

Cosmopolitisme culturel et représentations des jeunes algériens sur l'apprentissage des langues étrangères

Imane SAIDI¹

¹Université de Mascara / Algérie, imane.saidi@univ-mascara.dz

Reçu: 05 / 07 / 2024 ; Accepté: 18/ 12 / 2024, publié: 25 / 12 / 2024

RÉSUMÉ : *Nous nous interrogeons dans cette contribution sur l'effet du cosmopolitisme sur l'ouverture aux autres cultures. Nous visons plus précisément l'étude de l'impact du cosmopolitisme culturel sur les représentations des jeunes algériens à l'égard de l'apprentissage des langues étrangères. À travers l'analyse de la consommation des différents produits culturels (films, séries, musique, réseaux sociaux, livres, presse, etc.) cette étude permet d'identifier à quel point le cosmopolitisme favorise l'ouverture à l'Autre et ainsi l'apprentissage de sa langue. Nous présenterons dans le présent article, les résultats d'une enquête par questionnaire menée auprès des étudiants de toutes spécialités confondues dans différentes universités algériennes : université de Saïda, Tlemcen, Blida 2, Biskra, Sétif 2, Bejaïa, Annaba, Aïn Témouchent, Alger 2, Batna et khenchela. Les données recueillies nous permettront d'expliquer l'attitude des étudiants interrogés à l'égard de l'apprentissage des langues étrangères ainsi que sur le choix des langues à apprendre.*

MOTS-CLÉS : le cosmopolitisme, la mondialisation, les représentations, apprentissage des langues, diversité culturelle

ABSTRACT: *In this contribution, we examine the effect of cosmopolitanism on the openness to other cultures. More specifically, we aim to study the impact of cultural cosmopolitanism on the representations of Algerian youth regarding their interest in learning foreign languages. Through the analysis of the consumption of different cultural products (films, series, music, social networks, books, press, etc.), this study permits to identify to what extent cosmopolitanism promotes openness to the Other and thus learning his language. We will present in this article the results of a questionnaire survey conducted among students of all specialties in different Algerian universities: University of Saïda, Tlemcen, Blida 2, Biskra, Sétif 2, Bejaïa, Annaba, Aïn Témouchent, Algiers 2, Batna and Khenchela. The data collected will allow us to explain the attitude of the students surveyed with regard to the learning of foreign languages as well as the choice of languages to learn.*

KEYWORDS: cosmopolitanism, globalization, representations, language learning, cultural diversity.

Introduction

Le cosmopolitisme, concept qui remonte à l'Antiquité, connaît aujourd'hui un regain d'intérêt dû à la mondialisation. Cette dernière, reflète une réalité marquée par la diversité des interactions sociales en raison de l'interconnexion des individus de différents pays et cultures, et ce, grâce au développement économique et numérique qui ont facilité la transmission des idées, des langues et des cultures. Tous ces facteurs ont facilité l'accès à l'Autre et l'interaction entre les peuples.

À l'ère de la mondialisation, le monde est unifié et les frontières territoriales sont éliminées en conduisant à la convergence des modes de vie. Cette uniformisation de la planète a changé la conception de l'individu qui est, dès lors, un citoyen du monde qui n'appartient pas à une cité particulière ce qui permet l'ouverture sur d'autres cultures. Cette unité et cette mondialité ont créé un cosmopolitisme qui a dépassé le multiculturalisme (Thériault, 2012) et qui implique à la fois une unité mondiale et une diversité culturelle.

Le cosmopolitisme vise à « instaurer le partage d'un monde commun par la mise en relation des cultures, des communautés politiques et des citoyens » (Lamarre, 2012 : 32) Cette mise en relation des cultures est à la fois l'apprentissage du propre et de l'étranger. En d'autres termes, bien que le cosmopolitisme soit le résultat de la mondialisation, il ne vise pas l'uniformisation des cultures, au contraire, il cherche à fournir

un espace commun d'échange entre les cultures en créant des rapports de métissage et de différenciation (idem). Cela permet d'enrichir sa propre culture et de s'ouvrir aux d'autres. Cette identité mouvante entre le propre et l'étranger favorise la découverte de l'autre : les langues, les cultures, les œuvres, etc.

Il existe plusieurs interprétations du cosmopolitisme, mais elles partent d'un même principe celui du citoyen du monde et de l'égalité entre les êtres humains. Dans une première acception, le terme renvoie au cosmopolitisme stoïcien ou philosophique (Anastasaki 2011). Ce cosmopolitisme voulait instaurer une égalité sociétale, à travers un homme du monde, où les citoyens partagent les mêmes droits et les mêmes responsabilités sans discrimination sociale. Il se basait sur quatre principes : « égalité des êtres humains; liberté et autonomie individuelles; responsabilité et solidarité envers autrui; primauté de la raison comme moyen de connaître, de s'émanciper et d'administrer » (Idem, 26). Dans une seconde acception, le cosmopolitisme représente un mode de vie. Ce deuxième type régnait à Constantinople et renvoyait à la diversité qui caractérisait son territoire et à la cohabitation de ses habitants malgré leurs différences (Anastasaki 2011).

C'est ce deuxième sens, renvoyant au mode de vie en Constantinople, qui nous intéresse le plus dans cette étude, un cosmopolitisme en tant que réalité sociale et culturelle qui est due à la mondialisation et au développement des technologies de l'information et de la communication et qui implique une interconnexion et influence culturelle.

En vue d'étudier l'effet de ce cosmopolitisme culturel sur les représentations des jeunes algériens à l'égard de l'apprentissage des langues étrangères, nous avons analysé la consommation des différents produits culturels (films, séries, musique, réseaux sociaux, livres, presse, etc.) et leur impact sur l'ouverture aux autres cultures et l'apprentissage des langues étrangères.

Dans la présente recherche, nous voudrions montrer que le cosmopolitisme actuel et cette pluralité culturelle et linguistique favorisent l'acceptation de l'autre dans sa différence ce qui peut influencer positivement les représentations des individus sur l'apprentissage des langues étrangères.

Dans ce qui suit, nous allons présenter les études qui ont analysé l'impact de la consommation des produits culturels internationaux sur l'ouverture des jeunes aux différentes cultures et l'apprentissage de leurs langues. Nous nous intéressons beaucoup plus dans cette contribution à l'impact du cosmopolitisme culturel sur l'ouverture culturelle et sur les représentations linguistiques des jeunes.

Dans un second temps, nous consacrerons la deuxième partie à l'analyse des résultats de l'enquête par questionnaire menée auprès des jeunes étudiants de différentes universités algériennes pour voir à quel point le cosmopolitisme actuel et cette ouverture à l'Autre affectent le choix des langues étrangères à apprendre ainsi que le taux d'apprentissage de ces langues. Cette analyse nous permet de vérifier l'hypothèse selon laquelle le cosmopolitisme culturel pousserait à l'ouverture aux autres cultures et favoriserait l'apprentissage de leurs langues.

1. Mondialisation et consommation des produits culturels

À l'ère de la mondialisation et de la révolution numérique, la mise en contact avec l'Autre est facilitée. Aujourd'hui, les jeunes consomment différents produits de plusieurs cultures: ils écoutent de la musique coréenne, ils regardent des films américains, ils mangent des plats maghrébins, et ils apprennent des danses latino. En contexte algérien, la diversité linguistico-culturel et ce cosmopolitisme culturel dû à la mondialisation semble, pensons-nous, favoriser davantage l'ouverture à l'Autre en l'occurrence l'apprentissage des langues étrangères.

D'après Cicchelli & Octobre (2017), le concept du cosmopolitisme est souvent lié aux notions de la globalisation, la prégnance des médias ou encore sur la conscience envers les événements et les risques mondiaux. Toutefois, ce concept est moins abordé sous l'angle des consommations culturelles. En effet, certains produits culturels, qui sont disponibles presque dans tous les points du globe et qui ont un taux de consommation très élevé, ont contribué à construire une représentation du monde à la

fois pluriel et unifié (Cicchelli & Octobre, 2017), et ce, grâce à la pluralité et la diversité des produits circulant à l'échelle internationale, et vu la circulation et la consommation des mêmes produits dans les différentes régions du monde.

Les jeunes sont les plus exposés à ce genre de cosmopolitisme en raison de leurs attitudes: curiosité à l'égard de tout ce qui est étranger, envers l'autre considéré comme différent. La mondialisation favorise davantage cette découverte et ouverture aux autres cultures grâce aux technologies numériques qui facilitent l'accès aux différents produits : les films, les séries, les réseaux sociaux, la musique, etc.

Dans leur étude sur le cosmopolitisme culturel chez les jeunes, Cicchelli & Octobre (2017) ont analysé la consommation des produits étrangers et nationaux (films, séries, musiques, livres, journaux, radio, réseaux sociaux, etc.) chez les jeunes français âgés entre 18 et 29 ans.

L'analyse s'est divisée en plusieurs catégories : la nature des produits consommés (films, séries, presse, réseaux sociaux, etc.), leur type (nationaux, étrangers), et les langues de ces produits consommés. Les résultats de cette étude révèlent que la majorité des jeunes français interrogés consomment plus de produits étrangers que de produits nationaux notamment en matière des séries, des films, et de la musique. De plus, leur consommation médiatique est plus large que d'autres consommations telles que la lecture. Quant aux langues de consommation, l'anglais est la langue étrangère la plus consommée dans les produits culturels mobilisés. (Cicchelli & Octobre, 2017)¹.

En vue d'analyser l'impact du cosmopolitisme culturel sur l'apprentissage des langues étrangères chez les jeunes algériens, nous nous sommes inspirées dans cette étude de l'enquête évoquée supra menée auprès des jeunes français. Nous avons soumis un questionnaire aux étudiants de toutes spécialités confondues dans différentes universités algériennes. Le questionnaire vise à identifier les différents produits culturels consommés par notre population d'étude et leur impact sur l'apprentissage des langues étrangères. Nous présenterons dans ce qui suit les résultats d'analyse des données recueillies.

2. Cadre méthodologique

Afin de répondre aux questions de départ quant à l'impact du cosmopolitisme culturel sur l'ouverture aux autres cultures et sur les représentations des jeunes algériens à l'égard de l'apprentissage des langues étrangères, nous avons mené une enquête par questionnaire² dans le contexte universitaire algérien auprès des étudiants de toutes spécialités confondues .

L'enquête a été réalisée en 2019. En effet, le questionnaire a été diffusé en ligne sur les réseaux sociaux via un lien Google Forms. Le questionnaire administré porte sur les différentes langues apprises par notre population d'études, les motifs d'apprentissage de ces langues ainsi que les différents produits culturels internationaux consommés par les étudiants susceptible, pensons-nous, de favoriser l'accès à la culture de l'autre et l'apprentissage de sa langue. Le questionnaire nous a permis de recueillir des réponses de différentes universités algériennes : université de Saïda, Tlemcen, Blida 2, Biskra, Sétif 2, Bejaïa, Annaba, Aïn Témouchent, et Alger 2, Batna et khenchela.

3. Résultats et discussions

Les résultats de l'analyse du questionnaire révèlent que la majorité des étudiants interrogés parlent plus de deux langues étrangères. 54% d'entre eux parlent trois langues, 25% parlent quatre langues et 6% parlent cinq langues.

¹ Cicchelli, V., & Octobre, S., 2017, « Les cultures juvéniles à l'ère de la globalisation: une approche par le cosmopolitisme esthétique-culturel », Culture études, n°1, p. 1-20.

² Le questionnaire se trouve en annexe à la fin de cet article

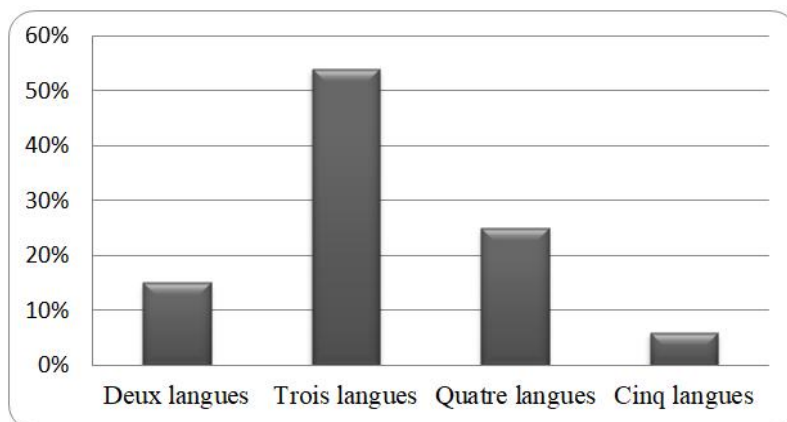


Figure 1 : Nombre des langues parlées par les étudiants interrogés

Par ailleurs, les langues qui tiennent une grande place dans la consommation des produits culturels par les étudiants interrogés sont le français, l'anglais et l'espagnole. Cela renvoie d'une part aux besoins universitaires et communicatifs des jeunes étudiants et d'autre part à leur amour aux cultures et leur curiosité de les découvrir :

R14 Q4³ : « *Pour communiquer et poursuivre mes études supérieures* »

R8 Q4 : « *des besoins scolaires et parfois communicatifs* »

R7 Q4 : « *Je les ai apprises afin que je puisse échanger avec les autres lors d'un voyage, m'ouvrir sur différentes cultures qui changent mon regard envers la vie et faire des recherches dans différents domaines* »

R10 Q9 : « *Je dirais ; les éléments culturels 'distinctifs' d'une société donnée. Partant de mon propre cas, je trouve que c'est justement ce facteur 'd'exotisme', d'originalité et de différence culturelle se traduisant dans les pratiques linguistiques quotidiennes qui m'attire toujours et qui me pousse vers l'Autre et sa découverte* ».

En effet, la littérature a favorisé l'apprentissage des langues étrangères de la majorité de la population en question, vu qu'ils sont des étudiants, ils consomment des livres en trois langues : français, arabe et anglais. Dans les quatre catégories : livres, presse, réseaux sociaux et télévision/radio, le français et l'anglais tiennent une grande place parmi les langues de consommation (Figure 2).

R10 Q5 : « *Outre l'apprentissage organisé à l'école, la littérature et le cinéma sont les deux sources principales auxquelles je fais recours actuellement*»⁴

R8 Q5 : « *La lecture m'a beaucoup aidé* »

³ Réponse 14 à la question 4

⁴ Nous soulignons ici que nous n'avons pas corrigé les fautes d'orthographe. Les extraits sont repris tels qu'ils ont été produits par les sujets interrogés sans correction préalable.

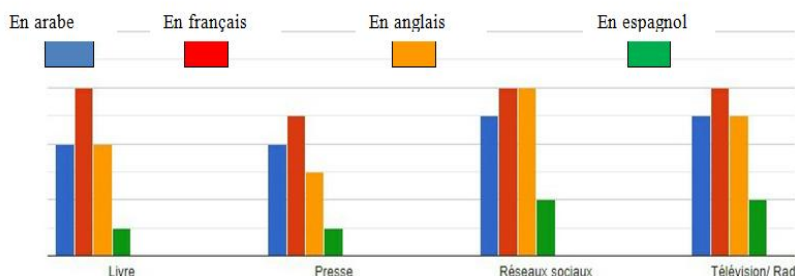


Figure 2 : Les langues utilisées à travers les produits culturels consommés (livres, presse, réseaux sociaux et télévision/radio)

La consommation du français est expliquée par la situation linguistique en Algérie où l'enseignement supérieur se fait en français dans la plupart des filières, notamment les filières scientifiques et techniques, du coup les étudiants sont appelés à lire en cette langue. Quant à l'utilisation de l'anglais, elle renvoie au statut de cette langue à l'échelle internationale en raison de la mondialisation. Il est devenu donc une langue internationale, la langue du monde des affaires et une lingua franca.

Les deux langues arabe et français dominent dans la catégorie de presse puisque la presse algérienne et la diffusion des informations se fait en ces deux langues. Pour les réseaux sociaux, la télévision et la radio sont consommés dans les trois langues : français, arabe et anglais.

De plus, l'influence du cinéma et de la musique sur le choix des langues se dégage nettement de leurs réponses. 66,7% des étudiants interrogés ont appris les langues étrangères à travers la musique et 60% par le biais du cinéma (Figure 3) :

R1 Q7: « *Regarder les films d'une façon régulière m'a aidé à être plus flexible en parlant la langue anglaise et ça m'a donné une confiance en soi pour continuer apprendre d'autre langue que j'aime bien grâce au music, sport et films* »

R7 Q7 : « *J'écoute des musiques en français et anglais* »

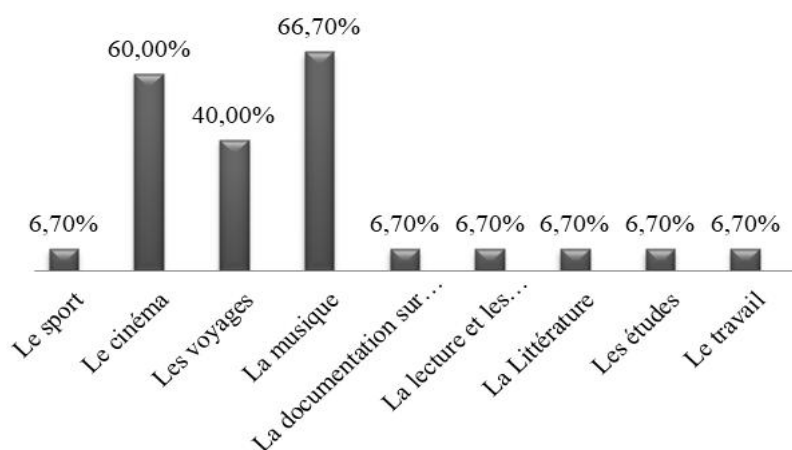


Figure 3 : Les domaines à l'origine de l'apprentissage des langues étrangères

Certains jeunes ont déclaré qu'ils sont beaucoup plus attachés au cinéma américain, du coup ils s'intéressent à l'apprentissage et au développement de leurs compétences en anglais. Ils ont exprimé

également leur intérêt envers la musique latine ce qui leur a incité à l'apprentissage de l'espagnol (Figure 4) :

R1Q5 : « *je suis assez attaché aux films américains dès mon enfance et j'ai commencé à apprendre la langue anglaise inconsciemment. En cas de langue espagnole j'aime la musique latine et pour bien s'amuser et comprendre les paroles des chansons j'essaie d'apprendre un peu d'espagnole* »

R14Q7 : « *je regarde très souvent les films en anglais et j'écoute les chansons en espagnol et en français* »

L'analyse des autres langues utilisées est également intéressante. Certains jeunes interrogés ont appris le turc en raison du grand intérêt qu'ils accordent à la culture turque. D'après leurs déclarations, les séries turques sont à l'origine de cette motivation d'apprentissage de la langue turque :

R12Q9 : « *Je veux apprendre le turc car la culture de ce peuple m'intéresse* »

D'autres ont appris le coréen via la musique « le K-pop » qui a pris de l'ampleur dans le marché international. Le portugais et le chinois font également partie des langues maîtrisées par notre population d'étude (Figure 4).

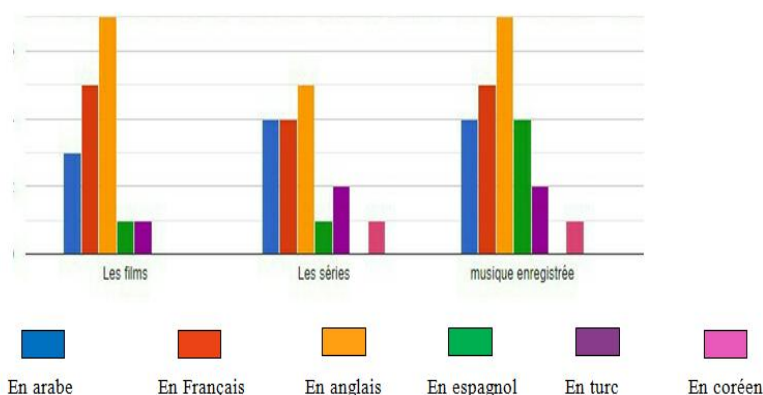


Figure 4: Les langues utilisées à travers les produits culturels consommés (films, séries et musique)

Outre l'étude de la nature des produits consommés par les jeunes, nous nous sommes également intéressées aux moyens d'accès à ces produits internationaux. Il s'est avéré à travers notre analyse que l'internet a facilité l'accès à la culture de l'Autre à travers les chaînes YouTube, les sites, les blogs, etc. :

R10Q5 : « *L'internet m'a facilité les choses de surcroît à travers les applications d'apprentissage, les blogs, les sites et les chaînes You Tube* ».

R14Q5 : « *La télé, séries, youtube et l'école en dernier* »

R5Q5 : « *YouTube, Radio* »

Conclusion

Cette étude nous a permis d'analyser l'effet du cosmopolitisme culturel sur l'ouverture aux autres cultures et l'apprentissage des langues étrangères par les jeunes algériens. En effet, les produits culturels qui tiennent une grande place dans la consommation des jeunes algériens sont en langues étrangères (français, anglais, espagnol, turc, coréen, etc.).

Cette consommation est favorisée par les technologies numériques et l'internet tels que : les applications d'apprentissage des langues, les réseaux sociaux, les chaînes YouTube, les blogs et les médias. Ces moyens ont facilité la diffusion de différents produits à l'échelle internationale comme les films, les séries et la musique qui sont les plus consommés par notre population d'étude ce qui a favorisé davantage l'ouverture aux différentes cultures et l'apprentissage de leurs langues que ce soit de manière inconsciente ou par un engagement dans leur apprentissage afin de mieux comprendre l'autre dans sa différence.

En somme, Ce cosmopolitisme culturel favorise non seulement l'apprentissage des langues étrangères mais aussi, il permet d'acquérir une intelligence interculturelle via les différentes situations de communications authentiques présentes dans les produits culturels mobilisés.

Références

- Anastasaki, M. 2011. *Universalité et particularités du Cosmopolitisme: définition d'un concept et étude de cas au bas-saint-Laurent*, Mémoire présenté dans le cadre du programme de maîtrise en éthique en vue de l'obtention du grade de maître ès arts, Université du Québec à Rimouski, 144 p.
- Cicchelli, V., & Octobre, S. 2017, *L'amateur cosmopolite: Goût et imaginaires culturels juvéniles à l'ère de la globalisation*, p. 7-17, Paris: Ministère de la Culture - DEPS.
- Cicchelli, V., & Octobre, S. 2017. « Les cultures juvéniles à l'ère de la globalisation : une approche par le cosmopolitisme esthétique-culturel », *culture études*, n°1, p. 1-20.
- Cicchelli, V., & Octobre, S. 2017. « Introduction. Comment le goût du monde vient aux jeunes », Dans : V., Cicchelli & S., Octobre, 2017, *L'amateur cosmopolite: Goût et imaginaires culturels juvéniles à l'ère de la globalisation*, p. 7-17, Paris: Ministère de la Culture - DEPS.
- Guibet-Lafaye, C., 2008 « Introduction : Le cosmopolitisme kantien », (éd.), *Kant cosmopolitique*, Paris, Éditions de l'Éclat, p. 13-16.
- Lamarre, J-M., 2012 « L'éducation cosmopolitique : apprendre le propre, apprendre l'étranger », *Le Télémaque*, n°41, p. 31-46.
- Thériault, J.Y., 2012, « Au-delà du multiculturalisme : le cosmopolitisme? » *Sociologie et sociétés*, n°1, p. 17-33.

Annexe

Questionnaire

Dans le cadre d'une étude qui porte sur l'impact du cosmopolitisme culturel sur les représentations linguistiques des jeunes algériens, nous vous prions de bien vouloir répondre aux questions suivantes en inscrivant la réponse à l'endroit approprié.

Q1 : Dans quelle université vous suivez votre formation en tant qu'étudiant(e) ?

.....

Q2 : Combien de langues maîtrisez-vous ?

.....

Q3 : lesquelles ?

.....

Q4 : Pourquoi avez-vous appris ces langues ?

.....

Q5 : Qu'est-ce qui vous a aidé à apprendre ces langues?

.....

Q6 : Lequel parmi ces domaines vous a incité à l'apprentissage des langues ?

1. Le sport
2. Le cinéma
3. Les voyages
4. La musique

Q7 : Comment ces domaines vous ont aidé à apprendre les langues ?

.....

Q8 : Est-ce que les cultures des langues déjà apprises avaient un impact sur le choix de l'apprentissage de ces langues ?

- Oui - Non

Q9 : Expliquez comment ?

.....

Q10 : Les contenus que vous consommez sont en quelles langues ?

	<i>Les films</i>	<i>Les séries</i>	<i>Musique enregistrée</i>	<i>Livres</i>	<i>Presse</i>	<i>Réseaux sociaux</i>	<i>Télévision/ Radio</i>
En arabe							
En français							
En anglais							
En espagnol							
En turc							
En chinois							
En coréen							