La Speak Mandarin Campaign

Dr Alexander Ressos, TEP
Attorney-at-Law (Switzerland and Germany),
Solicitor (England & Wales and Hong Kong)
Of Counsel, KGP Legal LLC
alexander.ressos@kgplegal.com.sg
www.ressos.com.sg

Le lancement du 7 septembre 1979

La campagne découlait directement du rapport Goh. Le diagnostic de Lee Kuan Yew était pragmatique. Les enfants qui parlaient un dialecte à la maison et apprenaient l'anglais et le mandarin à l'école portaient trois langues, une charge que seuls les meilleurs pouvaient supporter. Après vingt ans d'école bilingue, déclarait-il, peu d'enfants parvenaient à maîtriser deux langues et un dialecte, « certainly not much more than the 12% that make it to junior colleges ». Le quart de la population n'étant pas chinois, l'anglais serait la langue commune entre les communautés. Si les Chinois conservaient leurs dialectes, avertissait-il, l'anglais deviendrait aussi la langue commune entre Chinois de groupes dialectaux différents, et le mandarin n'aurait plus de fonction.[1]

Le discours s'appuyait sur des données que le gouvernement avait recueillies à cette fin. Une enquête portant sur 116 trajets d'autobus en mars 1979 constatait que les passagers chinois s'adressaient aux receveurs chinois en dialecte dans 88,2 % des cas, en hokkien seul dans 75 % et en mandarin dans 3,7 % seulement. Une enquête auprès de 295 marchands ambulants (hawkers) dans neuf marchés et centres de restauration, en avril 1979, montrait que 89,4 % d'entre eux répondaient à leurs

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.

clients en dialecte et 1,2 % en mandarin.[2] Les mêmes tableaux indiquaient comment les passagers malais et indiens parlaient aux receveurs chinois : surtout en malais. En 1979, le malais de bazar était encore la langue de la rue entre les communautés.

Le lancement fixait deux objectifs. Dans un délai de cinq ans, les élèves chinois devaient parler moins le dialecte et davantage le mandarin. Dans un délai de dix ans, le mandarin devait remplacer les dialectes comme langue parlée au quotidien par la communauté chinoise. Un Committee to Promote the Use of Mandarin fut constitué sous la présidence d'Ow Chin Hock, alors secrétaire parlementaire au ministère de la Culture. Il fut rebaptisé Promote Mandarin Council en 1998.[3] L'organisme agit aujourd'hui sous le nom de Singapore Mandarin Council et présente la campagne comme la plus longue campagne sociale de Singapour.[4]

Le soutien administratif : radiodiffusion, guichets et noms

Lee Kuan Yew annonça dans son discours que le gouvernement prendrait des mesures administratives dès que les parents auraient montré qu'ils voulaient le mandarin pour leurs enfants. Les agents publics, y compris aux guichets des hôpitaux, recevraient instruction de parler mandarin, sauf aux personnes de plus de soixante ans, tandis que les chauffeurs de taxi, les receveurs d'autobus et les marchands ambulants pourraient être tenus de réussir un test oral de mandarin ou de suivre des cours. La mesure qui transforma le plus la vie quotidienne fut le retrait des dialectes de la radiodiffusion. Les publicités en dialecte furent progressivement supprimées de la télévision à partir de juillet 1978. Les programmes en dialecte disparurent de la télévision en 1981, puis de la radio le 1er janvier 1983.[5]

Les séries hongkongaises populaires que les Singapouriens regardaient en cantonais furent doublées en mandarin à partir de la fin d'octobre 1979. En 1985, le gouvernement découragea la réception de la chaîne malaisienne TV3 et refusa d'adapter les antennes des immeubles de logements publics pour la capter. À partir du 1er janvier 1981, les écoles désignèrent les élèves chinois par la forme hanyu pinyin de leur nom, et les entreprises furent encouragées à utiliser des noms en pinyin lors de leur immatriculation.[6] L'effet se voit encore sur les cartes d'identité :

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.

une génération plus âgée porte des romanisations dialectales telles que Tan, Lim ou Ng, alors que de nombreux Singapouriens plus jeunes portent des prénoms en pinyin.

Peu de gouvernements d'Europe occidentale auraient tenté des mesures de ce genre. Elles furent pourtant acceptées sans grande résistance. Le gouvernement les présentait comme un allègement pour les enfants, et l'alternative qu'il décrivait, une communauté chinoise parlant anglais et dialecte sans langue chinoise commune, apparaissait à de nombreux parents comme une perte. La disposition de Singapour à réglementer la langue de la radiodiffusion procède de la même confiance dans la conception administrative que la partie C retrace dans la stratégie économique des premières années.

Phases, publics et slogans

La campagne a traversé des phases distinctes. De 1979 à 1981, elle s'adressait à l'ensemble de la communauté chinoise. À partir de 1982, elle encouragea l'usage du mandarin dans des cadres précis, avec le lieu de travail pour thème en 1982, puis les centres de restauration populaire (hawker centres) et les marchés en 1983. Entre 1983 et 1987, un service téléphonique proposait des leçons de mandarin et recevait aux heures de pointe quelque 40 000 appels en moyenne.[7]

Le tournant intervint dans les années 1990, lorsque la campagne reconnut que son principal problème n'était plus les dialectes. De plus en plus de Singapouriens chinois utilisaient l'anglais comme langue principale. À partir de 1991, la campagne s'adressa aux Chinois formés en anglais, puis, à partir de 1994, aux Chinois formés en anglais et aux professionnels des affaires. Elle présentait le mandarin comme un atout économique, au moment où la Chine s'affirmait comme partenaire d'affaires.[8] Les slogans retracent cette évolution : « Speak More Mandarin, Speak Less Dialects » en 1979, « Mandarin In, Dialects Out » en 1983, « Speak Mandarin? No Problem! » en 2000 et, depuis 2019, « Speak Mandarin? Yes, I Can. ». Le premier slogan bilingue, « Huayu Cool », apparut en 2004 et constituait lui-même une concession à la jeunesse anglophone.[9]

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.

L'objectif actuel de la campagne est défensif. Ses organisateurs reconnaissent que l'anglais est devenu la langue dominante dans de nombreux foyers chinois et que la promotion du mandarin par la seule campagne est « not enough ».[10] L'accent s'est déplacé du remplacement des dialectes vers le maintien du mandarin dans l'usage quotidien, la culture des Singapouriens chinois et le vocabulaire propre au mandarin de Singapour.

Des résultats mesurables

La première décennie a produit un résultat que peu de campagnes linguistiques ont égalé. Parmi les élèves chinois entrant en Primary One (première année du primaire), la part de ceux qui parlaient surtout le mandarin à la maison est passée de 26 % en 1980 à 69 % en 1989, tandis que la part des élèves issus de foyers principalement dialectophones tombait de 64 % à 7 %.[11] Dans l'ensemble de la population résidente chinoise, la proportion de personnes utilisant un dialecte comme principale langue du foyer est tombée de 76,2 % en 1980 à 19,2 % en 2010, alors qu'elle atteignait 97 % en 1957.[12]

La longue série montre que la campagne a réussi deux fois, la seconde dans une direction que ses fondateurs n'avaient pas voulue. Le mandarin a remplacé les dialectes. L'anglais a ensuite dépassé le mandarin. Parmi les résidents chinois âgés de cinq ans et plus, le mandarin était la langue la plus fréquente au foyer pour 47,7 % en 2010 et pour 40,2 % en 2020, tandis que l'anglais passait de 32,6 % à 47,6 %. Le clivage entre générations est net. En 2020, un dialecte était la principale langue du foyer pour 31,6 % des résidents chinois âgés de soixante ans et plus, contre 1,4 % pour ceux âgés de cinq à trente-quatre ans.[13]

Idée reçue

On suppose souvent que la plupart des Singapouriens chinois parlent mandarin à la maison et qu'un conseiller singapourien d'origine chinoise travaillera donc couramment en mandarin. Le recensement de 2020 montre que l'anglais était devenu la langue la plus fréquente au foyer chez les résidents chinois, avec 47,6 % contre 40,2 % pour le mandarin. La plupart des foyers anglophones utilisent encore

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.

le mandarin comme deuxième langue à la maison, de sorte que le mandarin est largement compris. La maîtrise du chinois écrit et du vocabulaire technique de la finance, du droit et de la fiscalité est une autre affaire, qu'un établissement devrait vérifier avant de s'y fier.

Notes

1. Lee Kuan Yew, discours du 7 septembre 1979, précité, p. 1 ; Lee Kuan Yew, discours du 7 septembre 1979, précité, p. 1 : « Because Singapore is 25% non-Chinese, English will be the common language between different ethnic Singaporeans. And if we continue to use dialects, then English will tend to become the common language between Chinese of different dialect groups. ». ↩

2. Lee Kuan Yew, discours du 7 septembre 1979, précité, tableaux annexés : enquête du Singapore Bus Service de mars 1979 sur 116 trajets d'autobus (passagers chinois s'adressant aux receveurs chinois : dialectes 88,2 %, hokkien 75,0 %, mandarin 3,7 %) ; enquête du ministère de l'Environnement d'avril 1979 portant sur 295 marchands ambulants dans neuf marchés et centres de restauration (marchands s'adressant aux clients : dialectes 89,4 %, mandarin 1,2 %). ↩

3. Culturepaedia, « The Speak Mandarin Campaign » (consulté en novembre 2026) : objectifs à long terme fixés au lancement, à savoir moins de dialecte et plus de mandarin chez les élèves dans les cinq ans, et remplacement des dialectes par le mandarin comme langue parlée au quotidien dans les dix ans ; Culturepaedia, « The Speak Mandarin Campaign », précité : Ow Chin Hock en fut le premier président ; le comité fut rebaptisé Promote Mandarin Council en 1998. ↩

4. Singapore Mandarin Council, site de la Speak Mandarin Campaign, mandarin.languagecouncils.sg (consulté en novembre 2026) : la campagne y est présentée comme la plus longue campagne sociale de Singapour ; droits d'auteur du site au nom du Singapore Mandarin Council. ↩

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.

5. Lee Kuan Yew, discours du 7 septembre 1979, précité, p. 2 : les agents publics « will be instructed to speak Mandarin except to the old, those over sixty » ; les chauffeurs de taxi, receveurs d'autobus et marchands ambulants « can and will be required to pass an oral Mandarin test, or to attend Mandarin classes » ; Culturepaedia, « The Speak Mandarin Campaign », précité : publicités en dialecte progressivement supprimées de la télévision à partir de juillet 1978 ; interdiction complète des programmes télévisés en dialecte en 1981 ; la radio cessa de diffuser des programmes en dialecte le 1er janvier 1983. ↩

6. Wikipedia, « Speak Mandarin Campaign » (consulté en novembre 2026) : en 1985, le gouvernement découragea la réception de la chaîne malaisienne TV3 et refusa de moderniser les antennes des immeubles HDB pour la capter ; Culturepaedia, « The Speak Mandarin Campaign », précité : première série hongkongaise doublée en mandarin diffusée à la fin d'octobre 1979 ; Culturepaedia, « The Speak Mandarin Campaign », précité : à partir du 1er janvier 1981, les écoles du ministère de l'Éducation commencèrent à utiliser la forme hanyu pinyin des noms des élèves d'origine chinoise ; les entreprises furent encouragées à utiliser des noms en hanyu pinyin lors de leur immatriculation. ↩

7. Culturepaedia, « The Speak Mandarin Campaign », précité : la phase 1 (1979–1981) visait l'ensemble de la communauté chinoise ; phase 2 à partir de 1982 ; accent sur le mandarin au travail en 1982 et dans les hawker centres et marchés traditionnels en 1983 ; Wikipedia, « Speak Mandarin Campaign » (consulté en novembre 2026) : le service « Dial for Mandarin Lessons » fonctionna de 1983 à 1987, avec quelque 40 000 appels en moyenne aux heures de pointe. ↩

8. Wikipedia, « Speak Mandarin Campaign » (consulté en novembre 2026) : publics cibles de 1991 (Singapouriens chinois formés en anglais) et de 1994 (Chinois formés en anglais et professionnels des affaires) ; la campagne présentait le mandarin comme « economically valuable » à mesure que la Chine montait en puissance dans les affaires ; Culturepaedia, « The Speak Mandarin Campaign », précité, sur 1994 comme année charnière. ↩

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.

9. Wikipedia, « Speak Mandarin Campaign » (consulté en novembre 2026), liste des slogans de 1979, 1983 et 2000 ; Culturepaedia, « The Speak Mandarin Campaign », précité : slogan depuis 2019 « Speak Mandarin? Yes, I Can. » ; Culturepaedia, « The Speak Mandarin Campaign », précité : en 2004, la campagne lança son premier slogan bilingue, « Huayu Cool ». ↩

10. Culturepaedia, « The Speak Mandarin Campaign », précité : l'anglais est devenu la langue dominante dans de nombreux foyers chinois, de sorte que la promotion du mandarin par la seule campagne est « not enough » ; accent récent sur l'usage quotidien, la culture chinoise de Singapour et la singularité du mandarin de Singapour. ↩

11. Culturepaedia, « The Speak Mandarin Campaign », précité : parmi les élèves d'origine chinoise de Primary One, ceux qui parlaient surtout le mandarin à la maison passèrent de 26 % (1980) à 69 % (1989) ; ceux issus de familles principalement dialectophones tombèrent de 64 % à 7 %. ↩

12. Wikipedia, « Speak Mandarin Campaign » (consulté en novembre 2026), tableau des langues parlées au foyer par la population résidente chinoise : variétés autres que le mandarin 97 % (1957), 76,2 % (1980), 46,2 % (1990), 19,2 % (2010). ↩

13. Department of Statistics Singapore, Census of Population 2020, population résidente chinoise âgée de 5 ans et plus selon la langue la plus fréquemment parlée au foyer et la tranche d'âge, data.gov.sg, jeu de données d_68860ef451f948e62754a830b6ae5024 (consulté en novembre 2026) : total 2 658 378 ; anglais 1 266 460 (47,6 %) ; mandarin 1 069 450 (40,2 %) ; dialectes chinois 312 671 (11,8 %) ; dialectes 31,6 % chez les 60 ans et plus et 1,4 % chez les 5 à 34 ans (calcul propre à partir des colonnes d'âge) ; Culturepaedia, « Mandarin in Singapore » (consulté en novembre 2026), pour le mandarin à 47,7 % (2010) ; Wikipedia, « Languages of Singapore » (consulté en novembre 2026), pour l'anglais à 32,6 % et les dialectes à 19,2 % en 2010. Le tableau de Wikipedia, « Speak Mandarin Campaign », donne pour 2020 les chiffres de l'ensemble des résidents, 48,3 % et 29,9 %, dans une colonne intitulée résidents chinois. ↩

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.

Disclaimer

This article is provided for general information only. It is based on publicly available sources as at its date of publication. These sources have not been independently verified against licences, regulatory registers or the records of the entities concerned. It is not legal, tax, financial or investment advice. Nor is it a recommendation to invest in, transact with or use the services of any entity mentioned. Law and regulation change frequently, so the content may be incomplete or outdated. To the fullest extent permitted by law, Dr Alexander Ressos and the publisher of SingaporeIQ exclude all liability for loss or damage arising from the use of or reliance on this article. Readers should obtain advice on their specific circumstances before acting or refraining from action.

Names and trademarks of the entities discussed belong to their owners and are used for identification only. Their mention implies no endorsement, affiliation or allegation of wrongdoing. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. Corrections and updates: contact@ressos.com.

© 2026 Dr Alexander Ressos. This article may be quoted with attribution to SingaporeIQ (SingaporeIQ.com). Reproduction in full and any commercial use require prior written consent. The Legal Terms at https://singaporeiq.com/legal-terms apply.

Author contact: Dr Alexander Ressos, TEP · contact@ressos.com