

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	01
-------------------	----

CHAPITRE I

CADRE THEORIQUE

1- Un état de question sur les études faite en Algérie : (attitudes et représentations) :.....	04
2- Définition de quelques concepts linguistiques.....	07
2-1 le bilinguisme.....	07
2.2 le comportement socioJangagier.....	08
3. Les attitudes et les représentations.....	08
3.1 Qu'est-ce-que l'attitude sociolinguistique ?.....	09
3.2 Les représentations.....	10
4. La situation sociolinguistique de l'Algérie.....	11
4.1 Langue officiel (l'arabe classique).....	12
4.2 L'arabe dialectal.....	13
4.3 La langue berbère.....	14
4.4 La langue française.....	15
- Le commerce en Algérie.....	17
- Le commerce à Bejaïa.....	17

CHAPITRE II

PRESENTATION DE L'ENQUETE

Confédération méthodologique.....	19
1.1 l'enquête.....	19
1.2 l'enquête en science du langage.....	19
2- Présentation du notre corpus.....	20
3- Lieus de l'enquête.....	20
4- Le choix de questionnaire.....	20
5- Protocole d'enquête.....	21
6- L'entretien.....	22
6.1 l'entretien directif.....	22
6.2 l'entretien non directif.....	22
6.3 l'entretien semi-directif.....	22
7- Les commerçants de Bejaïa.....	22

CHAPITRE III
ANALYSE DE L'ENQUETE

1- Présentation du questionnaire.....	32
2- descriptions de l'échantillon étudié.....	33
2-1 L'âge.....	33
2.2 Le sexe.....	33
2.3 Lieu de naissance.....	35
2.4 Lieu d'habitation.....	36
2.5 Lieu de travail.....	36
2.6 Niveau d'instruction.....	37
3. Les pratiques langagières des locuteurs.....	38
3.1 La langue maternelle des locuteurs.....	38
3.2 La langue utilisée par les locuteurs pour s'exprimer le plus souvent.....	39
4. l'usage de la langue française dans la ville de Bejaia.....	40
4.1 La langue française est une langue de communication chez les commerçants de Bejaia.....	40
4.2 Comment parle les locuteurs la langue française.....	43
5- Les facteurs extralinguistiques qui influencent sur les pratiques langagiers des commerçants de Bejaia.....	44
5.1 Les commerçants change-ils leurs façon de parles avec leur clients.....	
5.2 La langue qu'utilisent nos locuteurs avec leurs clients.....	47
5.3 « l'habillement, le sexe ... » joue-ils un rôle dans le parles des commerçants.....	50
5.4 Les difficultés que retrouvent les commerçants à propos des langues utilisés par leurs clients.....	53
Conclusion.....	57
Bibliographie.....	58
Annexe.....	60
Résumé	

INTRODUCTION

INTRODUCTION

Notre thème de recherche concerne les attitudes sociolinguistiques de quelque commerçant de la ville Bejaïa à l'égard des langues utilisées par leurs clients.

Les espaces géographiques qu'on a choisis pour faire cette recherche "*Lekhemis – Amrriw – Edimco – Ihaddaden*".

Bejaia est une ville plurilingue, où, on parle quatre langues différentes chacune de ces langues à des caractéristiques spécifiques différente à l'autre, et chacune s'utilise dans des cas et des situations de communication différentes.

La façon de parler des commerçants de la ville de Bejaïa se détermine par rapport à la classe sociale, l'âge, le comportement physique (l'habillement, le style, le sexe...)

Les langues les plus parler par les Bougiotes : Lebdjawiya – le Kabyle L'arabe (dialectal et classique) et le Français.

La position sociolinguistique des commerçants de la ville de Bejaia à elle un rapport avec le temps, l'espace, la classe sociale Puis le comportement langagier des clients est régi par certains paramètres extralinguistiques que nous essayerons de déceler au cours de notre recherche.

Du point de vue historique, Bejaia est une ville qui à rencontrer plusieurs conquêtes (romaine, arabe, espagnole, française...etc.).

D'après Gaid. M dans son ouvrage "la région de Bejaia est un théâtre nombreuse évènement, est à partir de la deuxième moitié de XI siècle, sa populations dans ses conditions de vie comme dans sa composition ethnique en connut répercussions importantes".

Il existe plusieurs facteurs qui ont une influence sur les comportements et les pratiques langagières (des commerçantes, des clients) parmi ces facteurs : l'espace, le sexe, origines des peuples...etc.

La ville de Bejaïa est devenu un lieu préférable pour le publique, et les gens viennent par tout pour s'y installer dans cette ville, ce qui engendre un changement assez important de la ville sur le plan linguistique.

Dans notre recherche en prend plusieurs espaces géographiques différents dans la ville de Bejaia pour déterminer les facteurs et les causes des attitudes sociolinguistiques des commerçants et les clients.

Notre travail sera uniquement centré sur la façon de parler des commerçants aussi de leurs clients, par rapport au choix des langues, et les langues qu'ils utilisent souvent pour communiquer entre eux. Il s'agit dans notre objet d'étude de recherche de rendre compte de la différence qu'on remarque dans diverse utilisations des parlers des commerçants et leurs clients.

INTRODUCTION

Problématique

Notre objet de recherche portera sur les dispositions sociolinguistiques de quelque commerçant de la ville de Bejaia par rapport aux langues utilisées par leurs clients. La ville de Bejaia est plurilingue, Les trois langues, qui coexistent à cette ville: le Kabyle avec toutes ses variétés, l'arabe sous ses deux formes standard et dialectal et le français. Au regard de la population bougiotes plusieurs questions nous viennent à l'esprit.

La façon de parler des clients permet-elle aux commerçants de prendre la bonne disposition avec eux ? Ainsi l'utilisation de plusieurs langues par les clients peut-elles influençaient sur les pratiques langagières des commerçants? Et dans quelle situation le commerçant choisi- il les langues utilisées (arabe, français, kabyle) avec les clients ?

Hypothèses

Il nous prêtre que les pratiques langagières des commerçants et les clients de la ville de Bejaia ont un rapport avec le temps, l'espace, le Sexe, la classe sociale, l'âge, la façon de parler, l'habillement...etc., il se peut que le comportement langagière de ses dernières visé et régi par certains paramètres, qui nous échappe aux yeux (la situation familiale, l'état de santé, leurs conditions de vie, l'entourage...etc.)

Notre problématique se base sur les manières langagières sociolinguistiques des commerçants, et les langues utilisées par les clients, par rapport aux facteurs extralinguistiques.

Méthodologie

Dans notre travail, nous avons choisi la méthode d'enquête par questionnaire, pour plusieurs raisons : le questionnaire nous permet d'interroger un grand nombre de locuteurs, la possibilité qu'il offre aux locuteurs de répondre ouvertement aux questions posées, il permet d'observer et de confronter les informations collectées auprès des représentants de la population visée.

Chaque objet d'étude en linguistique exige une méthode à suivre bien précise en particulier par le chercheur. Notre travail de recherche est subdivisé en deux chapitres que nous appellerons « partie théorique » basé sur la définition des concepts (attitudes et représentations sociolinguistiques, la situation sociolinguistique de l'Algérie).

Le deuxième chapitre c'est la « partie pratique » qui se base sur un questionnaire, par ce qu'elle est la plus déterminante pour arriver à recueillir Les données et les attitudes des personnes enquêtées et afin d'englober notre problématique. Notre questionnaire se compose

INTRODUCTION

par des questions ouvertes et fermées. Notre choix vise les commerçants, et les clients de la ville de Bejaia.

Enfin, analyser les données et les enquêtes que nous avons collectées. D'abord un aperçu sur les études qui étaient faites en Algérie sur les (attitudes et représentations) par exemple, les études faites par « DALILA Morsly ».

La Démarche

Dans un second lieu, l'attitude sociolinguistique, qui est définie comme une disposition mentale, d'ordres individuels ou collectifs explicatif du comportement social.

De plus, la situation sociolinguistique de l'Algérie qui concerne la réalité sociolinguistique (l'arabe classique, l'arabe dialectale, le berbère et le français).

Puis nous évoquerons des concepts qui ont une relation avec la situation plurilingue, et le rôle des éléments extralinguistiques dans les pratiques langagières des commerçants et leurs clients.

Le second chapitre est consacré à la représentation de l'enquête qui comportera la démonstration ou la description de l'enquête, du questionnaire et du corpus.

Objectif et motivation

Parmi les motivations qui justifient le choix de notre thème, la diversité des langues dans notre société et la volonté de repérer quelques phénomènes sociolinguistiques à Bejaia.

Notre objectif c'est l'étude sociolinguistique des pratiques langagières des commerçants de la ville de Bejaïa et les différentes attitudes sociolinguistiques de ces commerçants par rapport aux langues parlées par les clients, et de montrer quelles sont les langues les plus utilisées dans la ville de Bejaia par rapport à ces habitants.

CHAPITRE I

PARTIE THEORIQUE

1- Un état de question sur les études faite en Algérie : (attitudes et représentations)

Les recherches sur la réalité linguistique algérienne ont aboutie à la description d'un espace où cohabitent, essentiellement, trois langues à statuts différents : l'arabe, le berbère et le français.

Les études qui se sont inscrites dans le domaine des attitudes, représentations, opinions et imaginaire linguistiques sont nombreuses. Citons par ailleurs celles de Jean Calvet, William Labov, Dalila Morsly, Khaoula Taleb Ibrahim...etc.

J.L.Calvet souligne que, « *les représentations (...) constituées par l'ensemble des images, des posions idéologiques, des croyances qu'ont les locuteurs au sujet des langues en présence et des pratiques linguistique* ». ¹

Les représentations linguistiques sont le produit d'un ensemble de locuteurs sur ce que les deux autres cités plus hautes appellent respectivement : le langage, la langue, les contacts de langues, les langues en présences, les pratiques linguistiques. ²

Ainsi, la représentation est forgée par les locuteurs pour ce qui est des « *phénomènes linguistiques* ». Phénomènes qu'ils jugent, hiérarchisent, acceptent, rejettent (comme incorrects, vulgaires, familiers....) d'après Dalila Morsly « *Les locuteurs, on le sait, se forgent une représentation des phénomènes linguistiques qu'ils jugent, hiérarchisent, acceptent ou rejettent (comme incorrects, vulgaires, familiers...) cette attitude métalinguistique montre que « la conscience linguistique est structurée » en même temps que structurante, dans la mesure où ces représentations influent en retour sur les comportements linguistiques* » ³.

On comprend à travers ces passages que l'auteur fait des représentations et des attitudes des synonymes, pour Morsly les études sur les attitudes et les enquêtes linguistiques sur l'intuition ou la conscience linguistique sont de même nature.

C'est, incontestées, vrais, puisque l'intuition linguistique est en linguistique la capacité du sujet parlant, qui a intériorisé la grammaire d'une langue de formuler au sujet des énoncés émis dans cette langue des jugements de grammaticalité et d'acceptabilité.

Nous pouvons ainsi dire que l'attitude et l'intuition linguistique ont un dénominateur commun : les jugements émis sur la langue.

¹ Calvet Jean-Louis « insécurité linguistique et représentation, approche historique » thèse de doctorat d'état Cécile petite jean, de l'université de Provence, 2009.

² Dalila Morsly « attitude et représentation linguistique » la linguistique. Vol 26. Fascicule 2, 1990, p78.

³ Dalila Morsly « attitude et représentation linguistique » (facteur extrême) 1990, p77.

Le sentiment linguistique désigne l'intuition du locuteur natif qui lui permet de porter sur des phrases, des jugements de grammaticalité. Ainsi, il est malaisé de délimiter les frontières entre les notions : attitudes, sentiments, conscience, et représentation linguistique.

Les représentations, d'après Morsly, sont repérables dans les discours non savants produits : par les locuteurs, les institutions (scolaires, autres) par les personnes autorisées groupements sociaux (associatif, militant...), () repérables, aussi dans les stéréotypes.⁴

L'intérêt des recherches sur les attitudes et représentations linguistiques est indéniable. Ce genre de recherches ne saurait constituer un objectif exclusif cependant, notons que confiner les réalités langagières abordées à l'aide des concepts : attitudes et représentations dans trois directions de recherche mènerait à une impasse dans l'analyse des productions langagières et /ou des discours sur la (ou les) langue(s) et leur relation avec la dynamique linguistique.⁵

Il nous apparaît que les études de recherches sociolinguistiques auxquelles elles se rapportent nécessitent l'analyse du discours épi linguistiques car il est le lieu révélateur des jugements que les locuteurs portent sur la (ou les) langue(s). Ainsi les représentations linguistiques sont repérables dans le discours épi linguistique comme le mentionne Morsly : « les représentations linguistiques sont repérables à travers les activités épi linguistiques qui sont un ensemble de discours que l'on tient sur les langues ».⁶

Ces discours témoignent certes du savoir profonds des locuteurs sur la langue mais aussi des différentes positions envers tel ou tel usage de la langue. Tel usage est prescriptif. Tel autre est proscrit... Ce type d'attitudes peuvent émaner purisme linguistique qui s'explique par l'observation rigide et l'insistance de la pureté dans la langue.

Les recherches qui étaient faites sur les attitudes et représentations sont réparties en trois étapes :

La première étape s'étale des années 1960 aux années 1980. on parle d'opinions des locuteurs (Trudgill), de sentiments linguistiques (Bernstein), d'insécurité linguistique (Labov).

La deuxième période est celle allant des années 1980 aux années 1990. Les travaux de Houdebine et Tabouret-Keller constituent des enjeux méthodologiques des plus importants.

⁴ Dalila Morsly « les représentations des langues en contact plurilingue » université de

⁵ Constantine, 2003. Dalila Morsly « attitude et représentation linguistique » la linguistique vol.26, 1990 p78.

⁶ Morsly « attitude et représentation linguistique » vol 26 fas.2.1990.

La troisième période qui débutera les années 1990 et celle de la dénomination spécifique. Les travaux de Boyer et de Peytard.

Avec les représentations et attitudes linguistiques, on abordait les pratiques langagières dans trois directions de recherches⁷ qui correspondent aux aspects de l'activité métalinguistique des locuteurs suivants :

- Evolution et jugement de productions langagières ;
- Discours sur la langue ;
- Désignation de la langue.

Le concept d'imaginaire linguistique permet non seulement une catégorisation des jugements ; pour reprendre le terme de Morsly ; des locuteurs pour ce qui est des phénomènes linguistiques, son auteur(e) tente de dégager l'interaction entre les normes catégorisées et les usages. Ainsi de dégager l'impact de l'imaginaire sur la dynamique linguistique.

L'analyse des représentations linguistiques dépistées dans ces genres de discours peut être abordée, selon Morsly⁸, sous trois aspects :

- 1- L'aspect du contenu : l'analyse du contenu du discours épi linguistique repose sur le relevé des représentations linguistiques, qui seront abordées de manière qualitative (thématique) et /ou quantitative (statistique) ;
- 2- L'aspect discursif : il relève de la discipline de l'analyse du discours. Cette analyse est transdisciplinaire car il est question de désigner ou d'établir « *les divers genres discursifs exploités par les différentes communautés linguistiques pour véhiculer leurs représentations* »⁹ Nicole
- 3- L'aspect stylistique ou rhétorique : le discours épi linguistique peut être métaphorique, hyperbolique, etc. A ce propos, Guenier¹⁰ met évidence quatre figures essentielles et constitutives du discours des locuteurs, à savoir la métaphore, l'hyperbole, la métonymie et l'antithèse.

⁷ Morsly « attitude et représentation linguistique ».op.cit. P78

⁸ Dalila Morsly « les représentations des langues en contact plurilingues »cours de poste graduation. Université de Constantine, 20-21 avril 2003

⁹ Nicole Guenier, 1997.op.cit. p 249.

¹⁰ Nicole Geunier, 1997 .op.cit. 250.

2. Définition de quelques concepts linguistique

2.1 Le bilinguisme

Le bilinguisme est une situation sociolinguistique caractérisant les sujets pratiquants, deux langues ou plus (multi ou plurilingue). C'est un concept linguistique qui signifie l'utilisation variable des langues ou des variétés linguistiques diverses par un individu ou par un groupe à des degrés divers.

Le bilinguisme est défini, dans un sens restrictif, par rapport au mode d'apprentissage des langues. Dans ce cas, est concéderai bilingue l'individu qui possède naturellement deux langues maternelles (par opposition au polyglotte qui apprend une ou plusieurs langues grâce à l'enseignement scolaire).

Qans un sens moins restrictif, on peut qualifier de bilingue tout sujet parlant qui pratique deux langues différentes dans ses communications orale ou écrites. Le bilinguisme est défini généralement comme l'usage de deux ou plusieurs langues par un individu.

Cependant, il ne faut pas confondre entre le bilinguisme et la bilingualité. Or le bilinguisme « *est un phénomène global qui implique simultanément et un état de bilingualité de l'individu et un bilinguisme de la situation de communication au niveau collectif. Lorsqu'il ya communication bilingue sans bilinguisme des individus, il y a quand même contact des langues... le terme bilinguisme inclut celui de bilingualité qui qui réfère à l'état de l'individu mais s'applique à un état d'une communauté dans laquelle deux langues sont en contact avec pour conséquence que deux codes peuvent être utilisés.* Dans une même interaction qu'un nombre d'individus sont bilingue (bilinguismes sociale).

Le bilinguisme peut donc concerner :

- ✓ Un individu qui pour des raisons personnelles, est conduit à utiliser plus d'une langue dans ses relations sociales.
- ✓ Un groupe d'individus (famille, communauté, peuple) qui pour des raisons sociales, politiques ou historiques, sont amenés à communiquer avec l'extérieur et à utiliser une langue différant de celle parlée à l'intérieur du groupe.
- ✓ Une zone géographique (région, pays) où se côtoient des communautés linguistiques différentes.

2.2 Le comportement socio langagier

Communément, la notion de comportement désigne une certaine façon d’agir (de parler) et adopter ou accepter une certaine conduite. Elle est intégrée dans les sciences humaines, particulièrement en psychologie et en sociale, comme synonyme de « *behavior* » pour exprimer la manière objective d’être et d’agir, des animaux et des hommes.

Le comportement langagier est une notion centrale pour toute science qui s’applique aux relations entre les être humaine. De ce fait, le comportement linguistique désigne la façon dont les locuteurs valorisons leur langue ou, au contraire. La façon dont ils la modifient pour se conformer au modèle prestigieux.

3. Les attitudes et les représentations

Les deux notions, celle de représentation et celle d’attitude souvent mélanger mais les recherches portant aujourd’hui sur ces deux dernières permettent de mieux les distinguer.

Les études portant sur les représentations sont considérées récentes, un nouveau chantier, un nouveau domaine d’investigation. La linguistique a en effet ajouté, voici quelques années, à l’étude des pratiques et des formes celle d’un domaine jusque-là négligé : ce que les locuteurs disent, pensent, des langues qu’ils parlent et de celles que parlent les autres.

A la question (pourquoi étudiées les représentations sociales ?) Serge MOSCOVICI, qui a ravivé le concept des représentations sociales dans le domaine de la psychologie sociales répond que c’est « *pour explorer le coté subjectif de ce qui se passe dans la réalité objective* »¹¹.

Les études portant sur les perceptions des langues et leurs usages ont été principalement problématisées, à partir des années 1960, à travers la notion d’attitude et ceci dans plusieurs directions. Elles explorent des images des langues pour expliquer les comportements langagières, en s’intéressent aux valeurs subjectives accordées aux langues et à leurs variétés, et aux évaluations sociales qu’elles suscitent chez les locuteurs.

Les deux notions celle de représentation et celle d’attitude, toutes deux empruntées à la psychologie sociales sont parfois utilisées l’une à la place de l’auteure. La plupart des auteurs préfèrent néanmoins les distinguer.

¹¹ S Moscovici cité par H BOYER in. Sociolinguistique : territoires et objet, DELACHAUX. Lausanne, 1996.p1

3.1 Qu'est-ce que l'attitude sociolinguistique

En générale elle se définit comme une disposition à réagir de manière favorable ou non à une classe d'objet. Selon **Kolde** « *une- (pré)-disposition psychique latente, acquise, à réagir d'une certaine manière à un objet* »¹² les informations dont dispose un individu sur un objet particulier constituent ainsi son stock de croyances sur l'objet.

Pour **Katz** : « *l'attitude est la prédisposition de l'individu à évaluer un symbole d'un objet ou un aspect de son monde d'une manière favorable ou défavorable. L'avis est l'expression verbale d'une attitude, mais les attitudes peuvent aussi être exprimées en comportement non verbal.* »¹³.

Dans son acception le plus large, le terme d'attitude linguistique est employé parallèlement et sans véritable nuance de sens à « *norme subjective* », « *jugements* », « *opinion* », pour désigner tout phénomène à caractère épi linguistique qui signifie « *les jugements de valeurs que les locuteurs portent sur la langue utilisée et sur les autres langues* ».

Les études portant sur les perceptions des locuteurs à l'égard des langues et leurs usages ont été principalement problématisées, à travers la notion d'attitude, et ceci dans plusieurs directions. Elles explorent les images des langues pour expliquer les comportements linguistiques, en s'intéressant aux valeurs subjectives accordées aux langues et à leurs variétés, et aux évaluations sociales qu'elles suscitent chez les locuteurs.

La sociolinguistique accorde au terme « *attitude* » celui de communauté linguistique. Celui-ci, qu'elle soit petite ou grande, il y a toujours des attitudes linguistiques aussi bien face aux autres langues que face à la variété parlée par les majorités des membres de la communauté actuelle. Dans la mesure où elle correspond à une évaluation, une attitude peut être positive, neutre ou négative, consciente ou inconsciente.¹⁴

D'un autre point de vue, L'attitude linguistique est souvent l'expression de luttes sociales subtiles qui n'est pas toujours facile à justifier. Certains aspects du français standard contemporain proviennent de variétés non standards de l'ancien français; les formes non

¹² Kolde 1981 cité dans Iudi & py 1986 :97, cité par Véronique Castelrotto et Daniel Moore in « Représentation sociale des langues et enseignement » Guide pour l'élaboration des politiques linguistiques éducatives en Europe disponible sur www.coe.int/t/dg4/linguistique/source/castellotti Moore fr.pdf

¹³ Katz/1965

¹⁴ William labov les principaux changements linguistiques 1994

standards d'autrefois sont le standard d'aujourd'hui. La prononciation du (r) fait partie de la variété standard aux U.S.A., alors qu'elle est jugée non standard en G.B.¹⁵

Ainsi ; il existe tout un ensemble d'attitudes et de sentiments des locuteurs face aux langues, aux variétés de langues et à ceux qui les utilisent. Ces attitudes ont nécessairement des retombées sur le comportement linguistique. Ce dernier se traduit chez les locuteurs par deux états ; soit un sentiment d'insécurité linguistique soit une situation d'hypercorrection.

3.2 Les représentations

Le concept de représentation est si riche et complexe, il est conceptualisé par plusieurs disciplines des sciences humaines (sciences du langage, sociologie, psychologie, anthropologie, épistémologie, philosophie,...)¹⁶.

La notion de représentation est apparue pour la première fois au début du XX siècle comme concept sociologique. Elle sera reprise au sein des sciences du langage par de nombreux sociolinguistes notamment **MOSCOVICI**, sous diverses appellations (idéologique linguistique, représentation sociolinguistique, imaginaire linguistique...)¹⁷, pour désigner l'ensemble d'images que les locuteurs associent aux langues qu'ils connaissent.

En d'autres termes, les représentations sont le discours que le locuteur d'une communauté linguistique donnée, tiennent sur les langues. Ce discours n'est pas objectif car les locuteurs ne tiennent pas de rapports neutres avec les langues qu'ils pratiquent ou qui les entourent.

Aujourd'hui la notion de représentation est de plus en plus présente dans le champ des études portant sur les langues, leur appropriation et leur transmission. La langue est, avant tout, « *un ensemble de pratiques et de représentations* »¹⁸.

Si une langue est perçue comme une langue de savoir et de la réussite, elle est systématiquement valorisée et ses locuteurs le sont aussi. A l'inverse, si une langue est dévalorisée, ses locuteurs le sont aussi.

Pour **J.L.CALVET** les représentations c'est : « *la façon dont les locuteurs pensent les pratiques, comment ils se situent par rapport aux autres locuteurs et aux autres pratiques, comment ils situent leurs langues par rapport aux autres langues* »¹⁹.

¹⁵ Ibid w labov

¹⁶ Encyclopédie philosophique universelle. « Des notions philosophiques », Dictionnaire n2, éd, puf, 1990, France, p, 2239-2241.

¹⁷ S.MOSCOVICI. sociale/représentations Cambridge, Cambridge université presse.1984

¹⁸ Jean louis Calvet pour une écologie des langues du monde 1999, p 165.

¹⁹ J.L.CALVET. Pour une écologie des langues du monde, Plon, France, p.158.

La même auteure souligne que ces représentations déterminent :

- ✓ Des jugements sur des langues et la façon de les parler, jugement que souvent se rependait sous forme de stéréotype.
- ✓ Des attitudes face aux langues, aux accents, c'est-à-dire en face aux locuteurs que les stéréotypes discriminent.
- ✓ Des conduites linguistiques tendant à mettre la langue du locuteur en accord avec ses jugements et ses attitudes.

Analyser une représentation sociale, c'est tenter de comprendre et d'expliquer la nature des liens sociaux qui unissent les individus, des pratiques sociales qu'ils développent, de même que les représentations intra et intergroupes.

Les recherches sur les représentations se rejoignent sur deux constats :

- ✓ D'une part on peut relever des traces (notamment discursives) d'un état de la représentation, de même qu'on peut relever de son évolution en contexte. Les représentations sont malléables, elles se modifient (on peut donc aussi les modifier).
- ✓ D'autre part, les représentations entretiennent des liens forts avec le processus d'apprentissage des langues, et pour la mise en œuvre d'actions didactiques appropriées.

Les représentations linguistiques peuvent renseigner sur les raisons profondes du choix des codes. Ces mêmes représentations qui génèrent les pratiques linguistiques, génèrent aussi les attitudes vis-à-vis des langues en présence, « *il y a derrière chaque langue un ensemble de représentations explicites ou non, qui expliquent le rapport à cette langue sous forme d'attachement ou de répulsion* »²⁰. Ce sont les idées préconçues sur la langue ou ses locuteurs qui font que celle-ci soit valorisée et adoptée ou refusée et rejetée.

4. La situation sociolinguistique de l'Algérie

L'Algérie est un pays qui a connue plusieurs invasions (phénicienne, romaine, byzantine, espagnole, turque, arabe, française) qui sont succédées pour atteindre un espace géographique déjà habité par des berbères. La richesse de ce pays fait de lui un centre d'interrogations et de recherches. De toutes ces conquêtes, celle des arabes est la plus longue suivie de celle des français qui a duré 130 ans et qui a laissé des traces marquées par l'utilisation et la pratique de la langue française.

²⁰ J.L.CALVET. E 1996, P 82.

La situation linguistique en Algérie est très délicate. Elle se caractérise par la présence de plusieurs langues comme a constaté **S.ABDEL HAMID** : « *le problème qui se pose en Algérie ne se réduit pas à une situation de bilinguisme, mais peut être envisagé comme un phénomène de Plurilinguisme* »²¹.

En effet le paysage linguistique algérien a subi et continue de subir des changements importants, et qui sont bien le résultat de la coexistence de plusieurs langues et plusieurs variétés langagières. Chacune de ses langues occupe une place ou un statut spécifique, que ce soit sur le plan national tels que l'arabe classique (1ere langue officielle) l'arabe dialectale dont l'utilité est majoritaire, d'autre coté le berbère sur le niveau régional (avec toutes ces variantes) et bien sur le français qui est utilisé en tout ce qui concerne l'enseignement scientifique .

4.1 Langue officielle (arabe classique)

L'arabe classique où l'arabe littéral comme elle est définie dans l'annuaire de l'Afrique du nord, 1962 :«La notion exprimée par arabe littéral se précise par opposition à arabe dialectal. Elle recouvre des appellations de langue classique, de langue littéraire ou de langue savante qui sont restrictives»²²

Pour Khaoula Taleb Ibrahim : :

«La dénomination arabe classique (AC) avec son pendant en arabiya fusha, bien que les deux termes ne coïncident pas. Cette dénomination concorde bien avec la conception de cette langue surnommée, surévaluée, d'essence divine, modèle de la littérature classique et moderne...»²³.

L'Algérie a mis en place l'arabisation par le biais du système éducatif. Cela a donné une place importante à cette langue qui est utilisée dans la littérature moderne et les mass media. La Constitution de 1989, dans son article 3, stipule que «l'arabe est la langue nationale officielle» ; c'est ainsi que cet idiome tend à s'imposer dans des secteurs tels que l'administration, l'enseignement, la presse et les médias (de plus en plus utilisé par la catégorie

²¹ S.ABDELHAMID, pour une approche sociolinguistique de l'apprentissage de la prononciation du français langue étrangère chez les étudiants du département de français université de Batna thèse de doctorat, université de Batna, 2002, p35.

²² « Le programme de tripoli » du FLN in annuaire de l'Afrique du Nord, 1962, cité par Khaoula Taleb Ibrahim « les algériens et leurs langues, éléments pour une approche sociolinguistique de la société algérienne ».

²³ Khaoula Taleb Ibrahim. Ibid. p25.

cultivée du monde journalistique, surtout lors des interviews et des débats politiques ou littéraires).

L'arabe classique est née sur le territoire algérien avec le pouvoir étalé en VII^e siècle. Elle jouit d'un certain prestige du fait qu'elle est la langue de l'islam, langue du coran, langue de l'instruction de l'enseignement religieux, et la référence symbolique de l'identité arabo-musulmane. Selon **LAKHDAR AZZOUZ** : « *la langue arabe tire son prestige du fait qu'elle est le véhicule du coran et de la religion musulmane pour les religieux et les partisans de la tradition, aucune autre langue ne peut concurrencer la langue du coran* »²⁴.

L'Algérie est considéré comme un pays arabo-musulmane cette langue est essentiellement utilisée dans l'enseignement dans les administrations, et dans toutes les institutions de l'état.

Après l'indépendance en 1962 la langue arabe était la langue officielle du pays, et ce à des raisons politiques ce qui explique que l'Algérie a été officiellement monolingue en raison d'essayer d'arabiser la population et de lui faire reconnaître sa langue originale.

Cette langue est considérée comme un pont qui solidifie les liens entre les différents pays de la notion arabe, et moyen des changes culturels et politiques.

4.2 L'arabe dialectal

L'arabe dialectal est la langue maternelle des 70% des algériens pour la simple raison que c'est leur langue quotidien et usuelle. Son utilisation se limite à des contextes sociaux informels :(intime, famille amis, collègue...) ou bien dans des lieux publics tels que :(rue, café, magasins...)

Cette deuxième langue constitue la langue de communication de tous les jours, l'outil d'expression spontané. En effet, cette langue est le véhicule d'une culture populaire riche et variée. C'est la langue du monde affectif des locuteurs, de la production culturelle, de l'imaginaire.

Nombreux sont les pièces théâtrales, les chansons, les films produits dans cette langue²⁵. Par ailleurs, cette langue témoigne d'une formidable résistance face à la stigmatisation que véhiculent à son égard les normes culturelles dominantes.

²⁴ LAKHDAR AZZOUZ : les fonctions sociales des langues d'enseignement en Algérie. Thèse pour le Magister en science de l'éducation. Tome 1 décembre 1984 p 49.

²⁵ R.CHIBANE. Etude des attitudes et de la motivation des lycéens de la ville de Tizi-Ouzou à l'égard de la langue française, cas des élèves du lycée Lala Fatma N'Sumer, mémoire de magister, université de Tizi-Ouzou p.20 2009

D'une autre part l'arabe dialectal ne jouit d'aucun statut officiellement reconnu. Dans ce contexte **R.CHIBANE** affirme que :

*« Malgré l'importance numérique de ses locuteurs, et son utilisation dans les différentes formes d'expressions culturelles (théâtre et la chanson), l'arabe dialectal n'a subi aucun processus de codification ni de normalisation. »*²⁶. Cette langue n'est donc ni codifiée ni standardisée elle est seulement considérée langue officiellement orale.

4.3 La langue berbère

Etymologiquement le mot berbère remonte à une époque lointaine son appellation fut en premier lieu par les romains pour désigner les habitants de l'Afrique du nord. Le mot « berbère » lui-même viendrait du mot « *barbare* » le statut de la langue berbère a connu de grands changements à travers les siècles.

La langue berbère est la langue maternelle d'une communauté importante de la population algérienne, elle est principalement utilisée en Kabylie et surement parlée dans certaine wilayas d'Algérie (Tizi-Ouzou, Bejaia, Bouira) c'est une langue essentiellement orale qui ne peut être fusionnée avec d'autres langues comme l'arabe (classique ou dialectal) cette langue est devenu une langue nationale depuis - avril 2002 – et sera intégré par la suite au système éducatif et enfin sera une branche à l'université.

Concernant le nombre de berbérophones, il est difficile de donner des résultats exacte néanmoins **S.CHAKER** nous informe sur ce fait :

*KKJKKJ/ « Sur l'ensemble de la population algérienne, les pourcentages de l'ordre de 25% à 30% de berbérophones, retenus pendant la période coloniale, sont rejetés comme nettement surévalués. En revanche, les 17,8% des berbérophones que donne le recensement algérien de 1996, sont en dessous de la réalité. En tout état de cause on peut admettre que l'ensemble des berbérophones doit représenter un pourcentage de 20% de la population algérienne »*²⁷.

Le berbère est présenté sous forme de plusieurs variétés qui sont :

Le kabyle

Pratiqué principalement dans certaines wilayas comme (Tizi-Ouzou, Bejaia, Bouira)

²⁶ Algérie : paysage sociolinguistique et alternance codique

²⁷ S.CHAKER, Manuel de linguistique berbère I, éd. Bouchène, Alger, 1991, p 08.

Le Chaoui

Parlé par les Chaouis qui occupent les Aurès, massif montagneux de l'Algérie méridionale

Le M'Zab

Employé par les mozabites qui vivent dans le nord du Sahara exactement située dans la wilaya de Ghardaïa.

Le Targui

Utilisé par les Touaregs qui vivent dans le Sahara surnommé aussi sur (les hommes blues).

4.4 La langue française

La langue française est apparue en Algérie avec l'arrivée des français, non seulement la France à coloniser l'Algérie mais aussi elle a marqué sa trace avec sa langue. Malgré l'indépendance de l'Algérie, cette dernière occupe toujours une place prépondérante dans la Société algérienne vu qu'elle est utilisée dans certains domaines : économique, sociale, éducatif, commerce...etc.

Cette dernière garde une position de prestige et en particulier dans le milieu intellectuel, c'est un outil de travail important pour la plupart des algériens pourtant l'Algérie est le seul pays du Maghreb qui n'appartient pas à la francophonie et ce pour des raisons que nous connaissons.

De nos jours, le français est enseigné en tant que langue étrangère. Cependant, cette langue bénéficie d'un statut particulier parmi les autres langues étrangères.

En effet, c'est encore la langue d'enseignement des matières scientifiques et techniques à l'université. Ainsi que la langue française est obligatoirement enseignée à partir de la 3ème année primaire ce qui explique que le français jouit encore d'une place privilégiée par rapport aux autres langues étrangères. **A. Queffe** souligne qu'« on peut évaluer à 8 millions environ le nombre de locuteurs maîtrisant correctement le français »²⁸.

Ainsi, le français est à la fois langue académique avec un registre soutenu et langue de la rue, avec un registre relâché d'usage quotidien qui n'est pas toléré dans toutes les situations de communication. Le français est parlé avec plus ou moins de maîtrise par la majorité des Algériens. Son terrain d'usage s'élargit ces dernières années par les efforts de l'état, malgré la prolifération des écoles privées. Ces dernières ont essayé de faire de cette langue une langue d'enseignement contrairement aux écoles publiques où elle est réduite simplement à une

²⁸ A. Queffec, Derradji. Y, Debov.

langue enseignée avec un volume horaire réduit. Néanmoins, le français demeure la langue d'élites, il concurrence l'arabe classique dans de nombreux domaines, notamment celui de l'économie.

La situation sociolinguistique de l'Algérie est assez complexe en raison de l'existence de plusieurs variétés. Cette richesse linguistique donnera naissance à plusieurs phénomènes sociolinguistiques tels que l'alternance codique. Cette diversité peut être une partie positive, qui met l'accent sur la capacité des locuteurs algériens à se mouvoir dans leur espace linguistique.

Autrement dit, L'Algérie est l'un des pays les plus riches dans le bassin méditerranéen en nombre de langues et de variétés parlées. Elle a un grand héritage de différentes civilisations, qui influaient sur la composition sociale, linguistique et culturelle, surtout la langue française qui a laissé une trace ineffaçable dans la société, aussi bien au niveau de l'oral que de l'écrit notamment au nord de l'Algérie. On constate également que l'Algérie est le deuxième pays Francophone dans le monde. Il tient donc en réalité, une grande place dans le paysage linguistique algérien.

D'après les études qui étaient faites sur attitudes et représentations on peut dire que ; Dans l'Algérie de l'an 2000, la question des langues se pose d'une façon très différente de ce qu'elle fut en 1962, et même les années suivantes. L'évolution de l'opinion publique, traduite par des intellectuels algériens, les rapports des langues sur terrain, la nécessité d'aborder des problèmes dans une approche réaliste, sont autant de facteurs qui ouvrent en faveur de nouvelles perspectives.

Aujourd'hui la population continue d'utiliser le français, la langue de l'ex-puissance coloniale au grand dam des partisans de l'arabisation. Dans l'état actuel des choses, la politique d'arabisation implique nécessairement le refus de la réalité et du plurilinguisme algérien. Au lieu d'avoir libéré le peuple algérien et d'avoir valorisé les langues algériennes, l'arabisation a fini par signifier une nouvelle colonisation, une exclusion des langues pratiquées réellement dans la vie quotidienne de tout algérien à savoir : le français, l'arabe dialectal et les différentes variétés du berbère.

La coexistence français-arabe doit donc être encouragée d'abord à l'école mais aussi dans l'environnement socio-économique, non seulement pour bénéficier des apports des deux langues mais aussi pour créer dans les deux idiomes. Pour cela, les politiques linguistiques et éducatives doivent être menées de manière concertée et procéder par l'accumulation des richesses des codes et non par l'ostracisme de l'une ou de l'autre. Le multilinguisme en

Algérie n'est pas une malédiction dans un monde multiculturel, au contraire, la cohabitation entre le français et l'arabe est plus que souhaitable.

1. Le commerce en Algérie

Le commerce intérieur est surtout actif dans les grandes villes. Alger, Oran, Bône viennent en tête parce que ces cités sont les plus peuplées, mais surtout parce que le trafic maritime y est important.

Dans l'intérieur Constantine, Tlemcen sont des places actives. De nouveaux centres comme Colomb-Béchar, et d'autres agglomérations du Sud ont vu leur commerce se développer en fonction de l'extension des exploitations existantes.

Les marchés hebdomadaires des petites villes et villages de l'intérieur sont plus pittoresques qu'importants.

Cependant dans certaines régions d'élevage ou certains centres agricoles, les transactions prennent parfois une ampleur non négligeable (Souk-Ahras, Guelma, Kroubs, Maison-Carrée, Boufarik, Tiaret).

La vie commerciale est suivie par 8 Chambres de commerce (Bougie Alger, Oran, Bône, Constantine, Mostaganem, Mascara, Philippeville) qui sont habilitées à donner leur avis aux pouvoirs publics sur toutes les questions économiques, règlements relatifs aux usages commerciaux et aux créations commerciales nouvelles. Elles ont la gestion des concessions d'outillages portuaires publics. Leur action est coordonnée depuis 1935 par la " Région Economique d'Algérie" dont la compétence s'étend à l'ensemble des problèmes concernant la production, la circulation, et la consommation de toutes les denrées et matières commerçables.

2- Commerce à la ville de Bejaïa

« La ville de Bejaia possède d'un port de commerce international, la principale activité du port est l'exportation d'hydrocarbure.

La ville de Bejaia sert de marché local, notamment au produit local de l'artisanat, mais aussi des produits agricoles qui parfois sont exportés.

Au niveau de l'artisanat la ville tire surtout profit de la production locale de vannerie et de poterie »²⁹.

²⁹ Wikipidia : histoire de Bejaia et de sa région. Mimuni, 1991, 2eme édition « Mouloud Gaid »

Aujourd'hui le commerce a subi des changements et des développements a travers le temps, l'existence de plusieurs usines, marchés ; magasins ...etc. de ce fait la ville de Bejaia a pris un autre territoire concernant l'activité du commerce.

En effet le commerce le plus en vue à la ville de Bejaia, se devise en deux catégories principales, l'habillement et l'aliment.

L'habillement : pour cette partie, en remarque un nombre assez important des magasins d'habillement surtout pour (femmes / enfants). Sans oublier l'existence de magasins de produits maroquinerie, (beauté) et autres magasins de meubles, d'accessoires ...etc.

L'aliment : cette deuxième partie du commerce joue un rôle très important dans notre société, la majorité des commerçants préfèrent ce travail C'est à partir du nombre de faste Food, des pizzerias, des restaurants.....etc, qu'on est arrivé à remarquer l'importance que les gens de la ville Bejaia donnent à cette dernière.

CHAPITRE II

PRESENTATION DE L'ENQUETE

1. Confédération méthodologique

1. 1 L'enquête

Toute recherche, toute analyse de situation se fait à l'aide d'une ou de plusieurs méthodes. Il s'agit pour nous d'une méthode bien précise qui est « l'enquête ». Il est difficile de définir l'enquête en générale car celle-ci ne se limite pas à un seul type et sa rétique exige le recours à différentes technique (entretien, questionnaire, analyse de contenu, analyse statistique...) c'est une interrogation sur une situation sociale dans le but de généralisation.

R.GHIGLIONE considère que l'enquête consiste à « interroger un certain nombre d'individus en vue d'une généralisation »¹.

Il insiste sur trois donnés qui sont « interroger », « individu » et « généralisation », qui renvoient respectivement à l'outil utilisé, au concept de l'échantillon et à l'idée de représentativité de l'échantillon retenu.

F DE SEGLY défini l'enquête « comme un instrument de connaissance du social ...) elle contribue à la connaissance de l'objet de le recherche, à la mise en œuvre de sa description rigoureuse et objective, à l'élaboration des schémas explicatifs »². Elle consister un ensemble de discours.

Nous voyons donc qu'une enquête nécessite une conception totale et définitive avant sa réalisation pratique. Etant un moyen de recherche. L'enquête prend un aspect technique propre aux sciences humaines. Elle consiste à faire une quête d'informations écrites les questionnaires, les traces documentaires...) ou orale les entretiens, les interviews...).

1.2 L'enquête en science du langage

Etant une branche de science du langage, la sociolinguistique, science de terrain, à pour objet de décrire le rapport entre la société et l'évolution de la langue et ses fonctions. L'enquête en sociolinguistique est la recherche de la distribution, de la répartition des variables, c'est-à-dire, les facteurs qui influencent les enquêtés : l'âge, le sexe, le niveau socioprofessionnel, socioculturel...

¹ R GHIGLIONE et B.MATALON. Les enquêtes sociologiques, théorie et pratique. Armand Colin, col « U », paris, 1978, p 06

² F DE SIGLY. L'enquête et ses méthodes : le questionnaire, Edition Nathan. Coll. 128, paris, 1992, p 28.

2- Présentation du notre corpus (description d'enquête)

Notre corpus d'analyse est un questionnaire que nous avons proposé à nos enquêtés, comme nous l'avons souligné dans la démarche de notre travail, notre questionnaire contient des questions ouvertes et fermées pour laisser une marge de liberté aux locuteurs dans leur réponses, et pour avoir une vision bien claire des pratiques langagières chez les commerçants et les langues utilisées par les clients.

Le questionnaire comporte des questions qui se rapportant au rapport des dispositions sociolinguistiques des commerçants et les langues utilisées par les clients, l'usage des trois langues en présence selon des situations de communications, des questions sur le choix entre ses langues selon les préférences locuteurs avec explication de leurs classements.

Des questions dont l'objectif est de distinguer entre la façon de parler des commerçants et les langues utilisées par les clients, des questions se rapportant au rapport des usages des langues au sein de la ville de Bejaia.

Donc, par les questions que nous avons choisies, nous estimons avoir cerné d'une manière générale tous les points essentiels et relatifs aux attitudes sociolinguistiques des commerçants et les langues utilisées par les clients.

Ce questionnaire comporte (14) questions. Nous allons les distribuer à des locuteurs dans des différents espaces de la ville de Bejaïa : commerçants de différents âge (18 ans à 60) ans, auxquels nous expliquerons le but de notre enquête.

Nous avons distribué ce questionnaire à plus de 40 commerçants dans des différents espaces de la ville de Bejaïa, précisément : « *lekhmis, Aamriw, ihadaden, edimco* ».

3- Lieux de l'enquête

On a choisi de faire notre enquête sur plusieurs espaces de la ville de Bejaïa : « *lekhmis, Edimko, Ihadaden, Aamriw* » pour leurs pratiques langagières et leurs caractéristiques linguistiques, car on a remarqué que dans ces endroits on peut trouver de nombreux magasins de différentes catégories (aliments, habillements, restaurations...).

4- Le choix du questionnaire

Pour assurer le bon déroulement de la recherche on doit choisir un moyen d'investigation et une donnée principale. Entre les nombreuses techniques de recueil des données utilisées en science sociale, nous avons choisi le questionnaire pour plusieurs raisons.

D'abord, le questionnaire assure une certaine neutralité et objectivité considérable des résultats obtenus dans le sens où existe un entretien, l'influence de l'enquêteur sur les réponses de ces informateurs.

Puis, l'emploi du questionnaire nous semble essentiel dans l'acquisition des résultats et nous permet de collecter des données auprès d'un nombre important d'informateurs, un échantillon qui se doit d'être significatif et représentatif de la population dont on doit rendre compte.

Enfin, le fait que notre recherche se note en sociolinguistique et il s'agit de nous pencher sur les dispositions sociolinguistiques des commerçants par rapport aux langues utilisées par les clients à la ville de Bejaïa.

5- Protocol d'enquête

Description de notre travail de recherche :

Nous avons observé et remarqué la différence qui existe entre les pratiques langagières des commerçants de Bejaïa, plus précisément les dispositions de ces derniers par rapport aux langues utilisées par les clients. Pour ce qui concerne l'espace géographique on a choisi : *Lekhmis, Aamriw, Ihadaden, Edimco* ces espaces présente les lieux de notre enquête.

Puis, nous avons choisi les heures de démarcation des gens, les heures de pointe, généralement ces à partir de 14:00 heure.

Ensuite, on a commencé à distribuer les (10) questionnaires à *Lekhmis* et *Aamriw*, dans laquelle on a un grand aiguille, et on a interrogé des commerçants cultivés et qui maîtrisent bien le français, et qui ne prennent pas beaucoup de temps pour répondre car ils leur semble que les questions sont vraiment simple et claire. Puis on a distribué les (10) autres questionnaires à *Ihadaden* et *Edimco* où nous avons trouvé aussi beaucoup de difficultés, surtout au niveau des magasins d'habillement « femme », les centres de beautés « parfumerie, produits cosmétiques », et les restaurations « faste Food, pizzeria »...car c'est des commerçants qui ne dépassent pas les trentaines.

Dans notre enquête on a suivi deux méthodes d'enquêtes, le questionnaire et l'entretien. D'abord, on a interrogé plus de quinze (15) commerçants étrangers à propos de leurs choix « Bejaïa », la langue utilisée par les clients et la langue la plus parlée souvent.

6- L'entretien

L'entretien est un échange verbal provoqué/demandé par l'enquêteur en vue d'obtenir des informations à propos d'un sujet auprès d'un enquêté. Il fournit de la matière brute : la parole, le discours oral.

Il existe trois types d'entretiens : directif, semi-directif et non directif.

6.1 Entretien directif

Consiste à adresser aux interviewés les mêmes questions (ouvertes ou fermées).

Formulées selon une même forme linguistique et un même ordre. On a tout est l'objectivité des réponses grâce à la standardisation du processus de récolte de la parole. Son inconvénient est l'orientation dès le départ de l'enquête vers une des réponses attendues par l'enquêteur.

6.2 Entretien non directif

Propose de réduire les interventions de l'enquêteur à leur plus simple expression, laissant à l'enquêté la liberté de traduire ses émotions, de faire part de ses observations et expériences, de d'écrire et d'analyser à sa guise. Ce type d'entretien a donc ses faiblesses car il laisse l'interviewé livré à son sort et risque de l'éloigner du sujet de la recherche.

6.3 Entretien semi-directif

Il est également nommé interactif ou centré, ici l'enquêté peut répondre librement sur le thème proposé par l'enquêteur qui n'intervient que pour relancer ou recentrer l'entretien.

Le contenu des questions de base et leurs objectifs y seront formulés de façon identique, mais elles sont d'une autre, car invitant l'interviewé à une expression libre, une interaction. L'enquêteur réagit aux propos de l'interviewé, construit la forme de ses questions, décide quelquefois de leur ordre comme dans toutes conversations.

Dans notre enquête on a choisi comme premier lieu l'entretien directif, les résultats que nous avons obtenus sont comme suite :

7- Les commerçants de Bejaïa

La ville de Bejaïa représente plusieurs catégories de commerces (l'aliment, l'habillement, restaurations...etc.)

Dans notre enquête on a choisi comme premier lieu d'interroger les commerçants de restaurations, à propos des quatre langues qui coexistent à Bejaïa, arabe classique, arabe dialectal, français et kabyle.

Nous avons choisi les locuteurs suivants ; les commerçants de fast-food et pizzeria (tunisiens, libanais, syriens...) et l'habillement (Türk et Syrie) leurs langue maternelle c'est l'arabe (avec ses variétés).

Nous considérons que c'est à partir de ces commerçants que nous pourrions avoir une idée sur le mélange des langues (arabe avec ses deux variétés, et le français), sans cité le kabyle qui est la langue maternelle des habitants de Bejaïa et qui n'est pas parler par ces derniers (les tunisiens, les libanais, les Turks et les syriens), ou ils trouvent des difficultés avec certains clients Bougiots.

D'abord, la première question qui se pose à propos de ces commerçants étrangers : pour quoi êtes- vous venu en Algérie, et pour quelle raison vous vous êtes installez à Bejaïa ? La deuxième question ; que pensez-vous des langues utilisées par vos clients et quelles sont les difficultés que vous trouveriez avec eux ? La troisième question ; quelle langue parlez-vous en communiquant avec vos clients ?

Pour avoir d'excellent résultats, nous avons questionné plus de dizaines (10) commerçants étrangers, la majorité des enquêtés ne veulent pas répondre à nos questions, ils justifient leurs déclaration par la peur, mais on a essayé de rassembler le maximum de réponse comme suite :

Les tunisien : le nombre des commerçants que nous avons trouvé à Bejaïa et plus de sept (7) commerçants, mais on a interrogé juste quatre (4) à cause de leurs travail sans arrêt ;

1^{er} commerçant

Réponse 1 : nous les tunisiens on considère la Tunisie et l'Algérie comme un seul pays car on a les même tardions, les même cultures et le même commerce...de plus l'espace géographique les réunies.

Je travaille comme un commerçant depuis des années à (Bejaïa) et je n'ai jamais regretté d'avoir venu à cette belle ville touristique parce que mon commerce marche très bien.

Réponse 2 : la langue la plus utilisée par nos clients c'est le kabyle, le français et l'arabe vient en seconde lieu. Sincèrement oui, j'ai des difficultés dans la communication avec les clients car je ne maitrise pas le kabyle dans une ville « kabyle » c'est pour ça j'ai des problèmes avec certains clients.

Réponse 3 : je parle ma langue maternelle l'arabe tunisienne, malgré que je maitrise bien l'anglais mais cette dernière n'est pas présente en Algérie comme le français.

2^{eme} commerçant

Réponse 1 : je suis un algérien de double nationalité tunisienne et algérienne, j'ai deux fast-food en Tunisie et cette pizzeria la plupart du temps je le passe ici à Bejaïa car les gens sont ouvert au monde et compréhensives contrairement aux gens de ma communauté en Tunisie.

Le commerce marche très bien surtout en été avec les touristes les immigrons...j'ai choisi Bejaïa parce qu'elle a le même climat que celui où j'habite.

Réponse 2 : le kabyle et le français c'est les langues que j'entends souvent de la part de mes clients, l'arabe quelques-uns, mais pas l'arabe dialectal c'est ce que les bougiotes appelle (bdjawiya). Non, je n'ai pas de problème avec mes clients car je maîtrise les trois langues qui coexiste à Bejaïa.

Réponse 3 : j'essaye avec chaque clients de changer ma façon de parler et même ma langue pour maitre le client à l'aise.

3^{eme} commerçant

Réponse 1 : je suis d'origine tunisien, je travaille dans le domaine de commerce depuis 1998 import/ export de viande. J'ai deux magasins, un battoire je travaille avec plusieurs pays « la Tunisie qui est mon pays, la France, le Maghreb), je me suis installé à Bejaïa parce que toutes ma famille est ici est tous mes projet sont ici.

Réponse 2 : les clients aiment bien parler en français, mais 90% parle le kabyle c'est la langue la plus facile à parler et à communiquer. Je n'ai pas de problème ni de difficulté en communiquent avec nos clients.

Réponse 3 : je parle tous les langues, si le client me parle en français je lui réponds en français, en arabe c'est la même chose et ainsi de suite.

4^{eme} commerçant

Réponse 1 : je suis un tunisien, je suis rentré en Algérie le mois passé afin de m'installer à Bejaïa pour des cause un peu privé, j'ai des amis intime qui mon aidé pendant l'ouverture de ce modeste fast-food, C'est grâce à eux que j'ai eu le courage de continuer depuis le début. S'installer à Bejaïa n'est pas un choix pour moi c'est une longue histoire que je ne peux pas vous dire.....

Réponse 2 : Ça ne fait pas longue temps que je suis à Bejaïa, mais j'ai remarqué que la langue la plus utilisée est le kabyle puis le français. Pour le moment je n'ai pas de problème

parce que mes amis m'aident à communiquer avec les clients mais plus tard je dois apprendre le kabyle. .

Réponse 3 : sincèrement, je parle le français avec ceux qui parle en français, et en arabe avec ceux qui parle l'arabe, le kabyle je n'ai rien à dire car je ne comprends rien du tout.

Les Türk : on à trouver qu'un seul commerçant :

Réponse 1 : je suis d'origine Türk mais j'ai vécu presque toute ma vie en Algérie, je travaille comme un commerçant d'habillements femme et enfants je fais import/export, je travaille avec mon frère qui est en Turkey on fait des échange entre nous et on à aussi des magasins en Tunisie et en Egypte. Je suis à Bejaïa pour un moment car je me déplace entre les wilayas d'un moment à un autre.

Réponse 2 : les clients parle souvent en kabyle et en français. Non je n'ai jamais de problème ou difficulté avec mes clients.

Réponse 3 : personnellement je maitrise plus de Cinq(5) langues « arabe, français, anglais, kabyle, Türk, et quelque mots allemand.

Pour les commerçants *libanais* on à interroger cinq, et nous avons posé les questions citées avant :

1^{er} commerçant

Réponse 1 : Je suis de Liban je me suis installer à Bejaia ça fait presque 2ans, j'ai laissé mon pays pour s'installer dans cette ville. Mais presque chaque un mois deux mois je rentre à mon pays. Personnellement j'ai choisi cette ville vue que cette dernière possède d'un port export et raison pour que les habitants de la ville sont généreux et respectueux.

Réponse 2 : Les langues parlées à la ville de Bejaia sont : (l'arabe le kabyle et le français) Les habitants s'expriment généralement en kabyle, aussi ya ceux qui utilisent l'arabe dialectal (tabjawith) sans oublier le français, la plupart de nos clients ce parle entre eux en utilisent la langue française.

Réponse 3 : Pour ma part je parle ma langue maternelle qui est l'arabe, parfois on rencontre des difficultés avec la langue kabyle mais cela nous a pas vraiment déranger vu que nos serveurs sont de cette ville alors ils s'expriment entre eux très bien.

2^{eme} commerçant

Réponse 1 : Je suis de Liban, je suis à Bejaia ça fait presque 8ans, j'ai choisi l'Algérie que raison cette dernière et le Liban représente presque les mêmes cultures. Aussi la ville de Bejaia possède d'un port important.

Réponse 2 : Les habitants de cette ville utilisent trois modèles de langues (kabyle, arabe, français) d'après notre expérience on a remarqué que ces derniers se communiquent en langue Berbère qui est le kabyle, d'un autre côté il y'a une certaine catégorie qui s'expriment en arabe dialectal (darja) et presque c'est les anciens de la ville qui l'utilisent surtout les femmes. Aussi la ville de Bejaia est connue pour son utilisation de la langue française.

Réponse 3 : Pour ma part je communique en langue maternelle (arabe) alors cette dernière ne pose aucun problème. Avec les clients on utilise ce modèle de langues à l'exception du kabyle qui est un peu dur pour nous. Mais comme on travaille avec des bougeottes cela ne pose pas aussi un problème. Le français de son côté ne pose aussi aucun problème, vu que j'ai fait mes études en langue française.

3^{eme} commerçant

Réponse 1 : Je suis de Liban mais d'origine algérien mon père est un algérien. Je vis à Bejaia ça fait presque 5ans je me suis déplacé après la crise de Liban ; l'Algérie est mon deuxième pays et surtout j'aime Bejaia vu que cette dernière représente un espace géographique important.

Réponse 2 : Les bougeottes utilisent certaines variétés de langues qui sont : le kabyle, l'arabe, et le français. La plupart des habitants parle la langue kabyle vu que c'est leur langue maternelle, à part certains Quartiers de l'ancienne ville de Bejaia qui parle l'arabe dialectal, pour le français c'est presque tout le monde qui l'utilise. Nos clients alors partagent ce phénomène de variété. Je ne trouve pas vraiment des difficultés liées à la langue. Aussi nous travaillons avec des bougeottes cela nous permet vraiment de nous comprendre.

Réponse 3 : Pour moi, je parle l'arabe vu que je suis née en Liban l'arabe est ma langue maternelle, mais cela n'empêche pas que je communique avec mes clients avec d'autres langues.

4^{eme} commerçant

Réponse 1 : je suis un libanais, commerçant spécialiste en gâteaux (libanais), mon commerce marche bien ici à Bejaia, j'ai un magasin a oued-Ghir, et un autre à souk-el tenine, je veux profiter de location (la foire) pour que les gens me connaisse plus.

Réponse 2 : généralement les gens me parle en arabe donc j'ai jamais de problèmes avec eux. En plus je maitrise la langue kabyle car j'ai passé presque plus de sept ans à Bejaia.

Réponse 3 : je parle l'arabe souvent et le kabyle rarement.

5^{eme} commerçant

Réponse 1 : je suis là pour un certain moment quelques mois, je travaille en import-export des meuble (les fou teilles, salons, les tapis ...etc.). Comme je suis toujours là, je profité de location pour publier mes travaux.

Réponse 2 : les clients parle généralement l'arabe, mais ce que j'ai remarqué s'est que tous les algériens sont bilingues, donc je ne pense pas que le commerçant étranger trouve des difficultés avec ces derniers.

Réponse 3 : je maitrise presque toutes les langues parlées en Algérie appart le kabyle, je la trouve très difficile à l'apprendre et à comprendre.

On ce qui concerne les commerçants *syriens*, on n'a pas trouvé vraiment beaucoup de sources vu que ces derniers voulaient pas nous donner plus d'informations, mais on n'a pu quand même interroger quelque uns (6) précisément :

1^{er} commerçant

Réponse 1 : Je suis syriens d'origine de haleb, je suis venu en Algérie ça fait 2ans et demi, j'ai tout laissé derrière moi raison que mon pays est en guerre et que notre commerce ne marche plus comme avant. J'ai choisi l'Algérie personnellement parce que ce pays nous à vraiment aidé et parce que l'Algérie représente pour moi un nouveau départ. Et parmi toutes ses wilayas j'ai choisi Bejaia parce qu'elle est ouverte sur le marché commercial et que le côté habille marche vraiment et c'est ma spécialité déjà j'ai un magasin d'habillement enfants.

Réponse 2 : La langue algérienne est vraiment dure pour moi et surtout ici à Bejaia la plupart des habitants parlent la langue que vous dites le kabyle aussi l'arabe qui est parlée par certains habitants, sans oublier le français qui est parlé par toutes les catégories (femme, homme) (petit, grand, vieux). Pour mes clients j'essaye de les comprendre et apprendre même quelques mots de leur langue afin de crier un contact positif. A vrai dire j'ai embouché deux

employés bougeottes pour communiquer avec les clients ; de cette façon les deux faces seront satisfaite.

Réponse 3 : Pour moi, je parle l'arabe de la Syrie bien sûr, je ne peux pas parler autre langue appart cella mais depuis mon arriver à cette ville j'ai commencé à apprendre de nouveau mots (azul, amekh, andak...)

2^{eme} commerçant

Réponse 1 : Je suis de Syrie, d'origine de Damas, je suis venu en Algérie ça fait presque 3ans. J'ai choisi ce pays parce qu'il représente pour moi la source de la vie, et que l'Algérie est un pays arabe et connue dans le monde. J'ai choisis cette ville raison que j'ai trouvé ce que je cherche, le côté habille est très développer dans cette ville, elle est aussi une ville qui.

Possède de grands opportunités sans oublier le port qui aide dans le commerce J'ai tout laissé et j'ai tout vendu juste pour essayer de me développer et d'aider ma famille qui est encore en Syrie.

Réponse 2 : Je pense que la ville de Bejaia est une ville plurilingue, ce qui explique la coexistence de plusieurs langues (kabyle, arabe, français) mes clients utilisent le kabyle souvent, mais aussi l'arabe surtout pour les femmes elles communiquent même parfois avec la langue syriennes y'a ceux aussi qui parle le français mais avec les employés qui travaille dans mon magasins.

Réponse 3 : Moi, personnellement je parle ma langue syrienne avec tous mes clients et même avec mes collègues de travail, j'ai appris quelque mots aussi de la langue kabyle, arabe et même du français (dachou, an3am, arwah, salut, comment ça va ...etc.) même si la Syrie ne utilise pas la langue française. Mais autant qu'on est ici on est obligé d'apprendre quelque mot, afin de garder notre contact avec nos clients.

3^{eme} commerçant

Réponse 1 : Je suis syrien, de hamah j'ai deux magasins, un pour habillement enfants et l'autre habillement femmes. Je suis venu en Algérie ça fait presque 3 ans, mon pays est en guerre notre commerce est complètement détruit. J'ai Préféré de venir en Algérie parce que le mode de vie de cette dernière est presque le Même (pays arabe, musulman) Et bien sur la ville de Bejaia représente pour moi l'opportunité qui peux m'aider à commencer à nouveau.

Réponse 2 : Les bougeottes utilisent un mélange de langue qui est très riche, le kabyle qui est la langue de cette ville l'arabe aussi et enfin le français. Depuis mon arrivé j'ai appris à

connaître ses langues et même à les comprendre surtout en communiquant avec mes clients. de ce côté je n'ai aucun problème et j'ai même mes collègues qui m'aident à mieux comprendre.

Réponse 3 : Alors, pour moi l'arabe est ma langue maternelle donc je communique avec cette dernière elle représente ma nationalité, mon origine, mais cela ne va pas m'empêcher d'apprendre de nouvelles langues bien sûr

4^{ème} commerçant

Réponse 1 : Je suis un syrien, j'ai quitté mon pays forcément comme tous les syriens, on a perdu nos travaux, nos maisons, j'étais obligé de chercher un moyen de vivre et le seul pays qui nous a accueillis c'est votre pays.

J'étais à Tizi-Ouzou depuis 2 ans mon commerce ne marche pas bien c'est pour cela que j'ai décidé de me déplacer avec ma famille à Bejaia, j'ai quelques problèmes financiers donc je suis obligé de travailler jour et nuit pour gagner ma vie.

Réponse 2 : J'ai remarqué que la plupart des clients parle le français plus que l'arabe malgré que cette dernière soit la langue nationale du pays, et bien sûr le kabyle vu que cette dernière est une ville berbère (comme Tizi-Ouzou, Bouira). Sincèrement oui, je trouve quelque difficulté avec les clients qui ne me comprennent pas et qui parlent juste le kabyle.

Réponse 3 : Je communique avec mes clients en arabe et quelques mots en français. Pour le kabyle j'ai appris quelques mots à Tizi-Ouzou mais c'est insuffisant pour un commerçant qui travaille avec des clients kabyles.

5^{ème} Commerçant

Réponse 1 : je suis de « cham » je me suis déplacé en algérien à cause des problèmes financiers, je suis un commerçant d'habillement femme pour fête, actuellement j'habite à Sétif j'ai deux (2) magasins, à l'occasion de « la foire » on est là pour exposer notre couture et culture et même traditions syriennes.

Réponse 2 : à Bejaia on a remarqué que la plupart des clients s'exprime en langues kabyle, mais ils parlent aussi l'arabe et le français. Nous les étrangers on trouve quelques difficultés en langue kabyle mais ça passe.

Réponse 3 : on parle l'arabe comme première langue mais il y a des moments où on fait appel à quelques mots en français.

6^{eme} commerçants

Réponse 1 : je suis de la Série je travaille ici en Algérie depuis des années, précisément à Annaba. On profite de venir à Bejaia pour améliorer notre commerce au niveau de toutes les wilayas d'Algérie.

Réponse 2 : à propos des langues les plus utilisées je pense c'est l'arabe et le kabyle, le français est utilisé beaucoup plus par les femmes. Non, généralement on n'a pas de problèmes avec les clients on essaye toujours de les comprendre.

Réponse 3 : personnellement, je parle ma langue maternelle « l'arabe » mais quelques fois j'utilise des mots en français.

En résumé, La majorité des commerçants auxquels nous avons posé ces questions ont répondu par le même modèle.

Les raisons pour laquelle ils se sont embarqués en Algérie c'est à cause de la guerre ; crise économique de leurs pays l'Algérie était le seul espoir ou ils pouvaient vraiment commencer une nouvelle vie.

L'Algérie est connue par le fait qu'elle est plurilingue ce qui explique que le peuple algérien utilise plusieurs variétés de langues (le kabyle l'arabe et le français), les algériens s'expriment beaucoup plus en langue française vu que cette dernière représente une forme de prestige et de civilisation.

Pour l'arabe (tabjawith), elle est parlée par les anciens habitants de la ville de Bejaia aussi elle est vue comme langue de prestige et qui montre les vrais habitants de la ville.

Le kabyle : parlé par la plupart des habitants de la ville, il est plus utilisé que l'arabe dialectal (tabjawith).

Les commerçants syriens, tunisiens, Turcs, libanais s'expriment avec leur langue maternelle, raison que la langue algérienne est dure à parler. Mais les clients algériens comprennent très bien ces langues, surtout les femmes, qui sont bien sur fans des feuilletons orientales pour cette raison que ces dernières se comprennent entre eux.

Les langues utilisées par les clients algériens : Ces commerçants étrangers ont remarqué que la plupart de ces derniers (clients) parle la langue française ensuite le kabyle et l'arabe dialectal.

Ainsi que pour la langue utilisée avec les clients, elle se change d'un client à un autre soit (homme femme) parfois il y a même des clients qui utilisent ce mélange des trois langues (kabyle arabe français) alors on se comporte par rapport à la façon dont les clients s'expriment.

CHAPITRE III

ANALYSE DE L'ENQUETE

1- Le questionnaire

Le questionnaire est un intermédiaire entre l'enquêteur et l'enquêté. Il est le moyen essentiel par lequel les buts de l'enquête doivent être atteints. D'une part il sert à motiver, aider, inciter l'enquêté à parler, d'une autre part il permet d'obtenir des informations sur l'enquêteur. Il représente un outil adéquat pour interroger la totalité de la population à étudier. Selon **R. GHIGLIONE** et **B.MATALON** « *Un questionnaire est un instrument rigoureusement standardisé, à la fois dans le texte des questions et dans leur ordre. Toujours pour assurer la comparabilité des réponses de tous les sujets, il est absolument indispensable que chaque question soit posée à chaque sujet de la même façon, sans adaptation ni explication complémentaires laissées à l'initiative de l'enquêteur* »³⁰

Le questionnaire peut être structuré ou non structuré:

1-1 Le questionnaire structuré

Il est composé de questions fermées, semi fermées ou ouvertes. L'enquêté n'a qu'à répondre par «oui» ou «non», ou de choisir une réponse parmi une liste proposée par l'enquêteur.

1-2 Le questionnaire non structuré

Il comprend uniquement des questions ouvertes. L'enquêté est libre de répondre comme il veut, selon sa guise.

Nous avons choisi de mener notre questionnaire, exposé au début notre thème de mémoire et expliqué la raison de notre choix méthodologique. A la suite de quoi, nous avons informé nos différents commerçants des informations que nous voulions recueillir.

Les vingt copies du questionnaire que nous avons effectué se sont déroulées dans une période de quinze(15) jours, dans des boutiques différentes de la ville de Bejaia. Nous avons choisi la période de l'après-midi pour mettre les commerçants à l'aise et nous permettre de recueillir le plus d'informations possibles.

Les questions posées aux enquêtés durant cette période tournent autour de quatorze questions principales. A part les questions de fait comme (l'âge, le sexe, lieu de naissance, d'habitation, de travail, et d'instruction) nous avons choisi en premier lieu le type de questions semi-fermées, qui sont des questions à plusieurs choix, c'est un ensemble de réponses suggérées à l'enquêté qui choisit celle(s) qui qualifie (ent) son point de vue. En

³⁰ R. GHIGLIONE et B. MATALON, les enquêtes sociologiques Théorie et Pratique Armand Colin, Col «U», Paris, 1978, P 98

deuxième lieu nous avons choisi le type de questions semi-ouvertes, qui sont aussi des questions qui consiste à des réponses suggérées mais celle-ci nécessite de préciser et justifie le choix.

Les sept questions qui englobent le type fermées et ouvertes sont :

- ✓ La langue maternelle.
- ✓ Quelle est la langue la plus utilisée avec les clients (préciser)
- ✓ La langue française est-elle une langue de communication (préciser)
- ✓ Comment parlent-ils le français
- ✓ Changent-ils la façon de parler avec les clients (préciser)
- ✓ Parlent-ils plusieurs langues avec les clients
- ✓ Les dispositions linguistiques jouent-ils un rôle dans les communications (préciser)
- ✓ Les difficultés que les commerçants rencontrent-ils avec les clients

2- Description de l'échantillon étudié

Selon certains variables sociales :

2-1 Variante n°01 : l'âge

Nous avons choisi des locuteurs d'un âge de 23 ans à 60 ans.

Dans notre enquête nous avons essayé de dégager les représentations linguistiques des commerçants de la ville de Bejaia à propos des quatre langues arabe dialectale, arabe classique, français, kabyle.

Nous considérons que c'est à partir de cet âge des locuteurs qu'on peut avoir une idée sur les langues parlée dans leurs entourages.

L'âge de 23ans à 60 ans concerne toutes les catégories d'âge que nous devons questionner car c'est sur eux que notre enquête est basée

2-2 Variante n° 2 : le sexe

Pour avoir d'excellent résultat, nous avons varié entre les locuteurs de sexe féminin et ceux de sexe masculin.

En dépit de la difficulté de trouver des locuteurs de sexe féminin dans ce domaine commerciale pour des raisons religieuses et traditionnelles et culturelles.

Tableau n° 01 : Le sexe des locuteurs masculin et féminin dans la ville de Bejaia en domaine commerciale

Taux	nombre		Pourcentage	
	féminin	masculin	féminin	masculin
L'habillement	8	12	20%	40%
Aliment	4	16	18%	32%.

Comme le montre ce tableau, nous avons questionnés (12) locuteurs de sexe masculin qui représente 53% des commerçants d'habillement et (16) locuteurs qui représentent le commerce d'aliment avec un pourcentage de 32% pour le sexe féminin nous avons questionnés (8) commerçants d'habillement qui représente 20% de s'est dernier et (4) commerçants d'aliment avec un pourcentage de 18%.

Nous avons questionnés (12) commerçants de sexe masculin qui représente 80% des enquêtés et (8) de sexe féminin qui représente 20% des enquêtés.

Cette grande différence de la prédominance de sexe masculin par rapport au sexe féminin par le fait de rencontrer plus d'homme que de femme dans ce Domaine.

2-3 Variante n° 03 : Lieu de naissance des locuteurs

Tableau n° 02 : lieu de naissance des locuteurs de la ville de Bejaia (les commerçants)

Taux	Nombre	Pourcentage	Lieu de naissance
Les locuteurs			
Le commerce choisi			
L'habillement	12	50%	BEJAIA
	07	12%	ALGER/SETIF
	04	10%	TICHY
	02	05%	TÜRK / LIBAN
La restauration	11	20%	BEJAIA
	06	09%	ELKSEUR
	02	06%	TUNISIE
L'aliment	18	20%	BEJAIA
	02	08%	KHERATA

Comme le montre le tableau, nous avons (50%) des enquêtés questionnés sont nées à Bejaia. Et le reste sont nées dans des différents endroits (12%) des enquêtées sont nées à Alger/Sétif, (10%) sont nées à Tichy, (02%) des enquêtes sont étrangères.

Nous remarquons à travers ce tableau que (40%) des locuteurs questionnés sont nées dans des différents endroits.

De plus, (60%) des enquêtés sont nées à Bejaïa, ce pourcentage concerne les commerçants d'aliment et d'habillements.

2-4 Variante n° 04 : lieu d'habitation des locuteurs**Tableau n° 03 : lieu d'habitation des commerçants**

Taux	Nombre des locuteurs	Pourcentage
Lieu		
Bejaia	14	60%
Autre endroits	06	40%

Ce tableau montre les (14%) locuteurs questionnés habitant à Bejaïa qui représente (60%) de nos enquêtés et (6) locuteurs habitant dans des différents endroits qui représente (40%) des enquêtés.

Pour bien avoir mené notre enquête, nous avons posés cette question à tous nos enquêtes à fin de ne pas avoir des résultats fausse.

2-5 Variante n°5 : lieu de travail des locuteurs**Tableaux n° 04 : l'endroit de travail (magazines, restaurants..) des commerçants enquêtés**

taux		Le nombre	pourcentage
Lieux de travail			
Bejaia	LEKHMIS	06	96%
	TOBBAL	03	
	AAMRIW	04	
	IHADADEN	05	
	EDIMCO	02	
Autre endroit		01	03%

Dans ce tableau on remarque que la plupart des enquêtés travaillent à la ville de Bejaia (06) à *Lekhmis*, (05) à *ihadaden*, (04) à *Aamriw*, (03) à *Tobale*, (02) à *Edimco*, ce qui représente (96%) des enquêtés ; (01) commerçant questionné qui travaille à *Derquina*.

Donc la majorité des commerçants habite à Bejaia et travaille en même temps dans la même ville.

2-6 Variante n°06 : le niveau d'instruction des locuteurs

Tableau n°05 : le niveau d'instruction des commerçants de la ville de Bejaia

Taux	L'habillement		L'aliments/restauration	
Le domaine du commerce				
Niveau d'instruction	Nombre	Pourcentage	Nombre	Pourcentage
PRIMAIRE	09	25%	08	20%
C.E.M	08	20%	10	25%
LYCEE	07	15%	04	20%
TERMINAL	10	30%	03	08%
UNIVERSITAIRE	12	40%	01	01%

Dans ce tableau ci-dessus, on remarque que les locuteurs possèdent le niveau universitaire surtout l'habillement (40%) terminale (30%) ils sont un peu dominant par rapport aux locuteurs C.E.M (20%) et lycée (15%) habillement et aliment.

De plus, les locuteurs qui possèdent le niveau universitaire et terminal ont donné des réponses et des idées assez convenable et assez claire sur les questions que nous avons proposées dans notre enquête.

La majorité des commerçants possède un niveau d'instruction élevé, ce qui nous permet d'avoir des réponses satisfaisantes et justifiante.

3- Les pratiques langagières des commerçants de la ville de Bejaia

3.1 Variante n° 07 : la langue maternelle des locuteurs

Tableau n°06 : la langue maternelle des commerçants

Taux	L'habillement		L'aliments/restauration	
Le commerce				
langues	Nombre	Pourcentage	nombre	pourcentage
kabyle	15	30%	40	80%
arabe	10	20%	02	05%
français	17	35%	00	00%
Kabyle et arabe	19	45%	16	32%
Kabyle /français	18	37%	14	28%
Kabyle et arabe, français	2	2%	01	01%
Arabe et français	07	14%	03	05%

Ce tableau montre le nombre et le pourcentage des locuteurs ayant comme langue maternelle le kabyle, l'arabe, français, kabyle et arabe, kabyle et arabe et le français, kabyle français, arabe et français.

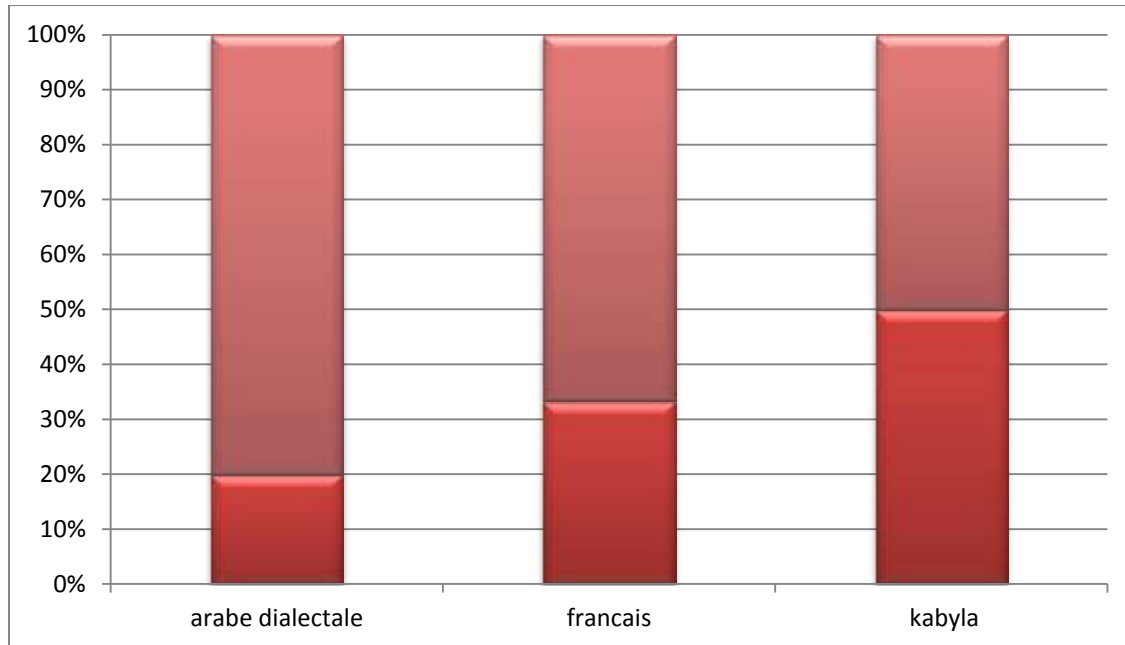
Comme le montre le tableau, la majorité des commerçants d'habillements/d'aliment, la langue kabyle est effectivement la langue maternelle des enquêtés.

Nous avons trouvés des locuteurs ayant deux langues maternelles au même temps à savoir le kabyle et l'arabe (35%) ; kabyle et français (28%) ; arabe et français (10%).

La majorité des enquêtés possède la langue kabyle comme langue maternelle d'un pourcentage élevés de (80%).

3.2 Variante n° 08 : la langue utilisée par nos locuteurs pour s'exprimer le plus souvent avec leurs clients. Nous avons proposé trois langues à savoir : l'arabe dialectal, le français et le kabyle

Figure n° 01 : la langue utilisés par nos enquêtés (les commerçants)



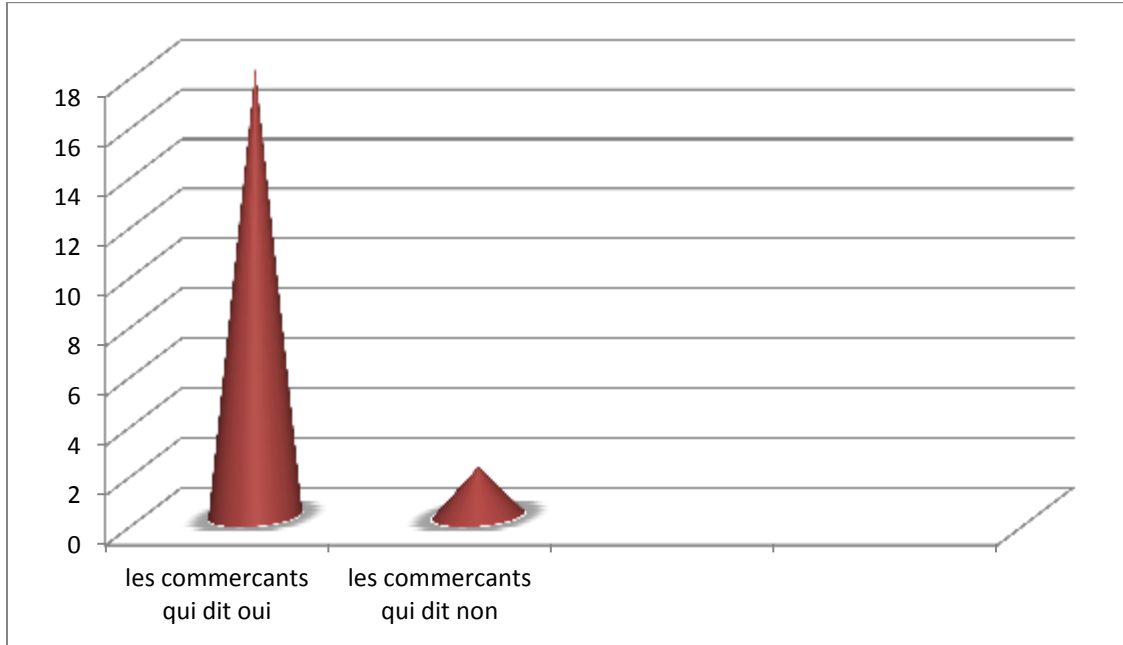
Grace à ce diagramme, on constate que la majorité des commerçants utilisent deux langues pour s'exprimer le plus souvent à savoir le kabyle (50%) on justifiant leurs réponse que la langue kabyle est la langue maternelle, (30%) des enquêtés préférant de s'exprimer en français car c'est la langue moderne, facile, et métrisable.

(20%) des enquêtés utilisent la langue arabe dialectal on justifiant que s'est une langue de l'entourage.

4- L'usage de la langue française chez les commerçants

4.1 Variante n°09 : la langue française est une langue de communication avec les clients

Figure n° 02 : la langue de communication des commerçants enquêtés



Nous remarquons à travers le diagramme que la plupart des commerçants (18) enquêtés ont répondu par un oui, en justifiant que la Langue française est la plus parlée par les clients, les deux(02) qui reste trouvent cette dernière difficile à transmettre, pour ce qui ne maîtrise pas le français.

Tableau n°07 : les justifications des locuteurs, réponses « oui » que la langue française est une langue de communication

Taux	Nombre	Pourcentage
Justifications		
Les locuteurs	14	100%
Une langue préférable, facile est métrisable	08	60%
Une deuxième langue, langue du développement, et de modernité	02	20%
Une langue utilisée par l'entourage clients parents, amis...	04	30%

A travers le tableau n°07, nous avons (60%) de nos enquêtés ont répondu « oui ». et justifié leurs déclarations que la langue française

Est la langue qu'ils préfèrent parce que c'est une langue facile et métrisable, (20%) des enquêtés utilisent cette langue car c'est une langue de développement et de modernité. En plus, (30%) des enquêtés justifié leurs déclarations parce que c'est la langue de l'entourage clients, famille, amis...

Tableau n°08 : les justifications des locuteurs, réponse « non » que la langue française est une langue de communication

Taux	Nombre	Pourcentage
Justifications		
Les locuteurs	06	100%
Langue non métrisé	04	80%
Langue de colonne	02	20%

A travers ce tableau n°08, nous remarquons que la majorité des locuteurs ont justifié leurs déclarations « non », c'est parce qu'ils ne maîtrisent pas la langue française et deux (02) locuteurs justifie leurs réponse que c'est la langue du colonisateur.

Généralement, on constate que les majorités des enquêtés parle facilement la langue française.

4-2 Variante n°10 : comment parle les locuteurs la langue française**Tableau n°09 : comment parle les commerçants de la ville de Bejaïa la langue française**

Taux	Nombre	Pourcentage
Locuteurs		
Très bien	09	50%
Bien	05	25%
Plus ou moins bien	03	17%
moyennement	02	10%
mal	01	02%

Nous avons (09) locuteurs qui parlent très bien la langue française, (05) enquêtés parlent bien la langue française. (03) locuteurs parlent plus au moins bien la langue française. (02) locuteurs qui parlent moyennement cette langue et un seul (01) locuteur qui parle mal la langue française.

Donc, la majorité des locuteurs « maîtrise » bien ou très bien la langue française.

5-Les facteurs extralinguistiques qui influencent sur les pratiques langagières des commerçants

5-1 Variante n° 11 : la façon de parler des commerçants avec leurs clients

Figure n° 03 : la façon de parler des locuteurs avec leurs clients

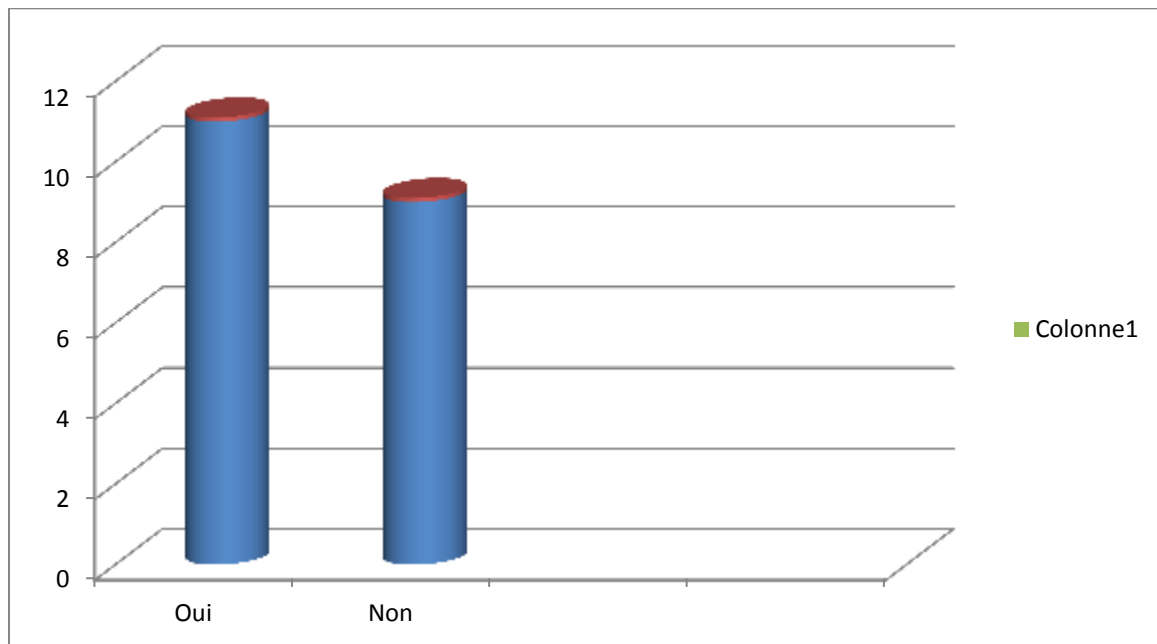


Tableau n°10 : les justifications des locuteurs, réponse « oui » de changer leurs façon de parler avec les clients

Taux	Nombre	Pourcentage
Justification		
Locuteurs	12	100%
Pour mieux communiquer avec les clients	07	50%
La façon de parler des clients change d'une personne à une autre	02	12%
Les gens de Bejaia sont multilingues donc on doit parler avec eux avec leurs façons	03	38%

Nous réalisons, à travers le tableau n°10 que la majorité des commerçants ont répondu « oui » justifié leurs déclarations que c'est pour mieux communiquer avec leurs clients.

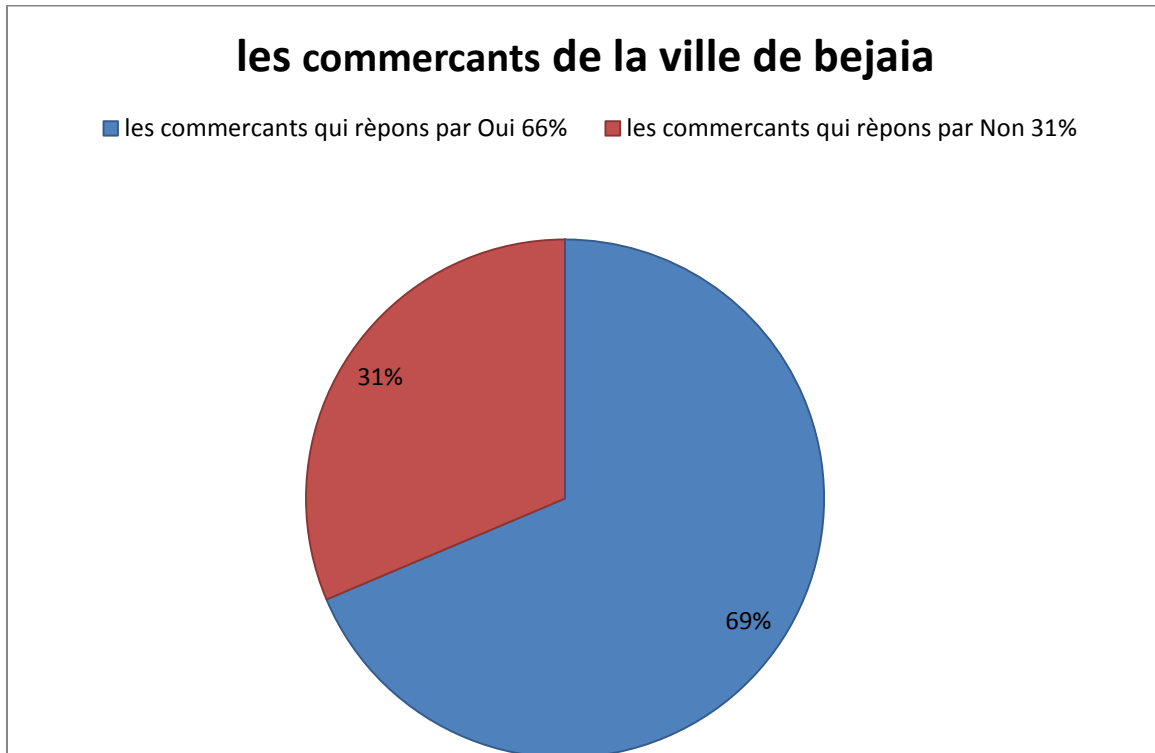
Tableau n°11 : les justifications des locuteurs, réponse « non » de changer leurs façon de parler avec leurs clients

Taux	Nombre	Pourcentage
Justifications		
Locuteurs	10	100%
J'ai l'habitude de parler ma langue	04	45%
on reçoit plusieurs clients mais je ne change pas ma façon de parler	03	30%
Sa me convient pas de changer ma façon de parler	01	10%
C'est difficile de changé la façon de parlé	02	15%

A travers le tableau n°11, nous remarquons que La majorité des enquêtés ont justifié leurs réponses par l'habitude de parler leurs langue maternelle.

5.2 Variante n°12 : les commerçants sont-ils obligés d'utiliser plusieurs langues avec leurs clients

Figure n° 04 : les commerçants sont-ils obliger de parler plusieurs langues



A partir de la figure n°04, on remarque que la majorité des commerçants (69%) ont répondu par « oui » ils sont obligé de changé leurs langue par rapport au changement des clients. (31%) ne parlent pas plusieurs langues appart le kabyle.

Tableau n°12 : les justifications des locuteurs, réponse « non » parler plusieurs langues avec leurs clients

Taux	Nombre	Pourcentage
Justifications		
Locuteurs	06	100%
Je parle le kabyle, je suis fidele à ma langue	04	69%
Je ne maitrise pas d'autre langue	02	31%

(69%) justifié leurs réponse « non » par la fidélité à leurs langue maternelle qui est le kabyle. (31%) des enquêtés justifie leurs réponses qu'ils ne maitrisent pas d'autres langues à part la langue maternelle kabyle.

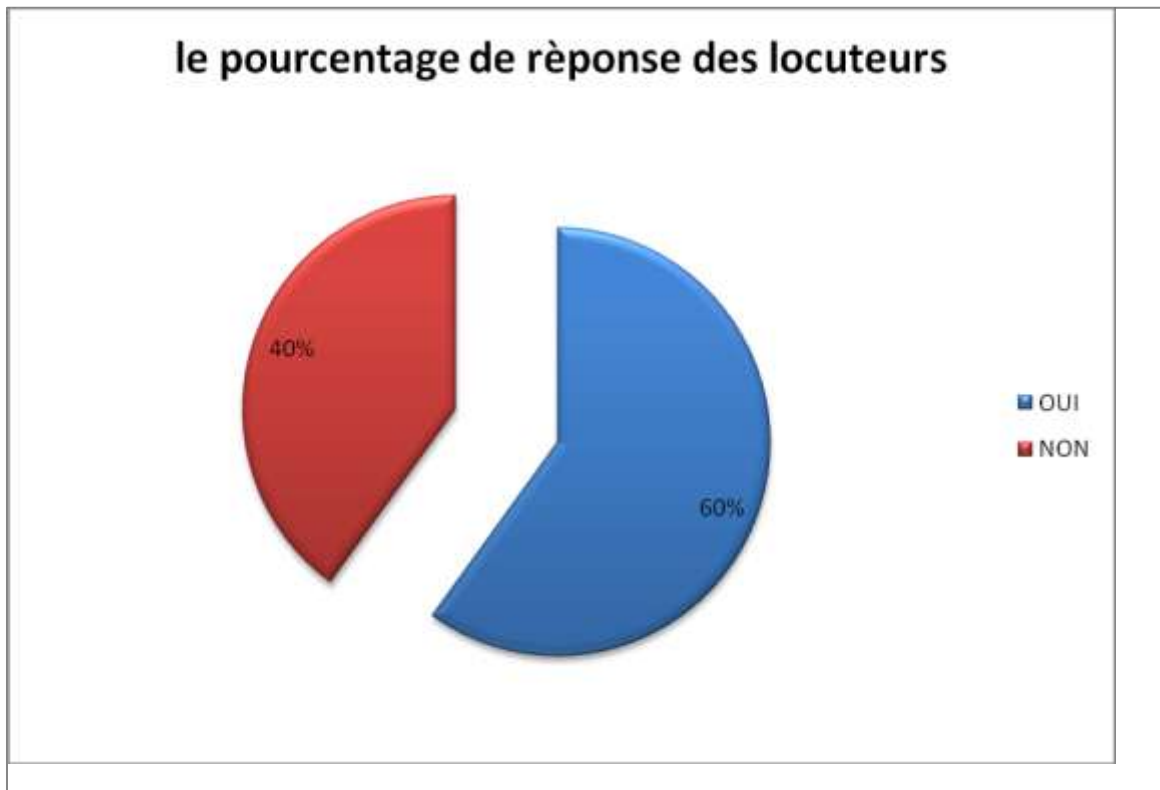
Tableau n°13 : les justifications des locuteurs, réponse « oui » parler plusieurs langues avec leurs clients

Taux		Nombre	Pourcentage
Justifications			
Locuteur		14	100%
Le français	C'est la langue de modernité, facile, j'aime cette langue,	02	15%
Arabe dialectale	La langue de l'entourage boujiote	02	15%
kabyle	C'est la langue maternelle	06	45%
Arabe dialectal et français	J'utilise l'arabe dialectal pour communiquer mais la plupart du temps j'utilise le français	04	25%

Nous remarquons et nous réalisons, à travers le tableau n°13, que la majorité de nos enquêtés (45%) ont répondu le (kabyle) car c'est la langue maternelle, (25%) des enquêtés utilise l'arabe et le français car c'est la langue de communication surtout avec les boujiotes. (15%) des locuteurs utilisent souvent le français qui est la langue moderne, et les (15%) qui reste parle l'arabe dialectal, justifions leurs réponses que c'est la langue de l'entourage.

5.3 Variante n°13 : « l'habillement, le sexe, l'accent » des clients jouent-ils un rôle dans les dispositions linguistiques des commerçants.

Figure n°05 : les facteurs extralinguistiques jouent-ils un rôle dans les pratiques langagières des commerçants avec leurs clients.



On constate à partir du diagramme n°05 que la majorité de nos enquêtés ont répondu par un « oui », (60%) des locuteurs ont répondu « oui » l'habillement, le sexe, l'accent jouent un rôle dans leur façon de parler avec les clients, (40%) trouve que ces derniers ne sont pas importants.

Tableau n° 14 : les justifications des locuteurs, réponses « oui » l'habillement, le sexe, l'accent joue un rôle dans leurs attitudes sociolinguistiques avec les clients.

Taux	Nombre	Pourcentage
Justification		
Les locuteurs	10	100%
L'habillement, joue un rôle dans ma façon de parler car je parle d'une manier avec des gens normale, simple, et d'une autre manière plus présentable avec les hommes d'affaires, les riche....	05	50%
Je parle beaucoup plus le français avec le sexe féminin que le sexe masculin car c'est la langue la plus utilisée par les femmes.	03	30%
Je dois repérer l'accent du client afin de savoir comment je dois lui parler, les gens de la compagne parlent généralement le kabyle mais les boujiotes parlent l'arabe dialectal et le français.	02	20%

On remarque à partir du tableau n°14 que la moitié des enquêtés (50%) on justifie leurs réponses par le style d'habillement qui veut dire la classe sociale des clients, (30%) des locuteurs justifie que les femmes aiment parler le français plus que les hommes, (20%) qui reste c'est par rapport à l'accent des clients (ville, ou compagne).

Tableau n°15 : les justifications des locuteurs, réponse « non » l'habillement, le sexe, l'accent joue un rôle dans les dispositions linguistiques des commerçants avec leurs clients.

Taux	Nombre	Pourcentage
Justification		
Les locuteurs	09	100%
Je ne fais pas la différence entre les gens car ça ne me donne pas du plus pour mon commerce	06	70%
Aucune justification	03	30%

Le tableau n°15 montre que la majorité des enquêtés qui ont répondu par un « non » justifie leur déclaration que le changement des comportements linguistiques avec les clients ne sert à rien. (30%) des enquêtés ne veulent pas justifier leurs réponses.

5.4 Variante n° 14 : les difficultés que trouvent les commerçants avec leurs clients à propos des langues parlées

Tableau n° 16 : les difficultés que trouvent les commerçants à propos des langues avec les clients.

Taux	Nombre	Pourcentage
Les réponses des commerçants		
Les locuteurs	04	100%
Je trouve des difficultés avec les clients qui ne maîtrisent pas le kabyle et le français	01	10%
On trouve des difficultés avec des clients qui parlent des langues étrangères comme Anglais, Allemand...etc.	03	90%

Comme on peut voir, à travers le tableau n°16 que seulement (04) locuteurs ont répondu qu'ils trouvent des difficultés par rapport aux langues parlées par leurs clients, (01) à justifier qu'il trouve des difficultés avec les clients qui ne maîtrise pas le kabyle et le français, (03) locuteurs justifions qu'ils trouvent des difficultés avec les clients étrangers qui parle Anglais, Allemand....etc.

Tableau n°17 : les justifications des locuteurs, réponse « non » on ne trouve pas des difficultés de langue avec nos clients

Taux	Nombre	Pourcentage
Réponse des commerçants		
Les locuteurs	16	100%
Je maîtrise plus de quatre langues donc je ne trouve pas de problème de langue	04	25%
Je ne trouve pas des difficultés avec les clients car c'est tout le monde qui parle le kabyle et le français	09	65%
Aucune justification	03	10%

Le tableau n°17 : Montre que la majorité des enquêtés qui ont répondu « non », (65%) justifie leurs réponses que c'est tout le monde qui maîtrise et qui parle le kabyle et le français, (25%) justifie leurs déclarations qu'ils maîtrisent plus de quatre langues, (10%) réponse son justification.

7- Présentation des résultats

Tous les participants de ce questionnaire étaient des commerçants de la ville de Bejaia. L'âge des commerçants varie entre 23 à 60 ans. Ils habitaient presque tous la même ville, à l'exception de certains qui habitaient hors la ville de Bejaia.

Les enquêtés ne possédaient pas tous la même langue maternelle. Sur les 20 questionnaires distribués aux commerçants, nous avons pu en recueillir 6, dont remplis par des femmes et par des hommes, leur langue maternelle était l'arabe, et les 14 qui restent possèdent le kabyle comme langue maternelle. Cela était tout à fait naturel vu que la ville de Bejaia est connue pour son utilisation de langue arabe et langue kabyle.

Dans le but de vérifier dans quelle langue les commerçants s'expriment le plus souvent, nous avons cherché à savoir quelle est la langue qui offre aux commerçants plus de sécurité pour aborder les divers sujets avec leurs clients bien-sûr notamment ceux qui ont rapport à la sexualité (femme/homme). La réponse à la question « en quelle(s) langues vous vous exprimez le plus souvent avec vos clients? Dite pourquoi ? » La majorité des commerçants (70%) ont affirmés que le kabyle est la première langue qu'ils utilisent, le fait qu'elle est la langue

maternelle, langue d'origine, et enfin des kabyles. Suivie de la langue arabe qui est pour certains. Aussi leur langue maternelle langue des arabes...etc. enfin la langue française qui est utile pour certains et que la moitié des clients l'utilisent.

On ce qui concerne la question « le français est-il une langue de communication » précisez ? Nos enquêtés ont utilisé presque le même modèle de réponse, la plupart ont répondu par oui, expliquent qu'il y a certains mots ou ils ne peuvent exprimer ni en kabyle, ni en arabe dialectale, aussi c'est tout le monde qui sont cultivés alors ils préfèrent de communiquer avec cette langue, et pour d'autres ils voient que le français est la langue des kabyles.

Pour la suite de nos questions nous avons choisi la question suivante « comment parlez-vous le français ? » alors d'après les réponses qu'on a eu, on a remarqué que c'est presque tout le monde qui sait parler, écrire, lire la langue française, affirment que le français est la première langue étrangère et que même pour les anciens commerçants leurs études étaient en langue française, raison du facteur historique aussi.

D'un autre côté, la question que nous avons posée en suite est « changez-vous (commerçants) votre façon de parler avec les clients ? Pourquoi ? » Pour la majorité ils ont affirmés que tout dépend des situations aussi par rapport au sexe « femme/homme » alors que pour d'autres ils affirment qu'ils ne sont pas obligés de changer leurs attitudes face aux

clients. Ainsi on a interrogé les commerçants sur le fait « êtes –vous obligés de parler plusieurs langues ? Automatiquement la pluparts ont répondu par un oui, et qu'ils utilisent ce mélange même dans leur conversation quotidienne, non seulement avec les clients mais aussi avec leurs proches. Pour d'autres ils expliquent qu'ils ne sont pas obligés de faire appel à d'autres langues.

Pour l'avant dernière question de notre enquête consiste à déterminer si les attitudes sociolinguistiques (sexe, accent..) jouent-ils un rôle avec les commerçants ? (50%) disent que c'est important pour eux surtout le côté des femmes leurs accent, leur comportement, leurs habille...etc. ce qui fait la différence d'un client à autre. (50%) qui reste ont confirmé, que ces attitudes ne jouent aucun rôle dans leurs dispositions linguistiques.

Enfin, pour la dernière question on a choisi la suivante « trouver-vous des difficultés concernant le langage de vos clients ? » d'après l'analyse (80%) avouent qu'ils ne trouvent aucune difficultés liées à la langue des clients, car ce mélange est pratiqué à la ville de Bejaia et s'est presque la façon dont ils expriment entre eux, aussi ils considèrent que ce mélange permet de découvrir d'autres langues et d'autres cultures. (20%) des autres commerçants disent que parfois ils trouvent quelques difficultés en communiquant avec les clients, raison que certains ne maîtrisent pas trop ces langues.

CONCLUSION

CONCLUSION

Durant ce travail, nous nous sommes interrogés sur les attitudes sociolinguistiques des commerçants de la ville de Bejaïa par rapport aux langues utilisées par leurs clients. D'un point de vue sociolinguistique, nous avons essayé de relier et de confronter les pratiques langagières des commerçants dans la réalité sociale du terrain d'investigation tout on prend en considération les facteurs extralinguistiques de ces derniers.

Notre analyse des données obtenu auprès de l'échantillon de population (ville de Bejaïa), nous à permit de cerner d'une manière assez pertinente certains aspects relatif aux attitudes sociolinguistiques des commerçants par rapport aux langues parlées par les clients.

Ainsi, les commerçants de la ville de Bejaïa utilisent la langue kabyle pour communiquer avec les clients, ceux-ci la qualifient en langue maternelle, langue utilisées par la famille, les amis et leurs clients, c'est la langue qui représente leurs identité, leurs origine (Tichy, Alkseur, Akbou, Sétif, kherata, Alger, Sedouk...); et accordent une grande importance à la langue française, ceux-ci la qualifient entre-autres de « langue facile » et « de modernité », de « développement, métrisable»...etc.

En autre, au coure de notre enquête, nous nous sommes aperçu que les pratiques langagières des locuteurs « les commerçants » est marqué par un certain nombre de phénomènes qui sont essentiellement : le bilinguisme (kabyle, arabe dialectal, le français), le multilinguisme.

Par contre, les pratique langagières des locuteurs étrangers (Tunisiens, Libanais, Syriens, Turks) sont marqués par un phénomène monolinguisme parce qu'ils utilisent une seule langue pour communiquer. La langue arabe causé par le fais que nos enquêtés vient d'origine arabophone où l'arabe est leurs langue maternelle.

Globalement, notre analyse à confirmer le rôle que joue l'espace, le sexe, lieux de travail, de naissance, sur les pratiques langagières de nos commerçants enquêtés dans la ville de Bejaïa, les déclarations que nous avons obtenu de nos locuteurs à travers la question n°11 et n°12 et n°13 nous conduit à reconnaître le rôle important de langues utilisées par les clients et son influence sur les pratiques langagières des commerçants, à partir des données qu'on a obtenus on remarque que la majorité des commerçants de la ville de Bejaïa s'expriment en langue maternel qui est le kabyle, et un nombre aussi important parle le français et l'arabe dialectal.

BIBLIOGRAPHIE

LA BIBLIOGRAPHIE

1. A- Queffec, Derradji, Y, Debov.
2. Algérie : paysage sociolinguistique et alternance codique
3. Calvet Jean-Louis « insécurité linguistiques et représentations, approche historique ». thèse de doctorat d'état, Cécile Petite Jean, de l'université de Provence, 2009.
4. Dalila Morsly, « attitudes et représentations linguistiques », la linguistique. "facteur externe". 1990, p 77.
5. Dalila Morsly, « attitudes et représentations linguistiques », la linguistique. Vol 26. Fascicule.2, 1990, p 78.
6. Dalila Morsly, « les représentations des langues en contact plurilingue », université de Constantine, 2003, Dalila Morsly « attitude et représentation linguistique », la linguistique vol, 26, 1990. P 78.
7. « Encyclopédie philosophique universelle ». Des notions philosophiques, Dictionnaire n2, Ed, puf, 1990, France, p, 2239-2241.
8. F De Sigly. L'enquête et ses méthodes : le questionnaire, édition Nathan Coll. 128, paris, 1992, p 28
9. Ibid w.Labov .1994.
10. J.l.Calvet .E 1996, p .82.
11. J.L.Calvet pour une écologie des langues du monde 1999, p 165.
12. J.l.Calvet pour une écologie des langues du monde, Plon, France, p 158.
13. Kaoula Taleb Ibraimi, « les algériens est leurs langues, éléments pour une approche sociolinguistique de la société algérienne ».p 25.
14. Katz/1960, p 168.
15. Kolde 1981 cité dans Iudi&py 1986 : 97, cité par Véronique Castellotti et Daniel Moore in « représentation sociale et enseignement » Guilde pour l'élaboration des politiques linguistiques éducatives en Europe disponible sur : www.coe.int/t/linguistique/source/castellottiMoorefr.PDF.
16. LAKHDAR AZZOUZ : les fonctions sociales des langues d'enseignement en Algérie. Thèse pour le magister en science de l'éducation. Tome 1 décembre 1984 p 49.
17. « le programme de tripoli » du FLN in annuaire de l'Afrique du nord, 1992, cité par khaoula Taleb Ibrahimi. Ibid.
18. M. Gaide. Histoire de Bejaia et de sa région depuis l'antiquité jusqu'à 1945. Alger édition Mimounni, p(25), 1991.

BIBLIOGRAPHIE

19. Morsly Dalila, « les représentations des langues en contact plurilingue ». Cours de post graduation. Université de Constantine, 20-21 avril 2003.
20. Morsly Dalila, « les représentations des langues en contact plurilingue ». université de Constantine, 2003.
21. Nicole Guenier, 1997, op.cit. p 249.
22. Nicole Guenier, 1997, op.cit. p 250.
23. R Ghiglione et Matalon. Les enquetes sociologiques, théorie et pratique. Armand Colin, col « u », paris 1978, p 06.
24. R. GHIGLIONE et B. MATALON, les enquêtes sociologiques Théorie et Pratique Armand Colin, Col «U», Paris, 1978, P 98
25. R.CHIBANE. Etude des attitudes de la motivation des lycéens de la ville de Tizi-Ouzou à l'égard de la langue française, cas des élèves du lycée Lala Fatma N'soumer, mémoire de magister, université de Tizi-Ouzou, p 20, 2009.
26. S. ABDELHAMID, pour une approche sociolinguistique de l'apprentissage de la prononciation du français langue étrangère chez les étudiants du département de française université de Batna thèse de doctorat, université de Batna, 2002, p35.
27. S. Moscovici .sociale /représentations Cambridge, Cambridge université presse. 1984.
28. S.CHAKER, Manuel de linguistique berbère I, éd. Bouchène, Alger, 1991, p 08.
29. S.Moscovici. citè par H Boyer in. sociolinguistique : tèritoire et objet DELACHAUX. Lausanne, 1996. P 01.
30. Wikipidia : Histoire de Bejaia et de sa région. Mimuni, 1991, 2eme édition, « Mouloud Gaid ».
31. William Labov « les principaux changements linguistiques. 1994.

LES ANNEXES

ANNEXE N° 01

❖ Liste des tableaux

- Tableau n° 01 (variante 02) : le sexe des locuteurs
- Tableau n° 02 (variante 03) : lieu de naissance des locuteurs
- Tableau n° 03 (variante 04) : lieu d'habitation des locuteurs
- Tableau n° 04 (variante 05) : lieu de travail des locuteurs
- Tableau n° 05 (variante 06) : niveau d'instruction des locuteurs
- Tableau n° 06 (variante 07) : la langue maternel des locuteurs
- Tableau n° 07 (variante 09) : la langue française est une langue de communication pour les commerçants
- Tableau n° 08 (variante 09) : les justifications des locuteurs, réponse « non » la langue française est une langue de communication avec les clients
- Tableau n° 09 (variante 10) : comment parler les commerçants la langue française
- Tableau n° 10 (variante 11) : les justifications des commerçants, réponse « oui » de changer leur façon de parler
- Tableau n° 11 (variante 11) : les justifications des locuteurs, réponse « non » de changer la façon de parler
- Tableau n° 12 (variante 12) : les justifications des commerçants, réponse « non » de parler plusieurs langues avec les clients
- Tableau n° 13 (variante 12) : les justifications des locuteurs, réponse « oui » parler plusieurs langues
- Tableau n° 14 (variante 13) : les justifications des locuteurs, réponse « oui » les facteurs extralinguistique joue un rôle dans les comportements langagières
- Tableau n° 15 (variante 13) : les justifications des locuteurs, réponse « non » les facteurs extralinguistiques joue un rôle dans les comportements langagières



LES ANNEXES

➤ Tableau n° 16 (variante 14) : les difficultés qui trouvent les commerçants a propos des langues avec leurs clients

➤ Tableau n° 17 (variante 14) : les justifications des locuteurs, réponse « non » en ne trouvent pas des difficultés de langues avec nos clients

❖ Liste des figures

➤ Figure n° 01 (variante 08) : la langue utiliser par nos enquêtés (les commerçants)

➤ Figure n° 02 (variante 09) : la langue de communication des enquêtés

➤ Figure n° 03 (variante 11) : la façon de parler des locuteurs avec leurs clients

➤ Figure n° 04 (variante 12) : les commerçants sont-ils obliger de parlent plusieurs langues

➤ Figure n° 05 (variante 13) : les facteurs extralinguistiques joue-ils un rôle dans les pratiques langagières des commerçants avec leurs clients.

ANNEXE N° 02

❖ Le questionnaire

Madame /Monsieur, nous vous prions de bien vouloir remplir ce questionnaire de recherche en répondant avec soin aux questions posées. Nous tenons à vous préciser que le but de notre recherche et d'étudier les représentations sociolinguistiques des commerçant de Bejaia par rapport aux langues parles par leurs clients.

1) Age :

2) Sexe :

✓ Masculin ☐

✓ Féminin ☐

3) Lieu de naissance :

4) Lieu d'habitation :

5) Lieu de travail :

6) Niveau d'instruction :

7) La langue maternelle :

Kabyle ☐

Arabe ☐

Français ☐

Autres ☐

LES ANNEXES

8) En quelle(s) langue(s) vous vous exprimez le plus souvent avec vos clients ?

- Arabe dialectale ☐
- Français ☐
- Kabyle ☐
- Autre ☐

Dit pourquoi ? :

9) En ce qui concerne la langue française est-elle une langue de communication avec vos clients ?

- Oui pourquoi :
- Non précisez :

10) Comment parlez-vous le français ?

- Mal
- Moyen
- bien

11) Changez-vous votre façon de parler avec vos clients ?

- oui
- non

Pourquoi ?

.....
.....

LES ANNEXES

12) Etes-vous obligés de parler plusieurs langues avec vos clients ?

➤ Oui

➤ non

13) « l'habillement, le sexe, l'accent » des clients jouent-ils un rôle dans vos dispositions linguistiques avec eux ?

.....

.....

14) Quels sont les difficultés que vous trouvez (par rapport au langage) avec vos clients ?

.....

.....

ANNEXE N° 03



Les commerçants Tunisiens



Des Commerçants d'habillements Syriens et Türk



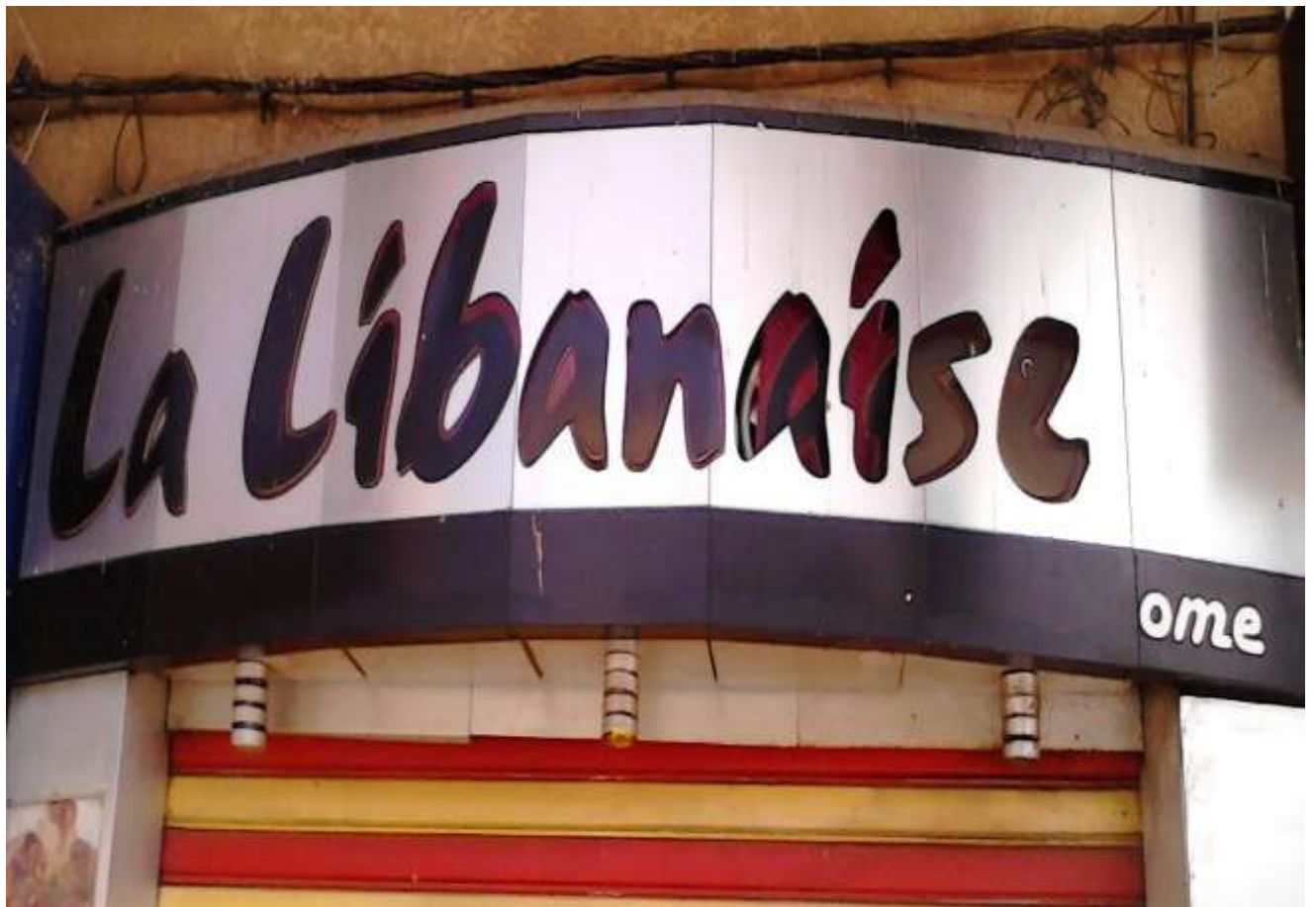
Les Commerçants habillements « femme » turques



Makloub Tunisien



Les commerçants Tunisiens



Les Commerçants Faste Food Libanais

Rapport-gratuit.com 
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Rapport-gratuit.com 
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Résumé

L'intérêt porté sur les attitudes et les représentations sociolinguistiques a pris une grande place dans les recherches présente. Plusieurs linguistes se sont intéressés par ses deux notions, prouvé que de nombreux points de rencontre se trouvent entre ses deux dernières.

Dans notre mémoire, nous nous sommes attachées à étudier ces différentes interprétations, tout en essayons de donner le maximum d'informations correctes. Au premier lieu nous avons choisi la ville de Bejaia comme terrain, raison que cette dernière possède de plusieurs variétés linguistiques, au second lieu nous avons adopté les commerçants comme exemple vu que ces derniers représente une catégorie importante dans l'échange des langues avec les clients.

En effet cette enquête nous a mené à étudier les attitudes sociolinguistiques de ces commerçants et la relation étroite avec les langues que leurs clients utilisent. Cela nous a mené également à connaître les raisons de ce plurilinguisme. Ainsi un questionnaire distribué à ces derniers afin de pouvoir répondre à nos problématiques et de dégager les causes derrière ces phénomènes linguistiques.

Mots clés : attitude - représentation- sociolinguistique- Bejaia- plurilinguisme- linguistique.

Abstract

Interest in sociolinguistic attitudes and representations has taken a large place in current research. Several linguists were interested in its two notions, proved that many points of meeting it find between its last two.

In our brief, we have tried to study these different interpretations, while trying to give as much information as possible. In the first place we chose the city of Bejaia as a land, because the latter has several linguistic varieties. Secondly we adopted the traders as an example as these represent an important category in the exchange of languages with customers.

Indeed, this survey has led us to study the sociolinguistic attitudes of these traders and the close relationship with the languages their customers use. This also led us to know the reasons for this plurilingualism. Thus a questionnaire distributed to them in order to be able to answer our problems and to identify the causes behind these linguistic phenomena.

Key words: Attitude - representation - sociolinguistics - Bejaia - plurilingualism -linguistic.