :

« The value of Gaelic lies precisely in the fact that it is not the language of commerce and technology. It is not the language of the mass media. [...] It is a folk language, in which people still make their own songs and write their own poetry. [...] Gaelic has no material value whatsoever and thank God for it. It is not the language of the rat race². »

* Université d'Oslo, Norvège.

1. Le *Mòd* royal national est une manifestation culturelle annuelle, similaire par son organisation et sa portée à l'*Eisteddfod* national au Pays de Galles. Elle est l'occasion de compétitions de musique, danse, poésie etc.

2. Cité dans Roger HUTCHINSON, *A Waxing Moon*, Edinburgh, Mainstream Publishing, 2005, p. 99.

Depuis 1972, le gaélique et l'écossais, comme de nombreuses autres langues dites minoritaires, sont entrés, chacun à leur manière, dans la *rat race*. Dorénavant, nombre de langues minoritaires d'Europe ne sont plus seulement considérées comme les traces d'un passé révolu, bonnes seulement pour une poésie localiste, mais elles sont largement considérées dans certaines industries comme des gages d'authenticité, des marqueurs d'une différence qui favoriserait le tourisme ou la vente de produits locaux par la création de marchés de niche.

Ces changements participent d'une logique étudiée depuis plusieurs années sous le terme de commodification des langues (en anglais *commodity* se réfère à une marchandise). Monica Heller a notamment étudié cette question dans une série d'articles (voir en particulier sa synthèse dans l'*Annual Review of Anthropology*³). Elle précise que dans le modèle économique actuel, les langues sont *commodifiées* (ou marchandisées) de deux manières différentes : comme compétences techniques (la connaissance de telle ou telle langue est conçue comme une compétence marchandisable sur un ou plusieurs marchés) et comme signes d'authenticité, apportant une valeur ajoutée et une stratégie de distinction à des produits standardisés sur des marchés par ailleurs saturés⁴. Selon Heller, ce double mouvement entraîne une compétition portant sur ce qui compte comme langue légitime et *commodifiable*, sur les acteurs légitimes pour définir une telle qualité, et sur qui contrôle la production et la distribution de telles ressources⁵.

Partant de ces considérations préliminaires, cet article pose la question suivante : peut-on tout vendre ? Toute langue est-elle vendable ? Ou plus précisément, tout dans la langue est-il vendable ? Quels éléments sont sélectionnés, par qui, et pourquoi ? Ce bref article cherche principalement à exposer cette question et à présenter quelques éléments de réponse à partir d'un travail de terrain mené en Écosse sur le cas de l'écossais depuis 2006 à l'occasion d'un travail de thèse⁶.

3. Monica HELLER, «The Commodification of Language», *Annual Review of Anthropology*, 39 (1), 2010 p. 101-114.

4. *Ibid.*, p. 102.

5. *Ibid.*, p. 103.

6. James COSTA, *Revitalisation linguistique : discours, mythes et idéologies*.

Je proposerai d'abord un aperçu des enjeux langagiers dans l'Écosse actuelle, avant d'aborder séparément la question du gaélique et de l'écossais.

Langues d'Écosse

C'est devenu un cliché que de dire que l'Écosse est multilingue et l'a toujours été. Mais tout dans ce multilinguisme n'est pas placé au même niveau.

Le multilinguisme écossais n'est pas *a priori* construit comme problématique dans le discours officiel. Le site du Parlement écossais précise que des services sont disponibles dans treize langues en plus de l'anglais, et précise que l'on peut s'adresser par écrit au Parlement ou à son député dans la langue de son choix⁷. Pourtant, seules trois langues, le gaélique, l'écossais et l'anglais, sont considérées, notamment dans le domaine du tourisme, comme indexicales d'une identité écossaise commercialisable, chacune dans des domaines différents. Ces domaines reflètent et construisent un rapport entre langues, et entre locuteurs, à notre sens profondément hiérarchique.

Parmi ces trois langues, l'anglais semble à peu près universellement maîtrisé, selon le dernier recensement (2011)⁸. Toujours selon le recensement, le gaélique est parlé par 58 000 personnes environ⁹, et l'écossais (*Scots*) par près de deux millions de personnes¹⁰. Pourtant, si l'on s'intéresse aux taux d'usage domestique déclarés de ces langues, on obtient des résultats qui confinent au marginal : 0,5 %

Approche critique de mouvements de revitalisation en Provence et en Écosse, thèse de doctorat sous la direction de Marinette Matthey, Université de Grenoble, 2010. Cette recherche se poursuit à l'Université d'Oslo par une participation au projet de recherche STANDARDS, qui porte sur les enjeux sociaux de l'usage ou du non usage de standards linguistiques dans divers contextes de langues minoritaires en Europe.

7. Site du Parlement écossais : <http://www.scottish.parliament.uk/help/17036.aspx> (page consultée le 1^{er} décembre 2013).
8. Site du recensement écossais : <http://www.scotlandscensus.gov.uk/en/news/articles/release2a.html> (page consultée le 2 décembre 2013).
9. Site du recensement écossais : <http://www.scotlandscensus.gov.uk/en/news/articles/release2a.html> (page consultée le 1^{er} décembre 2013).
10. Site du recensement écossais : <http://www.scotlandscensus.gov.uk/documents/censusresults/release2a/scotland/QS212SC.pdf> (page consultée le 1^{er} décembre 2013).

de la population pour le gaélique, 1,1 % pour l'écossais, à comparer avec 1,1 % également pour le polonais¹¹.

Chacune de ces trois langues occupe une position particulière dans l'écologie linguistique de l'Écosse actuelle. Si l'anglais est aujourd'hui ultra-dominant dans tous les domaines de la vie publique, il partage un statut d'officialité *de facto* avec le gaélique, langue officielle en Écosse *de jure* depuis 2005. L'anglais, sous l'appellation de *Scottish Standard English* (SSE), est néanmoins la principale *commodité* linguistique en Écosse. L'Écosse peut ainsi être vendue par différents types d'acteurs sociaux comme anglophone et, à ce titre, attractive pour le tourisme, pour les entreprises multinationales et comme centre d'apprentissage de l'anglais pour étudiants étrangers.

Ainsi, à la question : que vend-on avant tout en Écosse en termes linguistiques, la première réponse est l'anglais, sous son aspect de « compétence », rendant le pays attractif sur divers marchés internationaux.

Les sections suivantes s'intéresseront aux cas du gaélique et de l'écossais.

Le gaélique : une langue pour vendre la celtitude ?

Avec l'anglais, le gaélique constitue également un atout pour le commerce en Écosse, sous la forme de valeur ajoutée qu'il confère à un certain nombre de produits sur certains marchés de niche, notamment dans les Highlands, la région montagneuse à l'Ouest et au nord du pays, traditionnellement gaélophone. En ce sens, cette langue occupe une fonction similaire à celle que cherchent à développer de nombreux militants linguistiques en Europe, arguant de la valeur économique des langues qu'ils défendent. On pense par exemple en Bretagne au programme *Ya d'ar brezhoneg !* ou à son équivalent occitan *Òc per l'occitan !*

Les exemples d'utilisation du gaélique dans le commerce sont désormais relativement nombreux, en particulier en ce qui concerne

11. Il faut cependant ajouter que le taux d'usage déclaré de l'écossais semble surtout refléter l'absence de statut social de la langue, de nombreuses personnes – pour ne pas dire la majorité de la population – ne sachant pas exactement ce que recouvre ce terme.

les noms de magasins dans l'ouest de l'Écosse, dans les îles notamment.

Nous nous focaliserons ici sur le cas, à notre sens emblématique, du whisky. Le mot même est dérivé du gaélique *uisge beatha* (eau de vie), mais jusqu'aux années 1990 ce produit pourtant supposé représenter la quintessence de l'Écosse ne s'était pas approprié le gaélique comme outil promotionnel, mis à part dans un cas très particulier, celui de «Pràban na Linne/The Gaelic Whiskies». Nous détaillons dans un premier temps cette aventure, avant de la contraster avec des usages plus récents de la langue dans le marketing du whisky.

L'entreprise « Pràban na Linne » débute son activité en 1976, suite au rachat par le millionnaire écossais Iain Noble d'une partie des propriétés du Clan Macdonald alors en sérieuses difficultés financières¹². Noble apprenait alors le gaélique, et voulait reproduire sur l'île de Skye la dynamique des îles Féroé, dynamique culturelle mais aussi nationale. S'interrogeant quant au succès des Féroé par rapport aux îles écossaises, il écrit ainsi, en 1972 dans le *West Highland Free Press*, hebdomadaire publié sur l'île de Skye :

«[...] when I asked the Faroese, I was amazed when they all replied that things began to happen when they decided to be Faroese and stop being Danish. This sparked the whole thing off. It gave them a sort of self-respect. Danish had been the language of business. Faroese was dying out in families and children were growing up who could hardly speak it¹³.»

Noble décida ainsi de promouvoir le gaélique dans son entreprise, en recrutant autant que possible des gaélophones localement, et en les encourageant à utiliser le gaélique dans tous les domaines, y compris en s'adressant à lui. Dans la continuité de ce projet, il installa vers le milieu des années 1970 un établissement chargé d'enseigner le gaélique dans une vieille grange nommée «Sabhal mòr Ostaig», prémices de l'actuel Collège gaélique désormais membre de l'Université des Highlands et des Îles (UHI).

12. R. HUTCHINSON, *op. cit.*, p. 102 et sq.

13. Iain Noble en 1972, cité par Roger HUTCHINSON, *op. cit.*, p. 103.

Si nous avons développé ici cette histoire, c'est pour rendre plus saillant le contraste avec la situation actuelle, non celle de l'entreprise, mais celle de l'utilisation du gaélique dans le commerce. La volonté de Noble et de son entourage, dans les années 1970, était de dynamiser une économie locale en misant sur un développement de la confiance en eux des îliens et des gaélophones, dans une logique nationale calquée sur celle des Féroé. Dans sa communication publique dans les années 1990, le groupe «Pràban na Linne» vendait son whisky comme étant celui des gaélophones, et on a vu qu'à l'origine sa stratégie visait à développer un usage actif de la langue dans l'entreprise, tout en misant sur l'effet de niche généré par l'usage sur gaélique.

La situation semble aujourd'hui plus ambiguë, et si certains employés savent encore le gaélique, le site internet de l'entreprise¹⁴ est en anglais seulement, le gaélique y jouant un rôle cosmétique. Pourtant, le gaélique est présent sur les bouteilles (et pas seulement dans le nom du whisky), la signalétique des bâtiments de l'entreprise est monolingue en gaélique (voir photo ci-dessous) et l'adresse officielle

Siège de « Pràban na Linne » et bar / boutique à *Eilean Iarmain*, Skye / *An t-Eilean Sgitheanach*.

14. Site de « Pràban na Linne » : <http://www.gaelicwhisky.com> (site consulté le 1^{er} décembre 2013).

utilise le nom gaélique du lieu, *Eilean Iarmain*, plutôt que sa version anglaise *Isle Ornsay*. Mais on ne peut s'empêcher de penser, en visitant le siège de l'entreprise ou la galerie d'art qui lui est associée, que le gaélique assume aujourd'hui principalement une fonction de distinction sur le marché du tourisme et du whisky, même si la compagnie tire une certaine fierté du fait d'être le dernier producteur à avoir son siège dans les Hébrides.

Le cas de «Pràban» est toutefois unique. Depuis le succès de l'entreprise, de nombreuses autres marques utilisent le gaélique dans un souci d'authenticité, mais jamais au niveau de «Pràban». De nombreux autres whiskies ont naturellement un nom gaélique à l'origine, sans que cet aspect n'ait jamais été (ou ne soit) particulièrement mis en avant par les producteurs. Plusieurs whiskies de l'île d'Islay sont emblématiques de cette tendance, par exemple *Caol Ila* (le détroit d'Islay en gaélique) ou *Bunnahabhainn* (l'estuaire de la rivière).

Plus récemment pourtant, certains ont choisi de mettre en avant une identité gaélique par un usage cosmétique de la langue, comme dans le cas des whiskies de l'île de Jura (*Diura* en gaélique). L'un des whiskies produits par la distillerie s'appelle ainsi *Diurach's own*, le mot *Diurach* signifiant «habitant de l'île d'Islay». De la même manière, dans une volonté évidente de mise en place de *storytelling*, le site propose de « devenir un *Diurach* » :

« “*Diurachs*” signifie “les gens de Jura” en gaélique. Nous vous invitons à devenir un membre honoraire de notre communauté très solidaire, à découvrir nos aventures palpitantes et à partager votre propre histoire avec des passionnés du monde entier qui partagent votre vision¹⁵. »

Il n'est, dans la communication officielle de l'entreprise, nullement question de développement d'une communauté, de développement local, d'initiative politique ou de tentative de promouvoir une langue parce qu'elle serait la voix d'un groupe marginalisé. Au contraire, le texte se focalise sur le client, à qui l'on vend une histoire

15. Site des whiskies «Jura» : <http://www.jurawhisky.com/fr/> (site consulté le 5 décembre 2013).

qui rappelle plus le temps de la mythologisation des Highlands que celui des luttes pour les droits linguistiques ou sociaux des années 1970. Et auquel on promet une participation à cette histoire, en lui proposant de devenir (gratuitement, en échange de publicités électroniques) un *Diurach*.

D'autres marques utilisent des stratégies similaires. « Bunnahabhainn » possède une gamme dite *Toiteach* [« fumé »], un autre whisky se nomme *Ileach* (l'homme d'Islay). « Fettercairn » a une série dite *Fior* [« vrai », en gaélique]. Le cas d'« Ardbeg Uigedail » est intéressant. Sur le site d'« Ardbeg », le nom *Uigedail* est présenté comme celui du loch « mystérieux » qui fournit la distillerie en eau¹⁶. Sur un autre site de vente par correspondance, cette explication devient : « *Uigedail derives from the Scotch Gaelic for 'Dark and Mysterious Place' and is named for the Loch from whence Ardbeg draws its waters* »¹⁷. »

Enfin, « Talisker », qui se présente comme le seul whisky produit sur l'île de Skye, a également produit une gamme appelée *Port Ruighe*, nom gaélique de la capitale de l'île, *Portree*. Mais ce nom est actuellement habituellement écrit *Port Rìgh*, y compris sur les panneaux d'entrée de la ville. La distillerie a donc choisi une forme ancienne du nom, pour des raisons de distinction qu'il conviendrait de creuser.

On pourrait multiplier les exemples. Mais le gaélique est principalement employé pour sa force évocative, celle d'une Écosse mythique et celtique, apparemment profitable sur le marché actuel du tourisme¹⁸. Et au-delà de l'exemple de « Pràban na Linne », on retiendra surtout que le gaélique ne semble pas faire l'objet ni d'un usage militant, ni d'un usage destiné plus particulièrement aux gaélophones (contrairement à ce qui se passe au Pays de Galles).

16. Site de la distillerie « Ardbeg » : <http://www.ardbeg.com/shop/ardbeg-uigedail.html> (page consultée le 10 novembre 2013).

17. Site de vente par correspondance Master of Malt : <https://www.masterofmalt.com/whiskies/ardbeg-uigedail-whisky/#!/product/whiskies/ardbeg-uigedail-whisky/> (page consultée le 10 novembre 2013).

18. Voir à ce sujet Sara BRENNAN et James COSTA, « Celtic Commodified: The Role of Minority Languages in Scottish and Irish National Celebrations », *Babel. Civilisations et Sociétés*, n° VIII, 2013.

Dans le cas du gaélique, ce qui est vendable c'est donc bien la capacité à indexer un certain particularisme largement fantasmé, mais permettant des stratégies de distinction sur certains marchés par le biais d'un appel à l'authentique. « Différence, celtitude, identité », autant de qualités supposées plaire aux touristes et aux amateurs de whisky, sur un marché où la concurrence internationale se fait de plus en plus importante.

L'écossais : une langue pour rire?

À l'inverse du gaélique, il semble à première vue que l'autre langue de l'Écosse, que nous appelons ici écossais¹⁹, ne soit pas un bon candidat à la vente. Langue germanique, sœur de l'anglais, au statut social faible, jouissant de peu de reconnaissance de la part de l'État comme de ses locuteurs²⁰, au statut mal défini, sans limites claires avec l'anglais, sans standard linguistique de référence, représenté par de multiples formes dialectales, langue de l'humour traditionnel, l'écossais se prête mal à la stratégie du marché de niche. L'absence de forme standard, le fait qu'il n'existe pas de matériel d'apprentissage, de communautés d'apprenants comme c'est le cas pour le gaélique, en fait, en outre, une langue sans public extérieur conscient de son existence en tant que langue, une langue au potentiel identificatoire incertain. Il nous semblait donc que l'écossais fût condamné à ne pouvoir être vendu, et à rester sans valeur matérielle ainsi que le prédisait James Shaw Grant pour le gaélique dans les années 1970.

19. Appelée traditionnellement *Scotch* en anglais, la langue est désormais généralement connue dans cette langue sous son nom écossais, *Scots*. La littérature en français préfère généralement garder le terme de *Scots* en français, utilisant le mot écossais éventuellement pour le gaélique. Nous ne voyons pas pourquoi le français adopterait des conventions particulières pour une langue dont le nom traduit de fait l'équation langue-nation qui se mettait en place au moment de l'Acte d'union de l'Angleterre et de l'Écosse en 1707. Car le *Scots* actuel est bien la *lingua scotica*, héritière de la langue de l'État écossais au XVIII^e siècle.

20. Selon un sondage paru en 2010 pour le compte du gouvernement écossais et conduit auprès de 1 000 adultes en Écosse, 85 % des personnes interrogées disaient parler écossais, mais 64 % de l'échantillon considéraient que l'écossais n'était pas une langue, mais une forme d'anglais, ou du mauvais anglais. Sondage TNS-BMRB, « Public Attitudes Towards the Scots Language », Edinburgh, Scottish Government Social Research, 2010.

Pourtant, depuis quelques années on voit se multiplier les exemples d'utilisation de l'écossais, au-delà des quelques noms de magasins que l'on pouvait rencontrer à Édimbourg ou ailleurs. Et on voit se multiplier ces occurrences dans des cas très précis : t-shirts, sets de table, sous-verres, torchons de cuisine, affiches. En d'autres termes, sur des objets de décoration²¹.

Prenons quelques exemples. Les sous-verres par exemple : dans l'un des sets que l'on trouve dans de nombreux magasins, y compris à la boutique du Parlement écossais, et vendus comme des « *dialect coasters* », on trouve les mots suivants : *blether*, *eejit*, *besom*, *fouter*, *numpty*, *steamin*²². Prenons d'abord le registre de ces mots : il s'agit de mots familiers, voire grossiers, signifiant respectivement : « bavarder », « idiot », « femme » (souvent péjoratif), « personne inutile et exaspérante », « ignorant », « ivre ». Il s'agit de jouer sur l'image de l'écossais comme langue du peuple, langue à la fois populaire et grossière, mais acceptable dans sa grossièreté même de par son pedigree populaire. En cela, on pourrait rapprocher ce type de représentations de celles qui accompagnent le français régional de Provence. Les sous-verres imitent un dictionnaire, définissant le terme en anglais, mais cet habillage académique n'est semble-t-il ici qu'un habillage, permettant de mieux faire passer les termes utilisés, en détournant humoristiquement le genre « dictionnaire ». En outre, aucune réflexion n'est apportée à l'aspect graphique des mots, qui doivent, pour les besoins de l'opération, pouvoir être lisibles immédiatement par un lecteur anglophone. Ainsi, *steamin* fait usage de l'*apologetic apostrophe*, condamnée à plusieurs reprises par

21. Nous excluons de cette courte étude le cas très particulier des îles Shetland, où la variante locale de l'écossais, connue localement sous le nom de *Shetlan*, est fréquemment employée à la fois dans les noms des commerces destinés aux îliens, et dans une stratégie de distinction sur le marché du tourisme. Ce cas particulier s'explique en partie par une stratégie de légitimation ancienne du shetlandais dans la presse, la littérature, l'éducation et d'autres domaines de la vie publique. Voir Atina NIHTINEN, *Ambivalent Self-Understanding? Change, Language and Boundaries in the Shetland Islands (1970-Present)*, Åbo, Åbo Akademi University Press, 2011.

22. On peut voir les sous-verres sur le site du fabricant, Canny Coasters : <https://www.scotlandsofbothy.co.uk/products/scottish-dialect-coasters> (page consultée le 20 novembre 2013).

diverses assemblées d'écrivains écossais, et bannie de l'usage écrit des dictionnaires ou dans la littérature car impliquant qu'il manque une lettre, assujettissant l'écossais à l'anglais²³.

Pour résumer, le processus de *commodification* de l'écossais le réduit d'une part à une série de mots, humoristiques ou supposés tels, et par l'usage de conventions graphiques qui sont celles de l'anglais, le rend accessible à un marché qui n'est pas nécessairement celui des scotophones mais celui du pittoresque (par opposition au typique, illustré par l'usage du gaélique). En d'autres termes, si l'usage du gaélique peut *dans certains cas* être associé à un militantisme linguistique et à la promotion de la langue, il est difficile de penser que ce soit le cas ici. Et, de fait, ces objets ne sont pas produits par des groupes militants.

Autre registre dans lequel l'écossais semble exceller, celui de la sagesse populaire. Considérons par exemple les torchons, vendus sous l'appellation générale de « *dialect tea towels* ». Un site de vente en ligne indique : « *These tea towels will assist in the translating of some familiar Scottish dialect words*²⁴ », suggérant par là que le public cible est à chercher parmi les non-locuteurs de l'écossais, nouveaux arrivants ou touristes (les phrases en question sont largement connues au-delà du cercle des scotophones habituels). Certains torchons prétendent « célébrer la langue écossaise » [« *Celebrate the Scots language* »], d'autres présentent des « Vieux mots écossais » [« *Auld Scots words* »]. D'autres sont plus spécialisés proposant des mots de Glasgow ou d'Aberdeen. Une dernière catégorie enfin propose une série de proverbes ou dictons, mêlés à des phrases emblématiques, tirées de chansons par exemple. Concentrons-nous sur ce dernier cas de figure, qui diffère ainsi des sous-verres, et citons par exemple :

1. *Dinnae fash yersel* (« pas d'inquiétude ») ;
2. *We're a' Jock Tamson's bairns* (« nous sommes tous pareils sous la peau ») ;

23. Pour les règles régissant l'usage de l'apostrophe en écossais, voir David PURVES, *A Scots Grammar*, Edinburgh, Saltire Society, 2002, p. 124.

24. Site de kiltmakers.co.uk : <https://web.archive.org/web/20130317023533/http://kiltmakers.co.uk/categories/scottish-gifts/dialect-tea-towels> (page consultée le 15 novembre 2013).

3. *Haud yer wheesht* (« tais-toi » – phrase habituellement adressée aux enfants) ;
4. *It's a braw bricht moonlicht nicht the nicht* (« C'est une belle et claire nuit de pleine lune ce soir » – virelangue) ;
5. *It's no' worth a tinker's curse* (« ça ne vaut rien », littéralement « ça ne vaut pas la malédiction d'un gitan ») ;
6. *Here's tae us! Wha's like us? Damn few, an' they're a' deid!* (« À nous ! Qui nous ressemble ? Bien peu, et ils sont tous morts » – toast traditionnel) ;
7. *It's a sair fecht* (« La vie est dure »).

Les remarques faites à propos des sous-verres sont valables ici aussi : orthographe aussi proche que possible de l'orthographe anglaise, utilisation de l'apostrophe apologétique (*an'* pour *an*, *a'* pour *aw*) affiliant (ou subordonnant) l'écossais à l'anglais, mélange de registres (phrases rituelles, proverbes, dictons, phrases figées) et de types d'écossais, du plus dense²⁵ (par exemple *Haud yer wheesht*) au plus transparent (*It's not worth a tinker's curse*). Là encore, bien qu'annonçant une célébration, il s'agit plutôt d'une mise en scène de ce que seraient la sagesse et l'humour écossais, et qui correspond de fait aux stéréotypes habituels de la sagesse populaire.

Pour résumer, ces produits présentent un écossais auquel est assigné le statut de dialecte, sans intérêt pour la langue comme système autonome et axé sur le lexique et des formules figées fortement teintées d'affectif.

Mais on peut aller plus loin. Quelle différence y a-t-il entre la manière dont le gaélique et l'écossais sont utilisés ? Fondamentalement, il faut noter que si le gaélique est utilisé pour la valeur ajoutée qu'il confère à une marchandise ou à un service donné, provoquant l'effet de niche dont parle Monica Heller, pour l'écossais il en va tout autrement. L'usage de l'écossais n'apporte rien aux torchons ou sous-verres, en tant que tels. Le consommateur n'achète pas ces

25. Terme proposé par J.D. McClure pour décrire le continuum écossais allant de l'anglais standard d'Écosse aux dialectes du nord-est et des îles, les plus éloignés de l'anglais d'un point de vue linguistique. Voir John Derrick McCCLURE, « Developing Scots as a National Language », in J.D. McClure, A.J. Aitken, et J.T. Low (dir.), *The Scots Language: Planning for Modern Usage*, Edinburgh, Ramsey Head Press, 1980, p. 11-44.

objets parce qu'il a besoin d'un torchon ou d'un sous-verre. En fait, c'est la langue qui est vendue, la langue elle-même, pour son pouvoir évocateur, humour ou sagesse, plutôt que l'objet qui lui sert de support. La langue est ainsi déconnectée du produit support, elle est le produit elle-même, la commodité. Mais pour cela, elle se doit d'être déconnectée de toute revendication d'officialité, de droits linguistiques, de standardisation autonome, elle doit être pure émotion et être figée dans une représentation stéréotypée.

Conclusion

Nous questionnions, en début de texte, l'idée que tout dans la langue n'est pas exploitable commercialement. Nous avons posé le gaélique comme cas idéal de la situation décrite en introduction, celle de la langue comme véhicule d'authenticité, et comme pourvoyeur de valeur ajoutée sur un marché saturé, rôle joué en plus de sa fonction militante dans les contextes où la langue est encore parlée – dans les Hébrides notamment. Le gaélique, en cela, apporte en gage d'authenticité la celtitude, l'image romantique des Highlands, image renforcée par des films comme *Rob Roy* ou *Braveheart*. Par contre, il faut noter que son usage ne bénéficie pas nécessairement aux locuteurs, qui sont largement absents des préoccupations des distilleries. L'usage du gaélique ne confère pas aux locuteurs une compétence supplémentaire qui serait valorisée par les entreprises, si l'on excepte le cas de « Pràban na Linne ».

À l'inverse, l'écossais sert principalement de véhicule à une littérature humoristique, son statut dans la société actuelle est bas, son degré de reconnaissance faible et la plupart de ceux qui pourraient compter comme locuteurs ignorent ou veulent ignorer cette compétence. Cette langue était donc un candidat idéal à l'oubli, non *commodifiable* du fait de tout ce qui pourrait apparaître comme un ensemble de tares irréductibles.

L'écossais est pourtant loin d'être ignoré, comme nous l'avons vu. Mais plutôt que de servir d'argument d'authenticité sur un marché de niche, il est objectivé comme langue figée et comme véhicule d'humour, de sagesse, en bref, de populaire, et vendu en tant que tel sur un nombre important de supports auxquels il n'apporte rien – bien au contraire, ce sont les supports qui lui confèrent une matérialité.

Dans le cas de l'écossais, ce ne sont pas des militants qui effectuent ce travail, et ceux qui vendent la langue ne cherchent pas à en diffuser l'usage. Ce que l'on voit donc, dans le cas de la *commodification* / marchandisation des langues, c'est qu'elle peut se nicher dans des manifestations très différentes selon les contextes. Des processus similaires se manifestent dans les deux contextes, mais sont utilisés de manière très différente en fonction de la situation sociolinguistique, reflétant et matérialisant en même temps des hiérarchies sociales. Dans le cas présent, si elles cantonnent les gaélophones à un rôle romantique, constant depuis le XIX^e siècle, elles contribuent à enfermer les locuteurs de l'écossais dans un rôle subalterne du fait du manque de sérieux ou du passéisme associé à la pratique de la langue.

Ce que cette brève étude suggère par ailleurs, c'est aussi que moins une langue est parlée, plus elle devient facilement *commodifiable* : il y a moins de locuteurs auxquels rendre des comptes, et l'autorité linguistique traditionnellement dévolue à certaines catégories de locuteurs devient disponible, en particulier pour le marketing. Les langues tombent ainsi, en quelque sorte, dans le domaine public. Le gaélique devient ainsi, de stigmatisé qu'il était jusque dans les années 1970, associé à une économie de signes profitable – paradoxalement du fait de l'action militante qui cherchait un autre type de reconnaissance. L'écossais est quant à lui encore parlé, trop sans doute pour ne pas être associé aux stigmates d'une ruralité encore trop proche ou d'une urbanité dérangeante, celle de Glasgow en particulier. Seuls restent alors disponibles l'humour et la nostalgie.

Remerciements

Ce travail a été soutenu pour partie par le Conseil Norvégien de la Recherche (Norges Forskningsråd) à travers son programme de financements de Centres d'Excellence, projet numéro 223 265. Nous remercions également Sara Brennan pour sa relecture et ses conseils.