

**République Algérienne Démocratique et Populaire**  
**Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique**  
**Université Abdelhamid Ibn Badis - Mostaganem**  
**Faculté de Langues Etrangères**  
**Département de langue française**



**Mémoire présenté en vue de l'obtention du diplôme de Master**  
**(Option : Sciences du langage)**

**Thème**

**L'usage du français dans l'agence commerciale Mobilis de  
Mostaganem**

**Sous la direction de :**

BELLATRECHE Houari

**Présenté par :**

MOHAMEDI Hanane

**Membres du jury :**

**Année Universitaire 2020/2021**

# Dédicace

Avec joie, fierté et respect je dédie ce modeste travail

**A** mes parents qui ont toujours été là pour moi, et qui m'ont donné un magnifique modèle de courage et de persévérance.

**A** mon très cher mari Ahmed qui m'a soutenu durant toute ma préparation de mon travail.

**A** mes chères sœurs Nassima, Amel, Amira et mon petit frère Hakim pour leur soutien, leurs conseils, qui en plus de m'avoir encouragé tout le long de mes études.

**Enfin** je le dédie à ma copine Sara pour tout son soutien moral surtout.

Que Dieu les guide vers le chemin de la persévérance.

# Remerciements

Tout d'abord je remercie « Dieu » de m'avoir donné la patience et la force d'effectuer ce travail. Toute ma reconnaissance ;

**A** mon encadreur *Dr. Houari BELLATRECHE* qui a fait avancer ses étudiants sur le chemin du savoir et pour l'aide généreuse, l'orientation et les précieux conseils et son encouragement qui m'ont permis de réaliser ce travail.

**Je** remercie vivement tous les membres du jury d'avoir accepté d'examiner mon travail.

**De** par l'impossibilité de citer tous les noms, je remercie tous ceux qui m'aident de près ou de loin à achever ce travail.

## **Résumé :**

Dans notre recherche, nous avons mis le point sur l'usage de la langue française dans l'agence commerciale Mobilis de Mostaganem, où nous avons essayé de démontrer son rôle et sa place dans la communication commerciale.

Pour mener à bien notre étude, nous avons mis en œuvre l'un des outils d'enquête qui est le questionnaire, distribué aux employés et clients de l'agence commerciale de Mobilis de Mostaganem.

Les résultats obtenus de notre recherche nous ont permis de confirmer nos hypothèses et de constater que le français occupe une place essentielle dans la communication au sein de cette agence.

**Mots-clés :** communication, langue française, agence commerciale, communication commerciale, usage plurilingue.

**ملخص:**

ركزنا في بحثنا على استخدام اللغة الفرنسية في وكالة موبيليس التجارية في مستغانم، حيث حاولنا إثبات دورها ومكانتها في الاتصالات التجارية.

لإجراء دراستنا، قمنا بتنفيذ إحدى أدوات البحث وهي الاستبيان الموزع على موظفي وعملاء وكالة موبيليس التجارية في مستغانم.

لقد مكنتنا النتائج التي تم الحصول عليها من تأكيد فرضياتنا وملاحظة أن اللغة الفرنسية تحتل مكانة أساسية في التواصل داخل هذه الوكالة.

**الكلمات المفتاحية :** اتصالات، لغة فرنسية، وكالة تجارية، اتصالات تجاري، استخدام تعدد اللغات.

## **Abstract :**

In our research, we have focused on the use of the French language in the commercial agency of Mobilis in Mostaganem, where we tried to demonstrate its role and place in commercial communication.

To carry out our study, we implemented one of the survey tools, which is the questionnaire, distributed to employees and customers of the commercial agency of Mobilis in Mostaganem.

The results obtained from our research have enabled us to confirm our hypotheses and to observe that French has an essential place in communication within this agency.

**Keywords :** communication, French language, commercial agency, commercial communication, plurilingual usage.

# Sommaire

# Sommaire

Dédicace

Remerciements

Résumé

Introduction générale..... 1

## Chapitre I :

1. La situation linguistique en Algérie .....	4
2. La situation sociolinguistique de l'Algérie .....	7
a. La langue berbère .....	7
b. Le statut du berbère en Algérie .....	8
c. La langue arabe.....	9
d. L'arabe classique.....	9
e. L'arabe dialectal .....	10
f. La langue française .....	11
j. La politique d'arabisation .....	11
2.1. La situation sociolinguistique à Mostaganem .....	13
3. Définitions des concepts clés .....	14
3.1. La sociolinguistique .....	14
3.2. La sociolinguistique urbaine .....	15
3.3. Les interactions verbales .....	17

## Chapitre II :

1. Choix de langue lors de la prise de parole.....	20
2. Représentation du français au sein de la société .....	21
3. La communication commerciale .....	23

## Chapitre III :

1. Présentation du domaine d'étude .....	26
1.1. Présentation générale d'Algérie Telecom Mobilis.....	
1.2. Présentation de l'agence de Mostaganem .....	
2. Cadre méthodologique .....	

2.1. Présentation et description du questionnaire .....  
2.2. But et groupe cible du questionnaire .....  
3. Présentation et interprétation des résultats .....  
3.1. Analyse des réponses obtenues .....  
3.2. Synthèse .....  
Conclusion générale .....  
Bibliographie .....  
Annexe .....

# **Introduction générale**



## Introduction générale

La langue est un moyen important permettant la transmission des messages au cœur de la communication, sachant que pour garantir une bonne réception de message ; il faut qu'il y ait plusieurs codes en commun entre ses utilisateurs et cela se fait par des gestes, des attitudes ou des mimiques, c'est la règle naturelle qui existe partout dans le monde.

De plus, la société doit se tenir au courant des progrès des moyens de communication, en particulier des changements et la diversité dans le milieu sociolinguistique qui peut répondre aux besoins de la communication internationale. Dans le même contexte, la scène algérienne n'était jamais pauvre par ce type de changement, elle est toujours caractérisée par la diversité linguistique, c'est pourquoi, l'Algérie est multilingue et multiculturelle. Il existe en réalité plusieurs langues dont les langues étrangères, parmi lesquelles la langue arabe ou standard est la langue officielle utilisée dans l'école, ensuite le tamazight comme langue seconde et puis le français (imposé historiquement par le colon français) et l'anglais.

Bien que le français soit considéré comme une langue étrangère, il est également utilisé comme langue de communication et de travail dans la plupart des secteurs professionnels tels que la médecine, l'enseignement et notamment le domaine économique où cette langue est devenu un moyen nécessaire pour accéder au monde du travail.

Pour ce qui est de notre travail de recherche, nous avons choisi de travailler sur l'usage du français dans l'agence commerciale MOBILIS de Mostaganem.

Ce qui nous a motivés à choisir Mobilis est le fait qu'il est le leader du marché de la téléphonie et de l'internet mobile en Algérie, il est toujours en tête avec (18,75 millions d'abonnés en 2020) par rapport aux autres opérateurs ainsi qu'il touche toutes les tranches d'âge.

Le choix de la langue française s'explique par son utilisation massive dans la société algérienne.

Donc, l'objectif principal de notre recherche est de déterminer le rôle et la place de la langue française dans l'agence commerciale Mobilis de Mostaganem.

Notre recherche tente de répondre aux questions suivantes :

- Quelle place occupe le français dans cette entreprise par rapport à la langue arabe?
- Quelle est la langue qui domine lors d'une interaction verbale ?
- Quelle est la langue employée dans les documents du service commercial ?

En vue de répondre à ces questionnements, nous proposons les hypothèses suivantes :

- La langue française occupe une place importante dans la communication commerciale.
- Le français est la langue dominante lors de l'interaction verbale.
- Le service commercial opté pour la langue française dans ces documents écrits

Pour mener à bien notre travail de recherche, nous l'avons organisé en trois chapitres :

Le premier et le deuxième chapitre représentent l'assise théorique qui englobe les notions et les concepts de base.

Dans le troisième chapitre, nous avons deux parties : la première partie est le cadre méthodologique, elle est consacrée pour la présentation de notre outil d'investigation, en fait, nous avons opté pour le questionnaire qui est destiné aux employés et clients de l'agence commerciale Mobilis de Mostaganem

Dans la deuxième partie qui s'intitule présentation et interprétation des résultats, nous tenterons d'interpréter les données récoltées afin de confronter nos résultats aux hypothèses émises précédemment.

# Chapitre I

---

**Cadre théorique et situation  
linguistique en milieu social**

## **Introduction**

En raison de son histoire et sa position géographique, l'Algérie a été le témoin de nombreuses invasions, phénicienne, romaine, byzantine, vandale, arabe, turque, espagnole et française. Ces invasions ont permis aux cultures et aux langues de ces peuples de s'installer dans le pays. Cela a finalement conduit à la coexistence de plusieurs langues. T. IBRAHIMI, a écrit à ce sujet :

*« Le paysage linguistique de l'Algérie, produit de son histoire et sa géographie, est caractérisé par la coexistence de plusieurs variétés langagières du substrat berbère aux différents langues étrangères qui l'ont plus en moins marqué... »<sup>1</sup>*

### **1. Situation linguistique en Algérie**

La situation linguistique en Algérie peut être décrite de plurilingue car plusieurs langues de statut différent coexistent : l'arabe classique, l'arabe algérien, le tamazight dans ses différentes variétés et le français. Face à cette mosaïque linguistique, de nombreux phénomènes liés aux contacts des langues apparaissent comme : l'alternance codique, le contact des langues, le bilinguisme et l'emprunt.

#### **1.1. L'alternance codique**

Le mot anglais « *code switching* » ou l'équivalent français alternance codique, comme le montre diverses définitions, l'alternance codique consiste à passer d'une langue à une autre ou d'un système ou sous-système à un autre système ou encore un système grammaticalement différent. Cela semble être comme un phénomène qui englobe tous les autres phénomènes résultant du plurilinguisme.

Pour J.GUMPERZ « *l'alternance codique dans la conversation peut se définir comme la juxtaposition à l'intérieur d'un même échange verbal de passage où le discours appartient à deux systèmes ou sous- systèmes grammaticaux différents* »<sup>2</sup>. Il correspond au passage d'une

---

<sup>1</sup>Taleb IBRAHIMI, KH, 2010, « L'Algérie : coexistence et concurrences des langues », dans L'Année du Maghreb [En ligne], 1/2004, mis en ligne le 08 juillet 2010, URL : <http://anneemaghreb.revues.org/>, p305 : consulté le [28/07/2021]

<sup>2</sup>GUMPERZ J., Sociolinguistique interactionnelle : une approche interprétative, Ed. L'Harmattan, Université de la Réunion, 1989, p.57

langue à une autre dans un même énoncé ou au sein d'un échange verbal, c'est une stratégie communicative pour les bilingues et aide à communiquer d'une manière économique.

### 1.2. Le contact de langues

Le contact avec les personnes a conduit à l'utilisation deux ou plusieurs langues dans une situation de communication, ses locuteurs sont amenés à utiliser et à diffuser leur langue maternelle ou la langue acquise comme la langue française et son contact avec les différentes variétés de l'arabe et les variétés du berbère. La forme concrète du contact des langues est, en outre, le bilinguisme. Ce phénomène linguistique est le résultat de l'influence directe ou indirecte d'une langue à l'autre, ce qui entraîne le changement du système de la langue. En Algérie, la présence de : l'arabe, l'arabe dialectal, le français et le kabyle, a conduit à des emprunts massifs de l'arabe au français et du kabyle au français.

### 1.3. Le bilinguisme

Il est difficile de définir le bilinguisme en raison de la situation de communication et les raisons qui incitent les locuteurs à utiliser deux ou plusieurs langues.

Différentes dans un même énoncé, mais cela n'empêche pas de citer les définitions proposées par les linguistes :

D'après A.MARTINET « ...il est nécessaire de redéfinir le terme de bilinguisme (*emploi concurrent de deux idiomes par un même individu ou à l'intérieur d'une même communauté*) ne serait-ce que pour exclure l'implication très répondue qu'il n'y a bilinguisme que dans le cas d'une maîtrise parfaite et identique de deux langues en cause»<sup>3</sup>.

La définition traditionnelle, reprise par L. BLOOMFIELD est souvent retenue par le grand public, est la suivante : « *un individu sera considéré comme bilingue s'il fait preuve, dans deux systèmes linguistiques, d'une compétence égale à celle d'un locuteur natif* (Dabène, 1994 :83) ».

Le bilinguisme n'est plus restreint, il peut concerner une personne ou un groupe de personnes (famille, communauté ou un peuple), ou une zone géographique (une région ou un pays).

---

<sup>3</sup>MARTINET, in TALEB IBRAHIMI K., Les Algériens et leur(s) langue(s). Eléments pour une approche sociolinguistique de la société algérienne, Préface de Gilbert Grand guillaume, EL-Hikma, Alger, 1997, p.50.

En Algérie comme l'ont rapporté de nombreux rapports de recherche sociolinguistique, les discussions sur l'utilisation de plurilinguisme semble désormais être devenue une réalité; Taleb-Ibrahimi, 1995; et Morsly, 1988 ont démontré la richesse linguistique des répertoires verbaux des Algériens et leur extrême labilité en employant des ressources transcodiques comme : l'alternance codiques, code mixing, ... qui mêlent l'arabe avec ses variantes dialectales, le français et le berbère comme étant des stratégies discursives et communicatives.

#### 1.4. L'emprunt

Différentes définitions ont été proposées pour expliquer le phénomène sociolinguistique le plus important dans tous les contacts des langues est " l'emprunt ".

Pour J.DUBOIS : « *Il y a emprunt linguistique quand un parler a utilisé et finit par intégrer une unité ou un trait linguistique qui existait précédemment dans un parler B et que A ne possédait pas* »<sup>4</sup>.

L'emprunt linguistique est le résultat de l'utilisation de plusieurs langues dans la même zone géographique.

L'emprunt c'est savoir et pouvoir puisés dans d'autres langues, il contribue au le développement et l'évolution d'une langue et est l'un des phénomènes linguistiques et interculturels les plus courants au cours du XX siècle. Le locuteur algérien, utilise les mots de sa langue arabe ou berbère dans l'énoncé français. Cela inclut toutes les ressources reçues qui dépendent des conditions de communication. Il a décrit son univers de référence comme la civilisation arabo islamique, la culture algérienne, la politique.

Y. DERRADJI affirme que : « *...la langue française et les idiomes locaux se sont enrichis mutuellement d'apports nouveaux et le français tel qu'il est utilisé en Algérie intègre de nombreuses lexies arabes ou berbères employées quotidiennement dans le discours des locuteurs pour exprimer et dénoter un vécu ou une réalité qui ne peuvent sont mêlés à travers l'histoire. Cela nous permet de dire que le pays est caractérisé par plurilinguisme sociale : arabe standard / français / arabe dialectal /les différentes variétés du berbère.*

Nous allons dans cette partie, présenter *pas être désigné par une lexie appartenant à la langue française* »<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup>Dubois. J Dictionnaire de linguistique, Paris, Larousse, 1973, p188.

<sup>5</sup>DERRAJI Y., « le français en Algérie : langue emprunteuse et empruntée », le français en Afrique, n°13, Paris, Edition Didier-Erudition.

## 2. La situation sociolinguistique en Algérie

La situation linguistique en Algérie est très complexe. Elle se caractérise par la présence de plusieurs langues comme a mentionné S. ABDELHAMID : « *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* »<sup>6</sup>. En effet, cette complexité du paysage linguistique algérien est liée à son histoire et sa géographie.

Les différentes invasions et conquêtes que l'Algérie a embrassées ont donné naissance à plusieurs codes linguistiques avec la langue berbère, langue de la communauté autochtone. Ce qui prouve que l'existence de deux groupes importants, les berbérophones et les arabophones qui se sont mêlés à travers l'histoire, sans pour autant négliger la langue française qui est pratiquée par les deux groupes en question. Ce qui nous conduit à dire que le pays se caractérise par une situation de plurilinguisme sociale : arabe standard / français / arabe dialectal /les différentes variétés du berbère.

Les différentes langues disponibles et leurs statuts respectifs sont :

### a. La langue berbère

Les Romains ont d'abord utilisé le nom « berbère » pour désigner les peuples d'Afrique du Nord qui ne comprenaient pas la langue. Le terme « barbaros » désigne tout individu qui ne sait pas parler et par extension, le "sauvage", "le non civilisé", "la brute". Au fil du temps, le terme a été révisé dans la prononciation et s'est terminé par un nom berbère pour indiquer les résidents et les locuteurs d'Afrique du Nord. En raison de son sens péjoratif, les Berbères préfèrent utiliser le nom « *Imazighene* » dans leur propre langue, et le pluriel « *d'Amazighe* » signifie homme libre

Quant au nombre de Berbérophones, faute d'enquêtes linguistiques systématiques, il est difficile d'en donner un chiffre précis; les chiffres qui peuvent être avancés sont largement contestés ; cependant, S. CHAKER nous en a informé :

« *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% de berbérophones que donne le recensement algérien de*

---

<sup>6</sup>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, p 35.

1966, sont en dessous de la réalité. En tout état de cause on peut admettre que l'ensemble des berbérophones doit représenter un pourcentage minimum de 20% de la population algérienne »<sup>7</sup>

Il existe plusieurs dialectes berbères, à savoir :

- **Le kabyle** : utilisé dans le nord du pays, principalement dans les wilayas de Tizi-Ouzou, Bejaïa et Bouira.
- **Le chaoui** : parlé par les chaouis qui occupent les Aurès, massif montagneux de l'Algérie méridionale.
- **Le m'zab** : utilisé par les mozabites qui vivent dans le nord du Sahara algérien dont la principale ville c'est Ghardaïa.
- **Le targui** : pratiqué par les touaregs qui vivent dans le désert du Sahara, cette communauté est également connue sous le nom « les hommes bleus ».

#### **b. Le statut du berbère en Algérie**

Après l'indépendance, la langue berbère, comme l'arabe dialectal, a été affecté par la politique de l'arabisation qui tend à promouvoir et diffuser l'utilisation de la langue arabe classique, pour une unification nationale, bien que les Berbères soient actifs et communiquent activement dans la pratique quotidienne des Berbères, ils ne bénéficient pas d'une position privilégiée, comme le confirme T.ZABOOT :

« *Le berbère n'a jamais bénéficié ni de mesure administratives ou politiques, ni de conditions matérielles pouvant favoriser son développement* »<sup>8</sup>, ce qui a incité les berbérophones à revendiquer un statut officiel pour leur langue.

Les berbérophones, insatisfaits de la condition de leur propre langue, ont exigé que le berbère soit reconnu comme la langue propre des régions berbérophones comme la Kabylie. Ils ont également demandé la reconnaissance du berbère comme langue nationale et officielle de l'Algérie, ce qui signifie que tous les citoyens ont le droit d'utiliser le berbère dans tous les milieux publics.

Depuis 1989, une série d'actions de masses impressionnantes a confirmé l'affirmation identitaire des berbères d'Algérie : plusieurs grèves générales en Kabylie, des manifestations

---

<sup>7</sup>S. CHAKER, *Manuel de linguistique berbère I*, éd. Bouchène, Alger, 1991, p 08

<sup>8</sup>T. ZABOOT, *Un code switching algérien : le parler de Tizi-Ouzou*, thèse de doctorat, université de la Sorbonne, 1989, p.50



d'une grande ampleur à Tizi-Ouzou, Bejaia et Alger en 1991, le boycott scolaire général de septembre 1994, d'autres manifestations sanglantes en 1994 et les événements du printemps noir en 2001. Toutes ces revendications adoptées par les berbérophones ont conduit à la création d'un haut-commissariat à l'amazighité en 1995, à l'intégration de la langue berbère dans plusieurs écoles du pays et à la reconnaissance du berbère comme langue nationale en 2002.

### **c. La langue arabe**

Il existe e deux variétés de l'arabe en Algérie. Une variété *haute*, prestigieuse, réservée à un usage officiel appelée arabe standard et une variété *basse* minorée par les politiques linguistiques mais utilisée par la plupart des Algériens appelée un dialecte arabe.

### **d. L'arabe classique**

La langue arabe classique jouit d'un certain prestige car c'est la langue de l'Islam et la langue du Coran« *C'est cette variété choisie par ALLAH pour s'adresser à ses fidèles* »<sup>9</sup>. C'est la langue de l'instruction, de l'enseignement religieux, de référence et d'outil symbolique de l'identité arabo-musulmane.

L'Algérie est un pays arabo-musulman et sa langue officielle est l'arabe. Il est principalement utilisé dans l'éducation, l'administration et toutes les institutions de l'Etat, à côté des activités religieuses

C'est la variété des lettrés, elle sert de véhicule au savoir de façon générale, utilisée comme langue de culture et dans des situations de communications formelles.

Essentiellement écrite, elle est aussi pratiquée à l'oral, il s'agit plus exactement de l'écrit oralisé. C'est une variante qui s'apprend principalement à l'école, En fait, il n'est utilisé dans aucune communauté linguistique de la société algérienne, utilisé pour les besoins de la communication quotidienne ou dans les conversations usuelles de la vie de tous les jours.

A ce propos G. GRANDGUILLAUME affirme que : « (...) *sans référence culturelle propre, cette langue est aussi sans communauté. Elle n'est la langue parlée de personne dans la réalité de la vie quotidienne (...) derrière cette langue "nationale", il n'y a pas de « communauté nationale » dont elle serait la langue tout court, dont elle serait bien sur la langue maternelle* »<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup>K.TALEB IBRAHIMI, Les Algériens et leur (s) langue (s), El Hikma, Alger, 1995, p05

<sup>10</sup>G. GRANDGUILLAUME, *Arabisation et politique linguistique au Maghreb*, Maisonneuve et La rose, Paris, 1983, p.11

Par conséquent Cette langue n'est utilisée par les Algériens que dans des situations formelles (école, administration, tribunal...) et elle n'existe pas dans la sphère informelle (conversations entre amis, en famille, dans la rue...)

Par ailleurs, « *cette langue étant perçue et considérée comme composante essentielle de l'identité du peuple algérien est en quelque sorte le ciment de l'unité nationale* »<sup>11</sup>, aussi « *son espace d'utilisation s'élargit sans cesse et s'ouvre sur de multiples domaines, tels l'informatique, l'enseignement des matières scientifiques, univers autrefois réservé exclusivement à la langue française* »<sup>12</sup>.

Après l'indépendance l'Etat algérien a adopté l'arabe standard comme la seule langue officielle afin d'unifier tout le peuple algérien autour de cette langue qui est comme nous l'avons déjà signalé le véhicule de la religion musulmane

#### **e. L'arabe dialectal**

« *L'arabe dialectal est la langue maternelle de 72 % de la population algérienne* »<sup>13</sup>. Pour la plupart des Algériens, c'est un véritable moyen de communication, c'est la langue de la vie quotidienne et la langue de leur première interaction sociale Sans tradition scripturale, cette langue vit et se développe au sein de la population qui l'utilise d'où l'appellation arabe populaire. Elle est utilisée dans les lieux publics : la rue, les cafés, les stades... Elle est employée dans des situations de communications informelles, intimes : en famille, entre amis etc. Par conséquent, même si elle est exclue de toutes les institutions gouvernementales, elle joue un rôle important et ne jouit d'aucun statut officiellement reconnu.

Dans ce contexte R. CHIBANE assure que : « *malgré l'importance numérique de ses locuteurs, et son utilisation dans les différentes formes d'expression culturelle (le théâtre et la chanson), l'arabe dialectal n'a subi aucun processus de codification ni de normalisation* »<sup>14</sup>.

Par conséquent, cette langue n'a pas été codifiée ni standardisée, mais est essentiellement une langue parlée, mais elle est parfois utilisée par certains auteurs dans leurs œuvres de fiction et

---

<sup>11</sup>T. ZABOOT, *Un code switching algérien : le parler de Tizi-Ouzou*, thèse de doctorat, université de la Sorbonne, 1989, p 80

<sup>12</sup> Idem, p 75

<sup>13</sup>J. LECLERC. *Algérie dans « l'aménagement linguistique dans le monde*, Québec, TLFO, université Laval, 24 février 2007. « [http:// www. Ulaval. ce/ ax/ AFRIQUE/ Algérie-1demo. Htm](http://www.Ulaval.ca/ax/AFRIQUE/Algérie-1demo.Htm) » consulté le 6/06/2021.

<sup>14</sup>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 les élèves du lycée Lala Fatma N'soumer*, mémoire de magistère, université de Tizi- Ouzou P.20. 2009

littéraires, en particulier dans les chansons, les poèmes et les œuvres dramatiques, comme le monologue de Mohammed Fellag.

#### **f. La langue française**

C'est après la conquête de 1830 que l'usage de la langue française fut ressenti en Algérie. A l'arrivée des français, les *zaouïas* et les *medersas* se spécialisent dans l'enseignement religieux en arabe. Ces dernières ont été transformées par la suite en écoles pour enseigner la langue française, pour former un nombre important d'indigènes pour occuper l'administration coloniale

*« La langue française a été introduite par la colonisation. Si elle fut la langue des colons, des Algériens acculturés, de la minorité scolarisée, elle s'imposa surtout comme langue officielle, langue de l'administration et de la gestion du pays, dans la perspective d'une Algérie française. »<sup>15</sup>*

Pendant les cent trente-deux ans qu'a duré la colonisation, le français a été la seule langue officielle et a été reconnue par l'Etat colonial pour établir toutes ses institutions

#### **j. La politique d'arabisation**

En 1962, le français est utilisé dans tout le pays : éducation, administration, environnement, secteurs économiques... L'arabe classique n'est appris que par quelques-uns dans les écoles coraniques et perd son statut de langue écrite à cause de la colonisation *«le gouvernement algérien voulait réaliser la face culturelle de l'indépendance en mettant à la place de la langue française la langue arabe, non pas la langue parlée, mais la langue arabe standard issue de l'arabe coranique, ce fut l'objet de la politique d'arabisation »<sup>16</sup>*

La politique d'arabisation se compose de deux volets, l'un explicite et l'autre implicite : le premier consiste à remplacer le français par l'arabe dans tous les usages en Algérie, et le second consiste à conserver l'arabe classique au lieu d'utiliser de nombreuses langues, arabe et surtout berbère. Ces deux dimensions expriment l'essentiel des tensions suscitées autour de l'arabisation.

---

<sup>15</sup>G. GRANDGUILLAUME, *Langues et représentations identitaires en Algérie*, [[http://grandguillaume.free.fr/ar\\_ar/](http://grandguillaume.free.fr/ar_ar/)] (page consulté le 22-06-2021)

<sup>16</sup>G. GRANDGUILLAUME, *La francophonie en Algérie*, école des grandes études en sciences sociales, paris, 09-04-2008 <http://sinistri.canalblog.com/archives/2008/04/09/8718521.html>, pages consultées le 15-04-2021

Cette politique est en vigueur depuis la fête de l'indépendance. Elle est basée sur la politique menée dans le domaine de l'éducation, mais elle implique l'administration et l'environnement. Voici retracées ci-dessous les grandes dates de la promotion de cette politique basée principalement des travaux de KT- IBRAHIMI<sup>17</sup>

- **1963** : Toutes les écoles primaires offraient des cours d'arabe, en raison de 10 heures d'arabe sur 30 heures en français.
- **1964** : - l'arabisation totale de la 1ere année primaire, c'est pourquoi les autorités firent venir 1000 instituteurs égyptiens.
  - Un institut islamique a été créé à l'Université d'Alger et l'ancienne licence en arabe transformée en licence monolingue sur le modèle oriental.
- **1967** : - l'arabisation de la 2eme année primaire.
  - Implantation d'une section arabe à la faculté de droit.
- **1968** : - création d'une licence d'histoire en arabe.
  - Une ordonnance rend obligatoire pour les fonctionnaires la connaissance de la langue nationale.
  - Arabisation de la fonction publique.
- **1970** : arabisation complète de l'enseignement primaire et secondaire.
- **1971** : Perspectives d'arabisation de l'enseignement supérieur.
- **1973** : La commission nationale d'arabisation a été créée pour promouvoir et mettre en œuvre la politique d'arabisation.
- **1975** : première conférence d'arabisation.
- **1976** : - Arabisation de la citoyenneté, noms de rues, plaques et enseignes.
  - Le vendredi est déclaré jour de repos hebdomadaire, au lieu de dimanche.
- **1979** : Les étudiants arabes font grève et réclament l'arabisation des fonctions publiques.
- **1980** : plan national d'arabisation de l'administration, du secteur économique et de la recherche scientifique.
- **1981** : - Création du Conseil national suprême des langues, chargé de la supervision et du contrôle de l'arabisation.
  - Mise en place de l'enseignement du calcul en arabe.

---

<sup>17</sup>K.T.IBRAHIMI, *Les Algériens et leur (s) langue(s)*, Elhikma, Alger, 1995

- **1989** : L'enseignement primaire et secondaire est entièrement arabe, et le français n'est plus une langue d'enseignement autre que le français.
- **1990** : La loi de généralisation arabe, qui rend obligatoire l'usage de cette langue dans tous les documents écrits.
- **1991** : le ministre de l'enseignement supérieur annonce l'arabisation de l'université.
- **1996** : La mise à jour de la loi sur la généralisation de la langue arabe suspendue en 1992. La nouvelle constitution de 1996 a reconnu l'arabe comme la seule langue nationale et officielle, mais a reconnu l'amazighité (identité berbère) comme l'une des trois composantes principales de l'identité nationale, à côté de l'arabité et de l'islamité

Toutes ces décisions en faveur de l'arabe classique ont été remises en cause par toutes les parties, notamment les berbérophones, qui estiment que cette politique exclut totalement leur propre langue. L'usage de l'arabe n'a pas diminué, mais le berbère et le français ont **gagné** quelques avantages :

- **1990** : L'université Tizi Ouzou ouvre le Département de langue et culture Amazighe
- **1991** : l'ouverture d'un autre département à Bejaia
- **1995** : la création symbolique d'un haut-commissariat à l'amazighité (HCA)
- **1998** : revendication des berbérophones de la reconnaissance du berbère. Le 7 juillet, le président Zeroual rejette la reconnaissance du berbère.
- **2002** : Compte tenu des exigences du berbère, l'amendement constitutionnel a fait du berbère la langue nationale.
- **2006** : L'enseignement du français à partir de la troisième année primaire

## **2.1 La situation sociolinguistique à Mostaganem**

En fait, dans l'environnement urbain de Mostaganem, il existe essentiellement deux manières de parler, correspondant à deux groupes sociaux et culturels différents. Chacune de ces formes est caractérisée par des caractéristiques linguistiques, et les locuteurs natifs utilisent ces caractéristiques linguistiques en fonction de leur milieu social et familial. L'un est destiné aux familles urbaines qui vivent en ville depuis au moins trois générations. Le second était utilisé par les vieilles familles citadines de Mostaganem.

Il faut souligner que le parler urbain de Mostaganem a été influencé par la Koinè à certains endroits, notamment au niveau phonétique chez les jeunes locuteurs d'origine urbaine,

d'autant plus que ces locuteurs n'ont pas adopté d'autres caractéristiques du parler urbain. Cela indique que l'emprunt de l'élément [q] utilisé dans certains mots est dans le parler algérois. Egalement, Bien que les gens affluent de la campagne vers la ville, la prononciation occlusale entre les dents existe toujours, mais la même situation se produit également dans la formation de petits verbes à trois et quatre lettres. Tout comme les dialectologues, diverses formes de verbes sont encore utilisées en langue parlée urbaine.

Ibtissam Chachou dit à ce sujet : « En ce qui concerne la structure syllabique courte marquée par Jean Cantine au dans le nom, elle se caractérise par la chute des voyelles courtes dans la syllabe ouverte (par exemple : rokbtî) et coexiste avec la forme avec gémeaux (par exemple : rokkobti), deux types de structures utilisées : la première est utilisée par les usagers urbains, et la seconde est utilisée par les usagers citadins. Par contre, le troisième verbe au radical faible en [û] a un pluriel incomplet a disparu de l'usage des villes et des langues urbaines, Jean Cantineau mentionne que cet usage coexiste avec l'usage d'origine nomade en [u]. Parmi les traits anciens retenus par les locuteurs de la ville, nous avons cité les noms de quaternions pluriels, avec la dernière syllabe sous la forme [brânes] « burnous ». C'est le dictionnaire qui contient le plus de particularités qui caractérisent ces deux variantes. Elle prouve l'existence de deux phénomènes de changement et de résistance au changement. En fait, la parler urbain est définie par l'innovation du vocabulaire, en particulier chez les jeunes locuteurs, tandis que le parler citadin est caractérisée par son ancienneté et son conservatisme. »<sup>18</sup>

### **3. Définition de quelques concepts clés**

#### **3.1 Définition de la sociolinguistique**

La sociolinguistique soutient l'étude de la langue en société ; cette langue peut caractériser le niveau de vie, l'origine ethnique, le niveau culturel, la profession, etc. Elle décrit les différentes variétés qui existent dans la même communauté linguistique.

L'Encyclopédie Larousse<sup>1</sup> définit la sociolinguistique comme une discipline qui étudie la relation entre la langue et les facteurs sociaux et traite de divers phénomènes, tels que la fonction et l'usage de la langue dans la société, la maîtrise de la langue, l'analyse de la langue, et comment la communauté exprime sa façon de langage. Elle comprend tout ce qui est lié à l'apprentissage

---

<sup>18</sup> Ibtissem Chachou. Remarques sur le parler urbain de Mostaganem. Université de Mostaganem : <https://www.gerflint.fr/Base/Algerie4/chachou.pdf>

d'une langue, d'une langue ou d'une parole dans un environnement social, culturel et comportemental.

Pour V. LABOV, la sociolinguistique est la linguistique, c'est-à-dire l'étude de la structure et de l'évolution du langage du point de vue de la phonétique, de la morphologie, de la syntaxe ou de la sémantique, mais doit être envisagée dans un contexte social. La sociolinguistique, c'est la linguistique de la parole, responsable des phénomènes langagiers, son objet est situé dans l'ordre de la société, de la vie quotidienne, de la politique, de l'action et de l'interaction...

Elle étudie également les changements dans l'utilisation des mots, les rituels de dialogue (comportement, réactions de l'individu), la communication et les phénomènes collectifs liés à l'utilisation de plusieurs langues. Quand on regarde les sommaires d'ouvrages de sociolinguistique publiés au cours des dix dernières années, on mesure l'étendue totale du territoire par les concepts suivants : « variété, variation, normes, contact de langue, ».

*« La sociolinguistique est une partie de la linguistique dont le domaine se recoupe avec ceux de l'ethnolinguistique, de la sociologie du langage, de la géographie linguistique et de la dialectologie. La sociolinguistique se fixe comme tâche de faire apparaître dans la mesure du possible la covariance des phénomènes linguistiques et sociaux et, éventuellement d'établir une relation de cause à effet »<sup>19</sup>.*

### **3.2 La sociolinguistique urbaine**

La sociolinguistique urbaine est une nouvelle branche de la sociolinguistique générale, elle étudie la langue dans une société spécifique et s'intéresse au rôle du discours et de la langue liée à la ville dans la configuration urbaine. Le fondateur de cette discipline est Thierry Bulot qui la définit comme une étude de : *«la spatialité où le discours sur l'espace, corrélé au discours sur les langues, permet de saisir des tensions sociales, les faits de ségrégation, la mise en mots des catégories de la discrimination »<sup>20</sup>.*

---

<sup>19</sup>DUBOIS J., « Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage », Larousse-Bordas/HER1999.

<sup>20</sup> BULOT Thierry, et TSEKOS Nicolas, 1999, Langue urbaine et identité. (Langue et urbanisation linguistique à Rouen, Venise, Berlin, Athènes et Mons, Paris, Ed, L'Harmattan, p23

Entre autres, cette nouvelle approche vise à décrire l'organisation cognitive sociale de l'espace, les pratiques discursives associées, et les pensées et attitudes langagières qui y sont diffusées.

La sociolinguistique urbaine considère la ville comme « l'espace urbain » comme l'élément de base de sa recherche, elle s'intéresse donc au paysage urbain à travers l'accès social aux actes de langues. La ville est un terrain de rencontre de différents phénomènes langagiers, d'une richesse et des caractéristiques culturelles spécifiques représente le centre d'intérêt de diverses disciplines. Ainsi, au sens de T. BULOT, la sociolinguistique urbaine a fait de la problématique du terrain urbain plus qu'un simple lieu de recherche. Comme le fait comprendre si bien T. BULOT « *il est bien question de considérer la ville autrement que comme un lieu d'enquête, de la concevoir comme un paramètre contraignant et contraint à des réalités langagières* »<sup>21</sup>

Ainsi, La ville se caractérise par une diversité et un développement continu, dans lesquels la langue joue un rôle important, car elle forme d'abord un espace contenant architecture et organisation, dans lequel les langues coexistent. Il existe divers phénomènes tels que le bilinguisme, le plurilinguisme, le mélange de langues, la diglossie et autres conflits linguistiques.

Dans le domaine de la sociolinguistique urbaine, certains chercheurs insistent sur la nécessité d'accompagner les nouvelles pratiques langagières induites par l'urbanisation à grande échelle. Dans des endroits comme la France, Cette discipline s'intéresse beaucoup aux discours des « banlieues », ce qui montre qu'ils s'attachent à considérer des facteurs comme l'identité de groupe, C'est ce que nous fait comprendre T. BULOT à travers ces lignes.

*Être d'un lieu est aussi savoir dire qui l'on est, mais le dire c'est aussi faire état des tensions et des conflits, c'est encore montrer comment s'opère l'exclusion des minorités sociales. Une ville, et sans doute la ville, n'est surtout pas homogène quant aux pratiques linguistiques : elle est localisée dans une zone nécessairement dialectale et les formes de français qu'on y parle s'organise autour d'une plus ou moins grande présence de traits dialectaux, chacun des locuteurs, suivant son statut social [...] Le parler dit des jeunes, les formes employées d'un*

---

<sup>21</sup> BULOT Thierry, « lieu de la ville et identité », perspective en sociolinguistique urbaine, volum1. ed, l'Harmattan, 1998, p118-119



*quartier à un autre, les langues des diverses communautés en présence, exogènes ou endogènes, montrent que la ville est, de ce point de vue nécessairement multiple.*<sup>22</sup>

Dans le sens de la pertinence du langage et de l'espace, nous orientons notre recherche, qui s'inscrit dans le travail de sociolinguistique urbaine qui étudie l'expression langagière de l'espace urbain, Autrement dit :

*Faire de la sociolinguistique urbaine, ce serait vraiment tenter de saisir, à travers les langues, et plus précisément à travers l'émergence de nouveaux systèmes linguistiques et de nouveaux contacts, les modes d'organisations sociales spécifiques à la ville. Il faut partir de la ville, en comprendre les constructions matérielles et sociales, mais il faut aussi comprendre la force et le rôle des langues dans la définition des villes, voire leurs changements sociaux »*<sup>23</sup>

### **3.3. L'interaction verbale**

Dans ces définitions de l'interaction verbale, nous retenons une de ses définitions de l'interaction conversationnelle : un exercice de parole impliquant une communication entre des participants qui s'influencent mutuellement.

L'interaction verbale est donc une forme d'expression directe qui permet au sujet parlant (locuteur/interlocuteur) de participer au discours établi en coopération. Certains rôles sont définis selon des règles précises, et l'application de ces règles fait partie de la compétence communicative de l'interlocuteur.

Selon C. Kerbrat ORECCHIONI: l'interaction verbale est initiée par des individus qui obéissent les règles sociales des individus en interaction.

Dans ce point, Bakhtine affirme que : « *l'interaction verbale est la réalité fondamentale du langage* »<sup>24</sup> c'est à dire: le langage, dans son usage implique fondamentalement « l'échange », ce dernier signifie qu'il y ait une « réciprocité ».

Par conséquent, l'échange constitue un facteur indispensable dans l'interaction verbale, quoique ce soit le type d'interaction : conversation, dialogue, débat ou entretien, cela signifie que l'interlocuteur a une certaine « dynamisme » à travers sa « communication ».

---

<sup>22</sup>BULOT Thierry, « lieu de la ville et identité », perspective en sociolinguistique urbaine, volum1. éd, l'Harmattan, 1998, p41-45

<sup>23</sup>MOÏSE Claudine, 2003, « Des configurations urbaines à la circulation des langues... ou... les langues peuvent-elles dire la ville ? », Éd, Modulaires Européennes, p53-57.

<sup>24</sup>Vion R., 2000, *La Communication verbale. Analyse des interactions*, Paris : Hachette, p. 95.

L'interaction verbale favorise le développement des relations sociales entre les interactants, «dans la mesure où on ne peut parler sans le faire d'une place et convoquer l'autre dans une place symétrique ou complémentaire (dissymétrique), toute interaction s'édifie à partir de rapport de places qui visualisent la forme effective prise par la relation sociale entre deux individus. [...] La fonction de la conversation consiste à affirmer et confirmer l'existence de liens sociaux privilégiés entre des individus »<sup>25</sup>, confirme Vion.

---

<sup>25</sup>Vion R., 2000, *La Communication verbale. Analyse des interactions*, Paris : Hachette, p. 95.

# Chapitre II

---

**Concepts méthodologiques  
d'analyse**

## 1. Choix de langue lors de prise de parole

Le choix des langues ou l'utilisation d'une langue ou d'une autre dans un contexte de communication est une stratégie qui est conditionnée à la socialisation et à la compétence langagière de chacun ; par conséquent, chacun a des compétences langagières dans des situations différentes qu'il mène avec d'autres locuteurs. Il utilise ses compétences langagières parfois dans le même discours pour faire face à de multiples interactions. Comme l'indique FISHMAN : «*Dans les grandes lignes, ce sont les passages d'une variété à l'autre qui forment l'objet de la sociologie du langage, - ou encore sociolinguistique, - science qui, entre autres, s'efforce de déterminer qui parle quelle variété de quelle langue, quand, à propos de quoi et avec quels interlocuteurs* »<sup>26</sup>.

La sélection de la langue dans une situation communicative appelée interaction entre deux ou plusieurs interlocuteurs ne procède pas de n'importe quelle manière : les interlocuteurs qui interagissent entre eux mettent toujours en œuvre des stratégies pour s'adapter les uns aux autres, afin d'atteindre les objectifs de communication. Ingvild K.B ajoute «*Le choix des langues est influencé par le médium : différentes langues peuvent dominer l'écriture, la lecture et le parler d'une même personne* »<sup>27</sup>.

Cependant, ce choix de langue et même ce changement de langue sont évidemment déterminés par des facteurs psycholinguistiques et extralinguistiques liés au nombre de participants interactifs, aux sujets interactifs et à leur statut. Ce que note Ingvild K.B « les facteurs déterminants pour le choix des langues sont nombreux, et ils sont liés aussi bien aux facteurs individuels (la personnalité et l'identité du locuteur, la nécessité de se faire comprendre) qu'aux structures socioculturels »<sup>28</sup>

Parmi les phénomènes langagiers qui déterminent le choix des langues dans les interactions communicatives, Nous pouvons trouver l'alternance codique ou l'alternance de code. Il s'agit de l'usage alternatif de deux ou plusieurs langues dans une même interaction ou dans un même énoncé. De ce fait, nous pouvons parler d'un locuteur bilingue ou bi-plurilingue « compétence bilingue ».

---

<sup>26</sup>FISHMAN, J.J, (1971) : *Sociolinguistique*, Nathan, Paris ; p17-18

<sup>27</sup>BRODAL IngvildKogstad,(2009) : « *Le français des étudiants à Dakar : usage et attitudes linguistique* »  
<https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/24431/BrodalxIngvildxmasteroppgavexV09.pdf?sequence=1>  
[consulter en ligne le20-4-2021]

<sup>28</sup> Idem

Il existe de nombreuses études sur la pratique des langues, dont Fishman 1965 (qui parle, quelle langue à qui et quand) » En d'autre terme, nous avons besoin de ces éléments très essentielles pour savoir : Qui parle ? À qui ? Quoi ? Où ? Mais c'est surtout comment ? Et pourquoi ?

Qui : C'est un locuteur multilingue qui peut contrôler son dialogue et ses choix linguistiques avec d'autres interlocuteurs.

Quoi : C'est quelle langue parle un locuteur bilingue, cela signifie que ses compétences linguistiques sont relativement liées à son milieu social.

A qui : C'est le statut professionnel et social de l'interlocuteur et ses compétences linguistiques qui déterminent le choix de langue du locuteur lui-même.

Où : C'est la situation de communication et le contexte familial ou professionnel qui détermine le choix de langue du locuteur.

Pour chacune de ses composantes, il est important de savoir comment et pourquoi. Choisir entre une langue ou une autre. Joshua Fishman (1982) a développé des idées sur le domaine du comportement langagier lié aux normes culturelles et une approche sociolinguistique du bilinguisme à partir de ces composants.

## **2. Représentation du français au sein de la société**

Le paysage linguistique en 1962 était dominé par le français qui était la langue utilisée dans l'administration, elle est omniprésente dans l'environnement, et diffusée dans un système éducatif en voie d'expansion.

Après l'indépendance, les choses ont changé « *la langue française a connu un changement d'ordre statutaire et de ce fait, elle a quelque peu perdu du terrain dans certains des secteurs où elle était employée seule, à l'exclusion des autres langues présentes dans le pays, y compris la langue arabe, dans sa variété codifiée* »<sup>29</sup>.

C'est généralement le cas dans les établissements publics (enseignement, formation, tribunaux, administration, etc.) où le champ d'application du français est clairement restreint.

Cependant, le français continue de jouer un rôle important à tous les niveaux de la société algérienne, y compris économique, social et éducatif. Le français maintient encore son prestige

---

<sup>29</sup>T. ZABOOT, Un code switching algérien : le parler de Tizi-Ouzou, thèse de doctorat, université de la Sorbonne, 1989, p.91

dans la réalité algérienne, notamment dans le domaine du savoir. Les Algériens parlent français dans divers domaines, plus précisément dans la vie quotidienne, que ce soit en tant qu'étudiant, homme d'affaires ou homme politique. L'Algérie est le seul pays du Maghreb qui n'appartient pas à la francophonie. Ce rejet vis-à-vis la francophonie soulève souvent des interrogations, et pose toujours la question de la place et de la prégnance de la culture française dans la société, la représentation du joug étranger et ce que la langue française charrie comme culture.

En effet, Le français est un outil de travail important pour les Algériens, que ce soit au travail, à l'école ou dans la rue. La langue de Molière occupe une place symbolique et linguistique. C'est une langue qui peut être utilisée sans faire référence à la France. Pour reprendre les mots de Y. KATEB, c'est « un butin de guerre ». Pour d'autres, c'était et c'est la langue d'ouverture à la modernité, de relation au monde.

Le français n'est pas seulement un héritage de 132 ans de l'ère coloniale, il existe aussi dans la société algérienne en raison de la soi-disant « frontière ». La parabole qui permet de capter TF1, France 2, TV5, et Internet qui rend les échanges avec les francophones possibles et intensifs réduisent la distance entre les deux pays. C'est pour cette raison que la langue occupe une place importante qui mérite d'être préservée, elle permet d'ouvrir sur le monde l'extérieur et de voir un mode de vie différent et universel dans le monde de la francophonie. Elle apparaît directement dans de nombreuses utilisations dans l'éducation, l'administration, les médias et la famille, mais indirectement en arabe et en berbère. Ces derniers empruntent au français de nombreux termes qu'ils arabisent ou berbérissent au point que les locuteurs qui ne savent pas le français n'ont pas nécessairement conscience de l'origine de ces termes.

Dans le domaine de l'éducation, l'arabe a pris le pas sur l'enseignement des matières dans le primaire, le moyen et le secondaire. Mais cette arabisation ne s'est pas produite dans l'enseignement supérieur car le français est toujours la langue d'enseignement des sciences notamment la médecine et les filières techniques. Le malaise que ressentent les nouveaux bacheliers à cause de ce hiatus naît du fait qu'ils ont étudié la langue française comme langue étrangère pendant neuf ans avec un volume horaire réduit. Dans ce cas, il est important d'envisager la possibilité d'une diffusion du français dans le milieu scolaire, selon sa position dans la réalité actuelle

Cette langue occupe également une place importante dans les médias comme en témoigne la radio (Alger chaîne trois) et la télévision (canal Algérie) qui sont diffusées en français, elle

tient aussi une place capitale dans la presse écrite où l'on trouve de nombreux journaux algériens écrits exclusivement en français, comme El Watan, El Moudjahid, Liberté, Le Soir...

Dans le domaine de l'édition et de la diffusion du livre, le français continue d'occuper une place prépondérante, malgré les grands efforts déployés ces dernières années pour promouvoir le livre arabe. Le français connaît une croissance importante dans l'écriture littéraire. Dans ce contexte, T.BEN JELLOUN explique que : « *même si le français était au début la langue du colonisateur. A l'heure actuelle, il est perçu autrement, puisque poètes et romanciers l'utilisent pour exprimer leur enracinement et leurs aspirations* »<sup>30</sup>. Le français est donc omniprésent dans la réalité algérienne. C'est toujours la langue de la transmission du savoir, la langue de la communication, et surtout, c'est aussi un intermédiaire culturel. Il occupe une place importante dans la vie des Algériens et continue de colorer leur discours.

### **3. La communication commerciale**

Tout d'abord, on va définir le mot commerce :

Selon Le Petit Robert, le mot commerce peut être défini comme « opération, activité d'achat et de revente (en l'état ou après transformation) d'un produit, d'une valeur; par ex. prestation de certains services.» (Commerce, 2002).

La communication commerciale est l'ensemble des actions et des messages émis par l'entreprise pour atteindre l'objectif de maintenir une relation entre eux.

« *La communication commerciale est une stratégie de communication de masse visant à transmettre un message à un groupe déterminé d'individus en vue de contribuer à stimuler la demande que ceux-ci peuvent émettre pour des produits ou services donnés .* »<sup>31</sup>

Cette communication fait partie intégrante du marketing, elle permet à l'entreprise de développer son image, de promouvoir ses produits et ses marques. Alors l'entreprise doit se communiquer pour commercialiser ses produits.

Pour une entreprise « communiquer c'est construire son capital image »<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup>T.BEN JELLOUN, «La langue de feu pour la littérature maghrébine », in Geo n° 138, Paris, Août 1990, pp 89-90

<sup>31</sup>J.C DACTOT .la communication commerciale, collection Marabout. Document power point

<sup>32</sup>POMBO,N stratégie de communication des organisations. Cours inédit 2em licence . Kinshasa, IFASIC, 2005-2006, p6

« La communication d'une entreprise est l'ensemble de toutes les informations, messages et signaux de toute nature que l'entreprise décide d'émettre volontairement en direction de publics choisis ou publics-cibles »<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup>LENDREVIE (J), LEVY (J) et LINDON (D), MERCATOR, 8em édition, DUNOD, paris, 2006, p477.



# Chapitre III

---

**Analyse du corpus et interprétations  
des résultats**

## **1. Présentation du domaine d'étude**

### **1.1. Présentation générale d'Algérie Telecom Mobilis**

#### **1.1.1. Historique, missions, objectifs d'ATM**

##### **a. Historique**

ATM MOBILIS est une filiale de la société Algérie télécom et a été fondée le 03 Aout 2003 en tant qu'entreprise publique économique (EPE).

Elle est immatriculée au registre de commerce et possède ses organes sociaux (Assemblée Générale et conseil d'administration). ATM Mobilis est la raison sociale de la société, le nom Mobilis a été sélectionné comme marque commerciale.

Son objectif est d'établir et d'exploiter le réseau de téléphonie cellulaire, de développer et de vendre des services de téléphonie mobile, ainsi que d'entretenir et d'assembler des équipements de téléphonie mobile.

##### **b. Statut juridique**

ATM Mobilis est une société par action (EPE SPA), ses actions sont détenues à 100% par la société mère Algérie Télécom.

**Dénomination siège :** son siège est situé au quartier des affaires BAB EZZOUAR Alger.

##### **c. Missions et objectifs d'ATM Mobilis**

###### **➤ Missions d'ATM Mobilis**

ATM Mobilis ambitionne de devenir le leader de la téléphonie mobile en Algérie et vise à contribuer au développement économique et social de l'Algérie en fournissant des services de haute qualité à la portée de tout le monde.

Ses principaux objectifs sont :

- Offrir aux clients un réseau de haute qualité couvrant l'ensemble de la population sur tout le pays ;
- Acheminer tous les flux (appels, SMS, MMS, données...etc.) dans des conditions optimales quel que soit la destination demandée ;
- Proposer des offres simples claires transparentes et sans surprises ;
- Améliorer continuellement ses produits, ses services et sa technologie ;
- Rester à l'écoute des clients et répondre les plus brefs délais.

- Innover continuellement : être à la pointe de la technologique et adapter son réseau et ses services aux exigences de la future société de l'information.

### ➤ **Objectifs d'ATM MOBILIS**

Mobilis se fixe des objectifs communs à savoir : la satisfaction du client et la rentabilité financière, ainsi que des objectifs qui touchent différents domaines :

#### ● **Objectifs globaux**

- Assurer la qualité du développement futur de Mobilis, et s'adapter aux normes internationales, aux méthodes et pratiques de gestion interne ;
- Établir avec succès une nouvelle organisation Mobilis et améliorer le professionnalisme de l'équipe par la gestion de la performance ;
- Renforcer la marque Mobilis sur le marché algérien ;
- Développer la facturation par l'acquisition de nouveaux clients, la fidélisation des clients existants et le développement des usages (offres et service) ;
- Restez à la pointe de la technologique devant la compétition.

#### ● **Objectifs commerciaux**

- Atteindre une part de marché en parc de plus de 40% ;
- Etre le premier opérateur des parts de marché sur les offres de nouvelles technologies ;
- Consolider le parc post payé et prépayé ;
- Augmenter l'ARPU prépayé et post payé.

#### ● **Objectifs marketings et communication**

- Créer des offres attractives répondant aux besoins de chaque marché et segment de marché ;
- Promouvoir de nouveaux services : WAP, MVPL, VPN ;
- Renforcer la présence de Mobilis dans le domaine du commerce : affichage, point de vente, Boutiques Mobilis ;
- Développer la communication interne pour permettre aux collaborateurs de participer au développement de l'entreprise et augmenter la motivation.

#### ● **Objectifs d'infrastructures commerciales**

- Développer le réseau VD pour démarrer l'activité dans les wilayas (58 boutiques Mobilis en 2006) et la possibilité d'ouvrir des bureaux de proximité Mobilis ;

- En 2006, un accord de franchise a été signé pour l'ouverture de plus de 50 boutiques franchisées Mobilis (vente Prepaid + Postpaid) ;

- Renforcer le réseau ventes indirectes en augmentant le nombre de points de vente de 6000 à 10000.

• **Objectifs infrastructures réseaux**

- En 2006 ,2500 sites (BTS) supplémentaires ont été introduits en 2006 qui sont passés de 1940 à environ 4500 BTS ;

- Améliorer la fiabilité et la qualité du réseau (création d'une direction des transmissions, nouvelle organisation de la maintenance,) ;

- Renforcer la capacité du réseau ;

- Continuer à expérimenter la technologie UMTS : réseau, service, connexion et formation.

• **Objectifs organisationnels**

- Achever la conception du nouveau siège (mai 2006) et commencer sa construction ;

- Améliorer la qualité des fonctionnements entre directions centrales et directions régionales et déterminer une structure de gestion basée sur des procédures spécifiques procédures spécifiques, des tableaux de bord et supervision de gestion ;

- Mettre en place avec succès une organisation qualité et mettre en œuvre le plan d'actions qualité pour Mobilis ;

- Renforcer la structure et l'organisation des opérations

• **Objectifs Ressources Humaines**

- Passer de 1776 agents au 31-12-05 à 4100 agents en 31-12-08 ;

- Garantir les mises à niveau, le développement et la valorisation des compétences par l'élaboration et la mise en œuvre de plan de formation et de perfectionnement du personnel ;

- Développer un système de rémunération efficace pour développer les motivations ;

- Développer les systèmes de gestion des ressources humaines intégrés par l'élaboration des différents systèmes de gestion (recrutement, formation, évaluation de performance, gestion des carrières,).

Cas de l'agence de Mostaganem :

## **1.2. Présentation de l'agence de Mostaganem**

### **1.2.1 Création et implantation de l'agence Mobilis de Mostaganem**

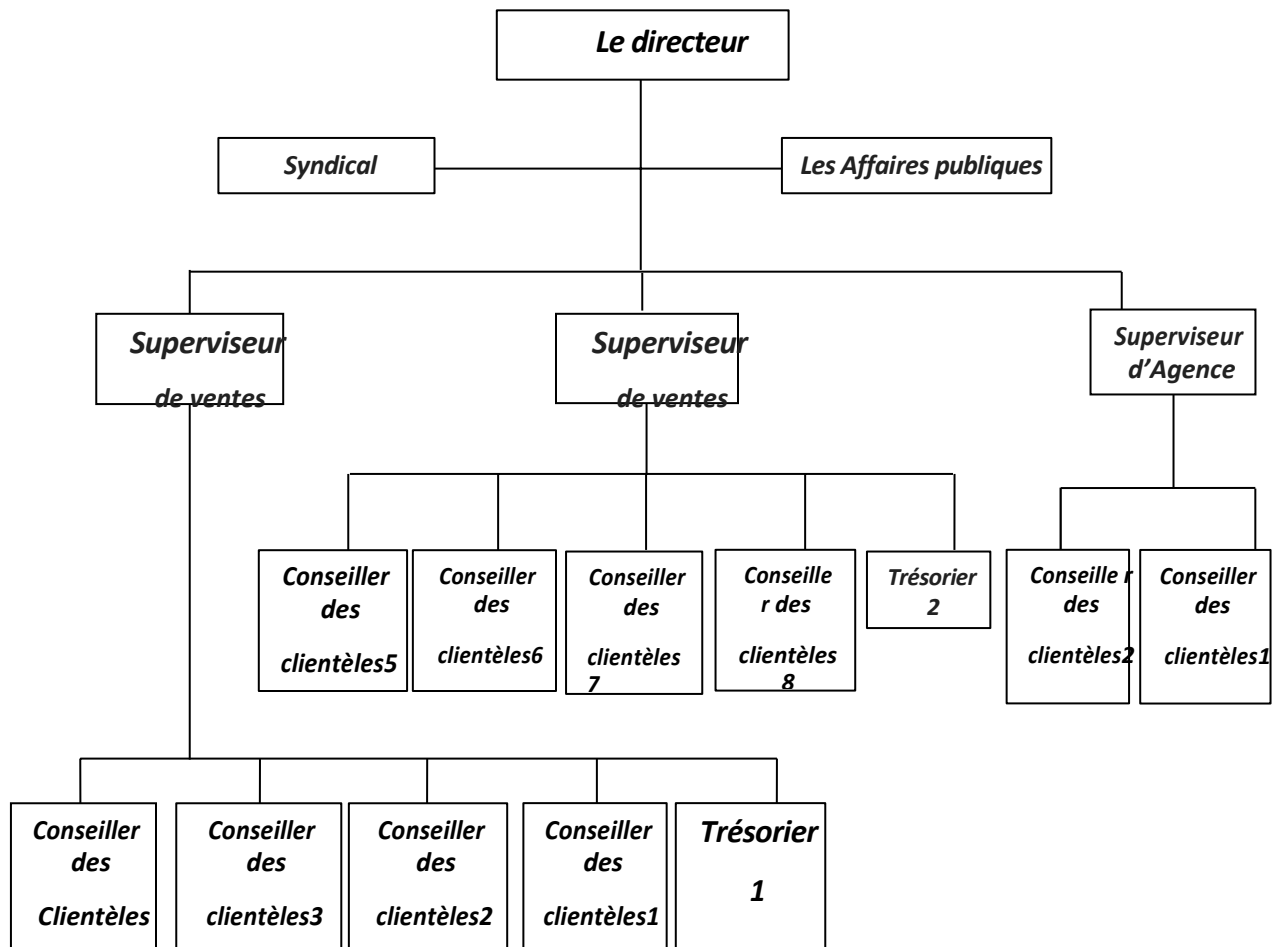
L'agence commerciale Mobilis de Mostaganem a été créée en Octobre 2005 avec une superficie de 245 m<sup>2</sup>. Son siège social est situé au niveau de la Rue Ben Yahya Belkacem, Mostaganem,

L'agence a mis en place son propre service assistance clients ouvert tous les jours de 08h:00 à 18h:00 sans interruption. Actuellement elle emploie une trentaine de personnes dont l'importance va de l'agent d'accueil jusqu'au chef d'agence.

### **1.2.2 Rôle de l'agence Mobilis de Mostaganem**

L'agence commerciale Mobilis de Mostaganem a pour objectifs :

- De réaliser une marge bénéficiaire et assurer le développement facile de l'entreprise Mobilis ;
- D'informer les clients sur les nouvelles innovations (marketing et technologie) qu'ATM Mobilis réalise chaque trimestre ;
- Commercialiser les produits d'ATM Mobilis ;
- Proposer ses produits disponibles aux clients ;
- Fidéliser les clients ;
- Renforcer la force de vente ;
- Améliorer son chiffre d'affaire ;



**Figure N° 1.** l'organigramme de l'agence MOBILIS -wilaya de Mostaganem

**Source :** Document interne sur la représentation d'ATM, département vente directe et distribution wilaya de Mostaganem, Mars, 2014

## 2. Cadre méthodologique

### 2.1. Présentation et description du questionnaire

« *Le questionnaire peut se présenter sous deux formes, une forme structurée et une forme non-structurée ; le questionnaire structurée est composé des questions fermées ou semi-fermées tandis que le questionnaire non structuré comprend exclusivement des questions ouvertes.* »<sup>34</sup>

Afin de vérifier les hypothèses de notre problématique nous allons réaliser un questionnaire auprès des employés de l'agence commerciale Mobilis ATM de Mostaganem. Il s'agit de 20 fonctionnaires dont le directeur, les superviseurs, les conseillers, les trésoriers et les agents d'accueils.

Nous avons opté pour la forme structurée qui facilite notre travail et simplifie la compréhension des questions. Il contient 13 questions qui représentent :

- Le recours à la langue française dans l'entreprise.
- les formes de la langue française en usage O /E.
- La formation en langue française.
- La langue dominante an sein de l'entreprise.
- L'exigence de la langue française.
- Les difficultés comp (O.E/Expr, O/E).
- La représentation de la langue française.

« *Les questions fermées suscitent de la part du sujet une réponse positive ou une réponse négative, mutuellement exclusive (...). Dans un questionnaire structuré, les questions peuvent être semi-fermée elles prennent alors la forme de question à choix multiples ou un ensemble de réponses préé tablier est suggéré au sujet qui choisit parmi les réponses alternatives...* »<sup>35</sup>

Nous avons distribué presque 20 questionnaires, chaque exemplaire se compose de 13 questions, qui sont sous forme structurée fermée et semi-fermée. Nous avons choisi des employés selon le niveau scolaire, le sexe et le poste de travail.

---

<sup>34</sup>Calvet Louis-Jean et Dumont Pierre (dir.), L'enquête sociolinguistique, Paris : 1999L'Harmattan.

EXTRAITS

<sup>35</sup>idem

## 2.2. But et groupe cible du questionnaire

Le but de cette enquête est de prendre les informations et les avis de 20 fonctionnaires de Mobilis ATM dont le directeur, les superviseurs, les conseillers les trésoriers et les agents d'accueil concernant la langue qu'ils utilisent pour la communication soit au sein de l'agence ou avec les clients ainsi que l'utilité de la langue française dans la communication.

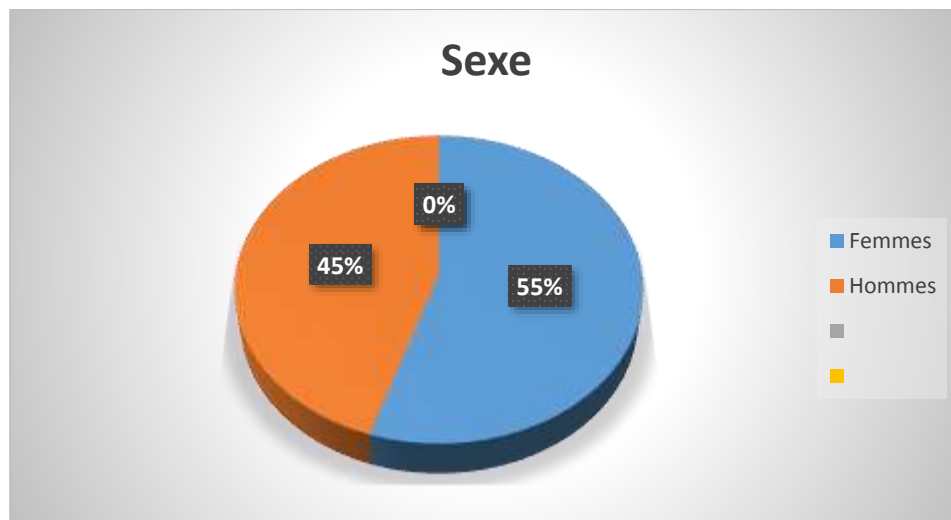
Les résultats obtenus vont nous permettre de confirmer ou infirmer nos hypothèses et déterminer le rôle et l'importance de la langue française dans cette entreprise.

*« Le but du questionnaire étant de permettre d'obtenir des informations auprès d'une population déterminée, il convient de poser des questions appropriées, c'est-à-dire des questions dont les réponses fournissent des informations pertinentes par rapport au sujet de la recherche. »<sup>36</sup>*

### a. Taux des employés selon le sexe

**Tableau n°1. Le sexe**

Réponse	Nombre	Pourcentage
Masculin	9	45%
Féminin	11	55%



**Figure n°1. La représentation graphique du sexe des enquêtés**

<sup>36</sup>Calvet Louis-Jean et Dumont Pierre (dir.), L'enquête sociolinguistique, Paris : 1999 L'Harmattan. Extrait p18

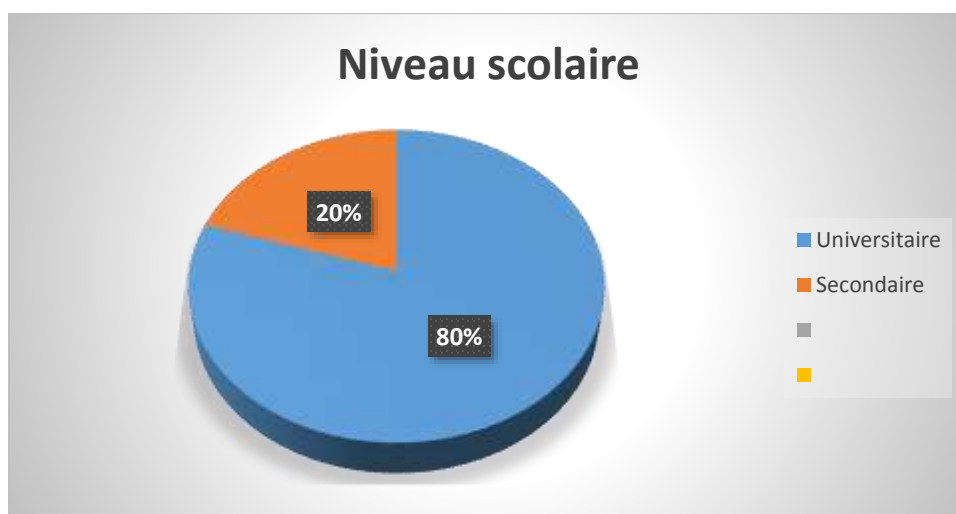


Comme nous le présente ce graphique, nous avons questionné 20 employés au sein de l'agence, dont 11 femmes qui représentent 55% et 9 hommes qui représentent 45%. On a essayé d'équilibrer entre les deux sexes.

**b. Niveau scolaire des employés**

**Tableau n°2.** Le niveau scolaire des enquêtés

Niveau scolaire	universitaire	secondaire
Nombre	16	4
Pourcentage	80%	20%



**Figure n°2.** La représentation graphique du niveau scolaire des enquêtés

Les réponses indiquent que la plupart des employés ont un niveau universitaire qui représente 80%, les autres 20% ont le niveau secondaire.

Donc, nous constatons que les 80% des employés qui ont eu le niveau universitaire sont le directeur, les superviseurs, les conseillers, les trésoriers et les 20% représentent les agents d'accueil.

### 3. Présentation et interprétation des résultats

#### 3.1. Analyse des réponses obtenues

##### 3.1.1 Questionnaire destinés aux employés de l'agence Mobilis

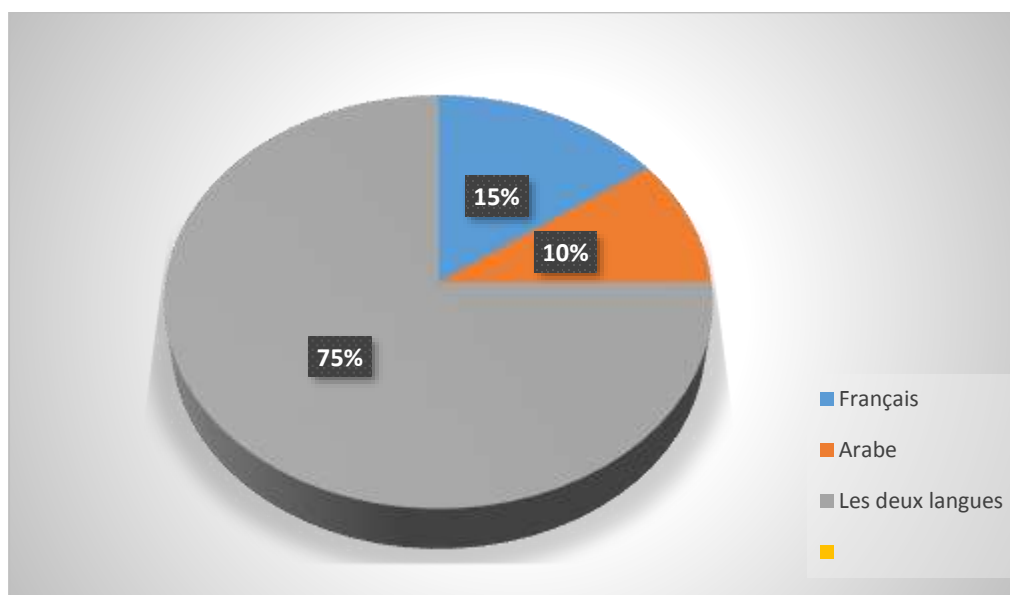
**Question n°1** : Pour vérifier l'usage du français chez les employés de Mobilis ATM, on leur a posé la question suivante :

Quelle langue utilisez –vous pour communiquer avec vos clients ?

Ces employés doivent choisir entre l'usage de l'arabe, l'usage du français et l'usage des deux langues.

**Tableau n°3.** La langue utilisée dans l'entreprise

Langue utilisée	Nombre	Pourcentage
français	3	15%
arabe	2	10%
Les deux langues	15	75%



**Figure n°3.** La représentation graphique de la langue utilisée dans l'entreprise

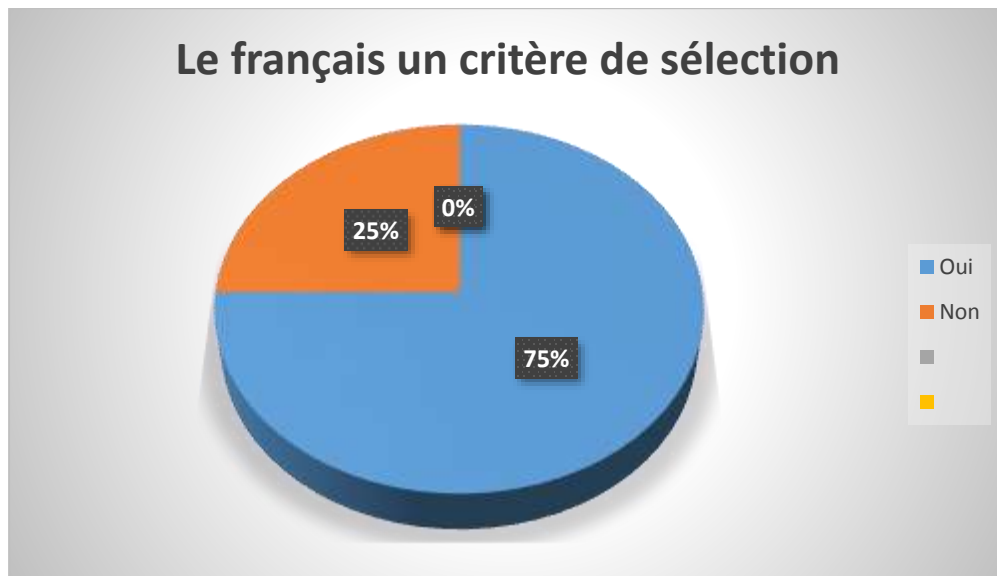
Après avoir le résultat ci-dessus, nous pouvons dire que 75% des employés utilisent les deux langues : arabe et français contre 15% pour la langue française et 10% pour l'arabe. D'après les fonctionnaires, Le recours à l'utilisation de deux langues s'explique par le fait que la majorité des clients s'expriment en utilisant les deux langues.

**Question n°2** : Afin de vérifier si le français est un facteur essentiel dans la sélection des employés avant le recrutement, on a posé la question suivante :

Question n° 2 : la langue française est-elle une condition pour avoir un poste de travail dans cette agence ?

**Tableau n°4.** Le français critère de sélection des employés

	Nombre	Pourcentage
<b>Oui</b>	15	75%
<b>Non</b>	5	25%



**Figure n°4.** La représentation graphique du critère de la sélection des employés

Selon les réponses, 75% des enquêtés ont répondu par oui, et 25 ont répondu par non. A partir de cela, nous avons noté que la majorité des fonctionnaires ont eu leur poste de travail grâce à la maîtrise de la langue française, alors que pour le reste le français n'était pas une condition d'admission.

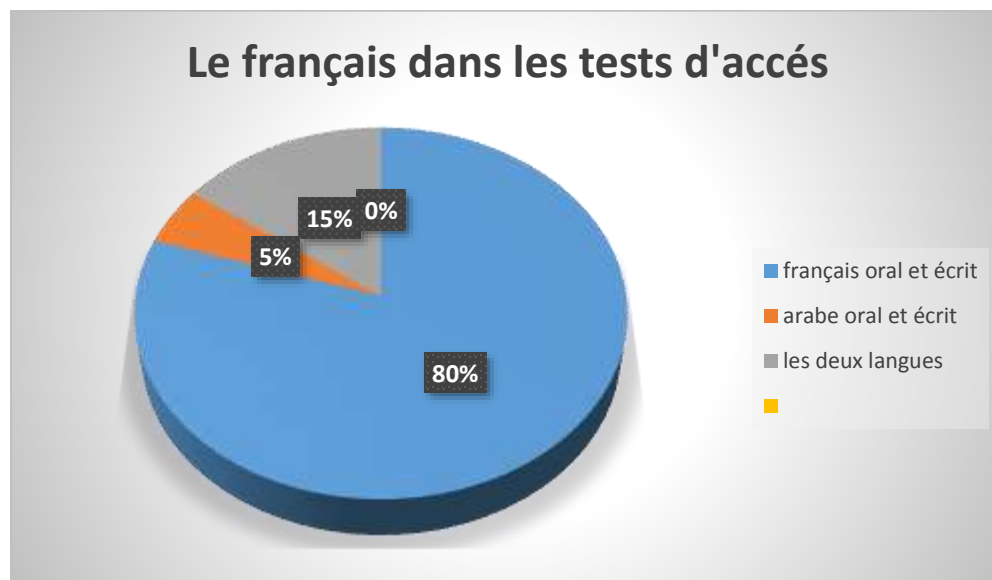
**Question n°3** : On a voulu également savoir si le français est une langue en usage dans les tests d'accès à Mobilis ATM de Mostaganem, c'est pourquoi on a posé la question suivante :

Les tests d'accès à l'agence sont-ils faits en français ou en arabe ?

Oral ou écrit ?

**Tableau n°5.** Le français dans les tests d'accès

Les tests d'accès	Nombre	Pourcentage
Français oral et écrit	16	80%
Arabe oral et écrit	1	5%
Les deux langues	3	15%



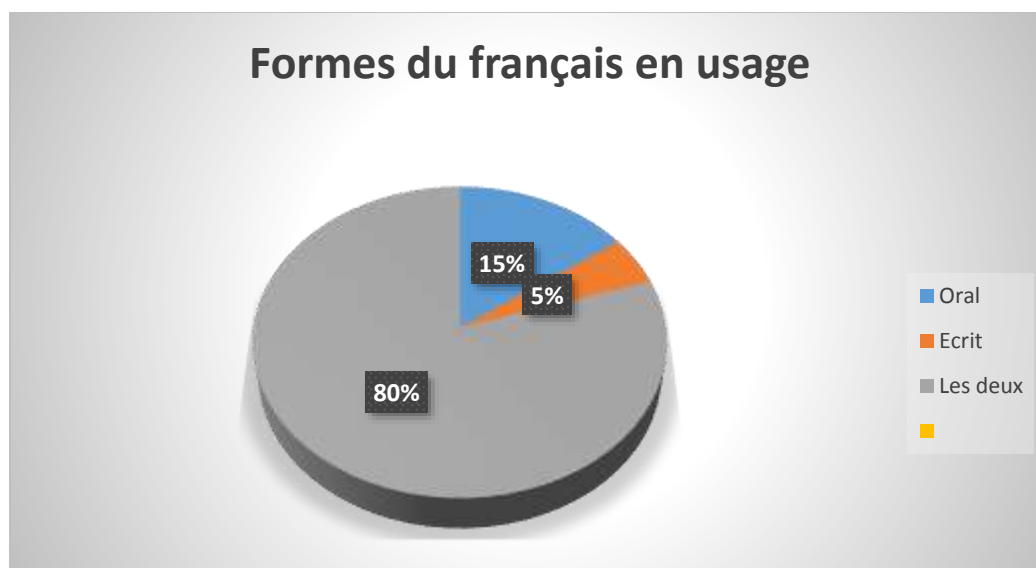
**Figure n°5.** La représentation graphique du français dans les tests d'accès

Les réponses obtenues montrent que 80 % des participants ont passé leurs tests d'accès en français oral et écrit, alors que 5% des employés ont fait le test en arabe oral et écrit et finalement 15% pour ceux qui ont passé le test en deux langues.

**Question 04 :** Dans votre agence, la langue française est-elle orale ou écrite ?

**Tableau n°6.** Les formes de la langue française en usage oral et écrit

	Nombre	Pourcentage
<b>Oral</b>	3	15%
<b>Ecrit</b>	1	5%
<b>Les deux</b>	16	80%



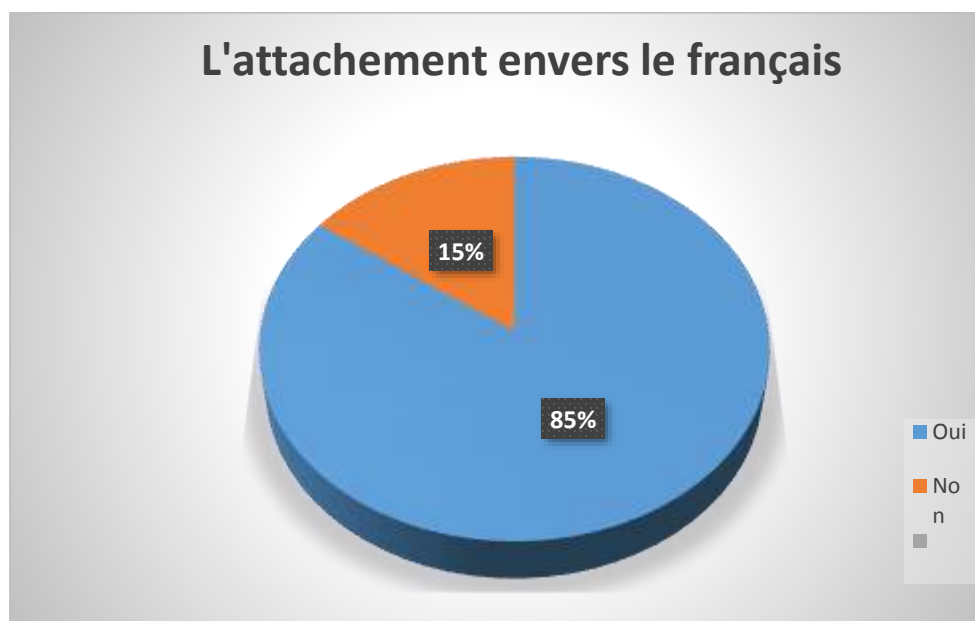
**Figure n°6.** La représentation graphique des formes de la langue française en usage oral et écrit

Un regard sur les résultats indique que l'entreprise utilise les deux formes de la langue française orale et écrite Ceci a été conclu par le pourcentage des réponses suivantes : 80% de ceux qui ont dit qu'ils utilisent les deux formes du français, 15% de ceux qui ont répondu que c'est la forme orale et dernièrement, 5% pour la forme écrite.

**Question n° 5 :** Aimerez-vous améliorer votre niveau en langue française ?

**Tableau n°7.** L'attachement des employés envers la langue française

	Nombre	Pourcentage
<b>Oui</b>	17	85%
<b>Non</b>	3	15%



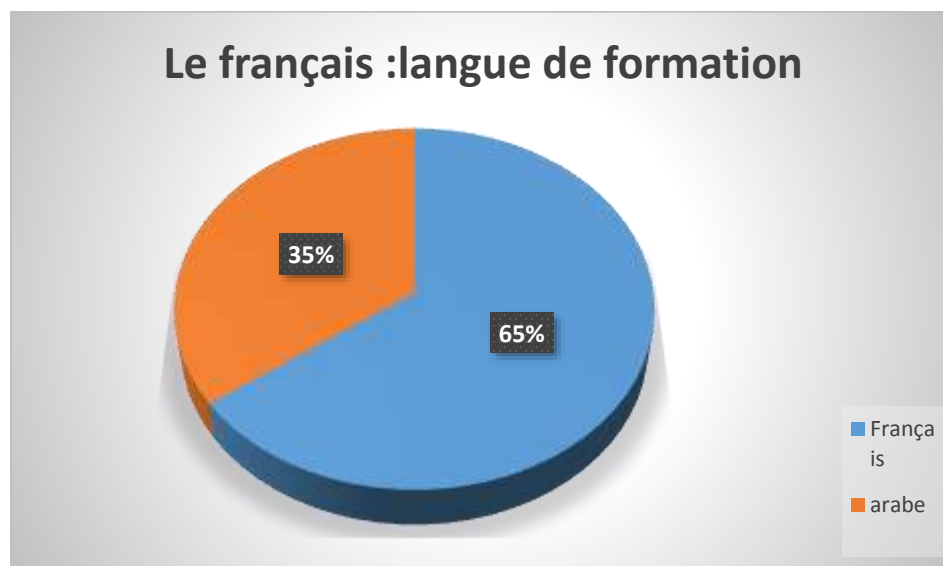
**Figure n°7.** La représentation graphique de l'attachement des employés envers le français

Les résultats ont montré que la majorité des employés veulent améliorer leur niveau en langue française où nous avons enregistré un taux élevé 85%. Alors que, 15% de nos enquêtés ne veulent pas améliorer leur niveau du fait qu'ils ont un bon niveau.

**Question n° 6** : En quelle langue avez-vous suivi votre formation ?

**Tableau n°8.** Le français : langue de formation

	Nombre	Pourcentage
Oui	13	65%
Non	7	35%



**Figure n°8.** La représentation graphique de la langue de formation

A travers les résultats ci-dessus, le diagramme a enregistré 65% des fonctionnaires qui ont suivi leur formation en langue française, et 35% d'employés qui ont suivi leur formation en langue arabe.

**Question 07** : Quelle est la langue la plus utilisée dans la communication orale au sein de l'agence ?

On a voulu à travers la question suivante comparer l'usage du français à l'oral par rapport à celui en écrit.

**Tableau n°9.** La langue dominante au sein de l'entreprise

	Nombre	Pourcentage
<b>Français</b>	18	90%
<b>Arabe</b>	2	10%

**Figure n°9.** La représentation graphique de la langue dominante au sein de l'entreprise

Nous constatons que 90% de nos enquêtés utilisent la langue française en disant que leur domaine se base sur le français ainsi que tous les documents relatifs à l'agence sont en français. Tandis que, l'arabe se réserve une place très faible estimé de 10%. Autrement dit, la majorité des fonctionnaires n'utilisent pas la langue arabe au sein de l'entreprise malgré que c'est leur langue maternelle.



**Question 08 : Est-ce que l'agence impose l'utilisation de la langue française ?**

**Tableau n°10.** L'exigence de la langue française

	Nombre	Pourcentage
<b>Oui</b>	16	80%
<b>Non</b>	4	20%



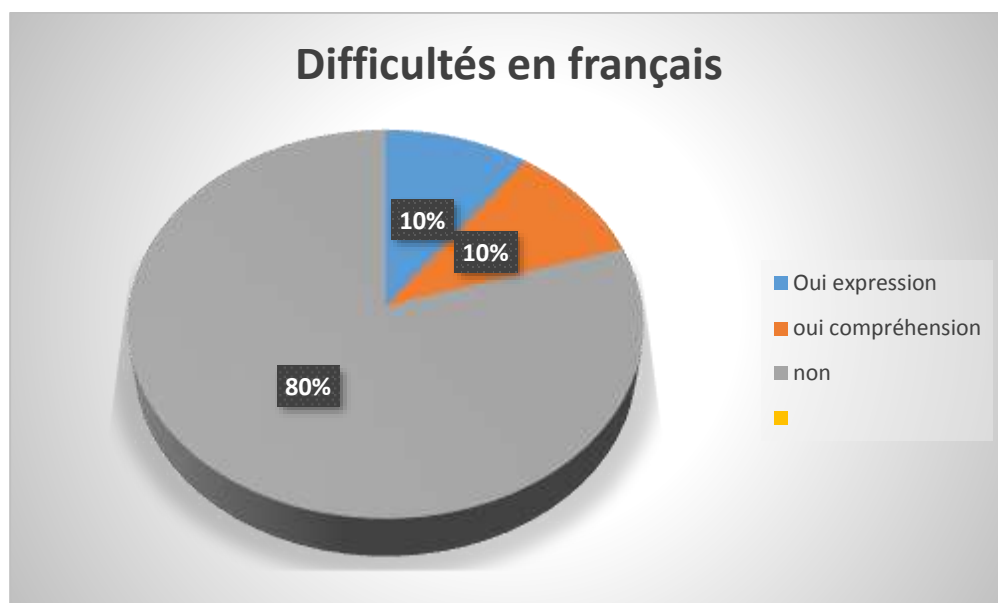
**Figure n°10.** La représentation graphique de l'exigence de la langue française

Nous remarquons que l'entreprise oblige les travailleurs d'utiliser la langue française où le diagramme nous a enregistré 80% des réponses positives en justifiant que la situation de travail les oblige à utiliser la langue française contre 20% des enquêtés qui ont répondu négativement.

**Question° 09 :** Rencontrez-vous des difficultés dans l'usage de la langue française ? si oui, au niveau de l'expression ou la compréhension ?

**Tableau n°11.** Les difficultés de la langue française

	Nombre	Pourcentage
<b>Oui expression</b>	2	10%
<b>Oui compréhension</b>	2	10%
<b>Non</b>	16	80%

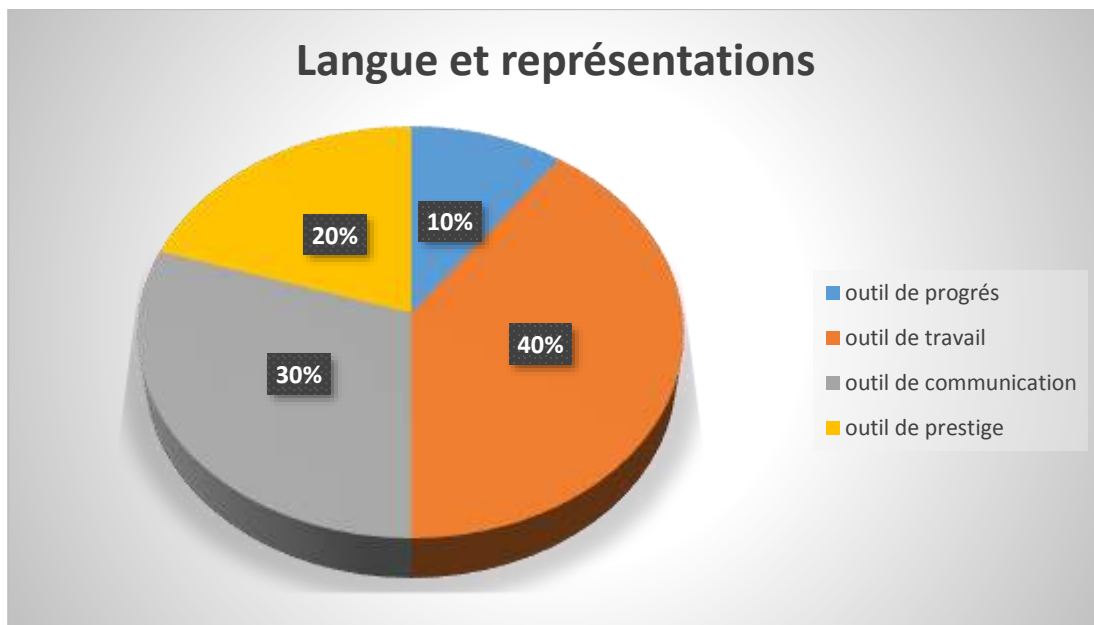
**Figure n°11.** La représentation graphique des difficultés de la langue française

Concernant cette question, nous relevons que 80% des employés ne rencontrent pas des difficultés au niveau de la langue française, mais 10% de nos enquêtés trouvent des contraintes au niveau de l'expression ; autrement dit, au niveau de la communication ils reçoivent le message c'est -à-dire ils comprennent la langue mais ils ne peuvent pas répondre et s'exprimer en langue française.

**Question n°10** : Que représente la langue française pour vous ?

**Tableau n°12.** La représentation de la langue française

Langue et représentation	Nombre	Pourcentage
Outil de travail	8	40%
Outil de communication	6	30%
Outil de progrès	2	10%
Outil de prestige	4	20%



**Figure n°12.** La représentation graphique de la représentation de la langue française

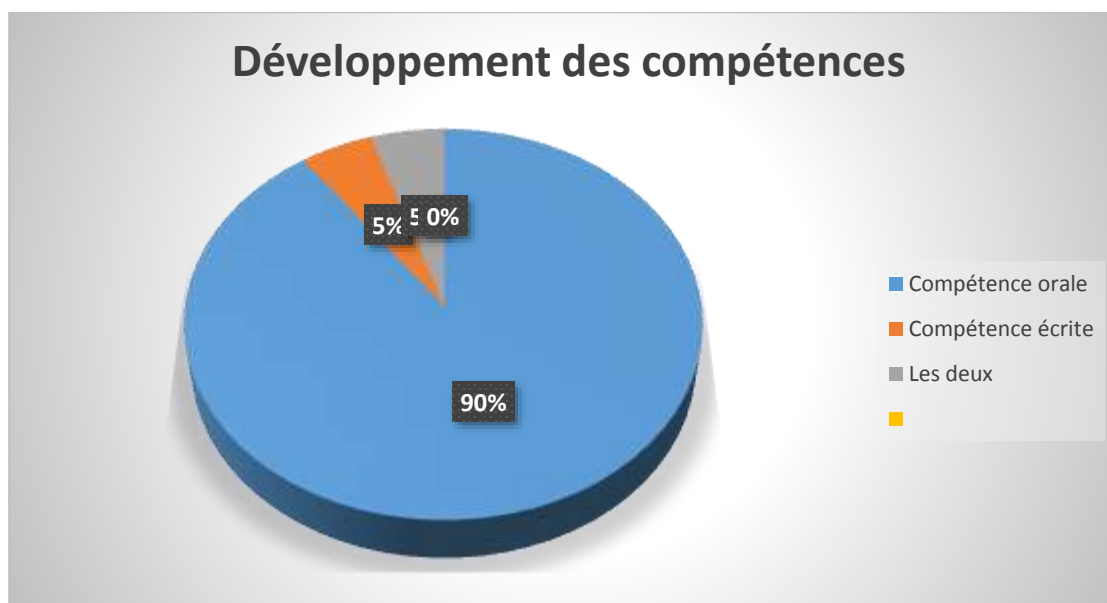
A partir de ces résultats, nous constatons que presque la moitié des employés considèrent la langue française comme un outil de travail à un taux de 40%. Par contre, Une partie des enquêtés de 30% ont déclaré que le français représente un outil de communication, les quelques réponses qui restent, sont différenciées entre 20% outil de prestige et 10% outils de progrès.

Donc, nous pouvons dire que le français représente la langue de communication et de travail au sein de l'entreprise sans oublier la déclaration de quelques employés que le français reste une langue de prestige pour les femmes.

**Question n°11** : Au sein de l'agence, quel type de compétence voulez-vous développer ?

**Tableau n°13.** Compétence à développer dans l'entreprise

Compétences	Nombre	Pourcentage
Compétence orale	18	90%
Compétence écrite	1	5%
Les deux	1	5%



**Figure n°13.** La représentation graphique de la compétence à développer dans l'entreprise

D'après l'analyse des réponses des sujets enquêtés, nous avons constaté que 90% des fonctionnaires cherchent à développer la compétence communicative à l'oral au sein de l'agence. Par contre, 5% des enquêtés veulent développer la compétence linguistique correspondante à l'écrit et 5% (une seule personne) qui a répondu les deux.

**Question n° 12 :** D’après vous, l’utilisation de la langue française peut-elle permettre à l’agence de développer la stratégie de la communication ?

**Tableau n°14 :** L'apport du français à la communication

	Nombre	Pourcentage
<b>Oui</b>	19	95%
<b>Non</b>	1	5%



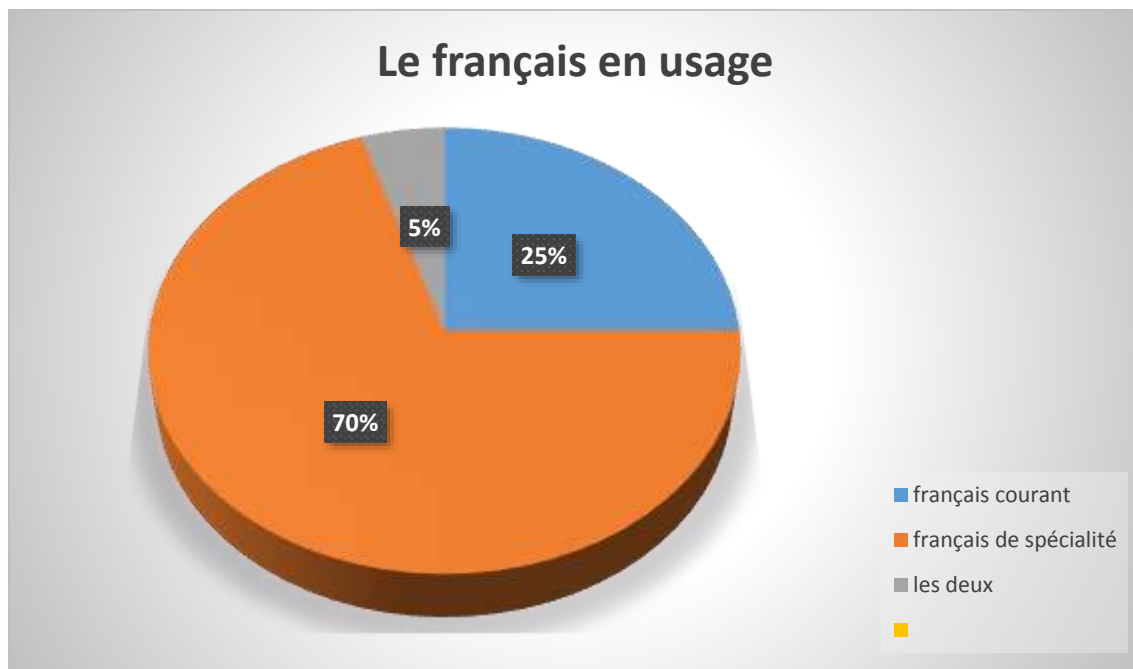
**Figure n°14.** La représentation graphique de L'apport du français à la communication

Selon les résultats de ce tableau, nos enquêtés jugent positivement l’utilisation de la langue française à un taux de 95%, en déclarant que puisque le français est considéré comme un outil de communication et de travail donc ça aidera le développement de la stratégie de la communication dans notre entreprise. Tandis que, 5% déclarent que le français est n’est qu’une langue de travail et elle n’a aucun rapport avec le développement de la stratégie de la communication.

**Question n°13** : Quel type de français utilisez-vous au sein de l'agence ?

**Tableau n°16.** Type du français usuel dans Mobilis ATM

	Nombre	Pourcentage
<b>Français courant</b>	5	25%
<b>Français de spécialité</b>	14	70%
<b>Les deux</b>	1	5%



**Figure n°15.** La représentation graphique de type du français usuel dans Mobilis

Les réponses ont différé entre les deux types de français ou on a obtenu 70% de ceux qui ont dit qu'ils utilisent le français de spécialité au sein de l'agence, 25% pour le français de spécialité et 5% pour ceux qui ont déclaré qu'ils utilisent les deux types du français.

### 3.1.2 Questionnaire destinés aux clients

Ce questionnaire est destiné aux clients afin de vérifier leur langue préférée lors de la communication avec les conseillers de Mobilis ATM de Mostaganem pour demander de multiples services.

Il s'agit de 10 clients dont 6 femmes et 4 hommes, nous les avons rencontrés au sein de l'agence Mobilis de Mostaganem.

**Question n° 1 :** Par quelle langue préférez-vous communiquer avec les conseillers de Mobilis ATM ?

**Tableau n°16.** Langue utilisée par le client

Langue utilisée	Nombre	Pourcentage
français	1	10%
arabe	2	20%
Les deux	7	70%



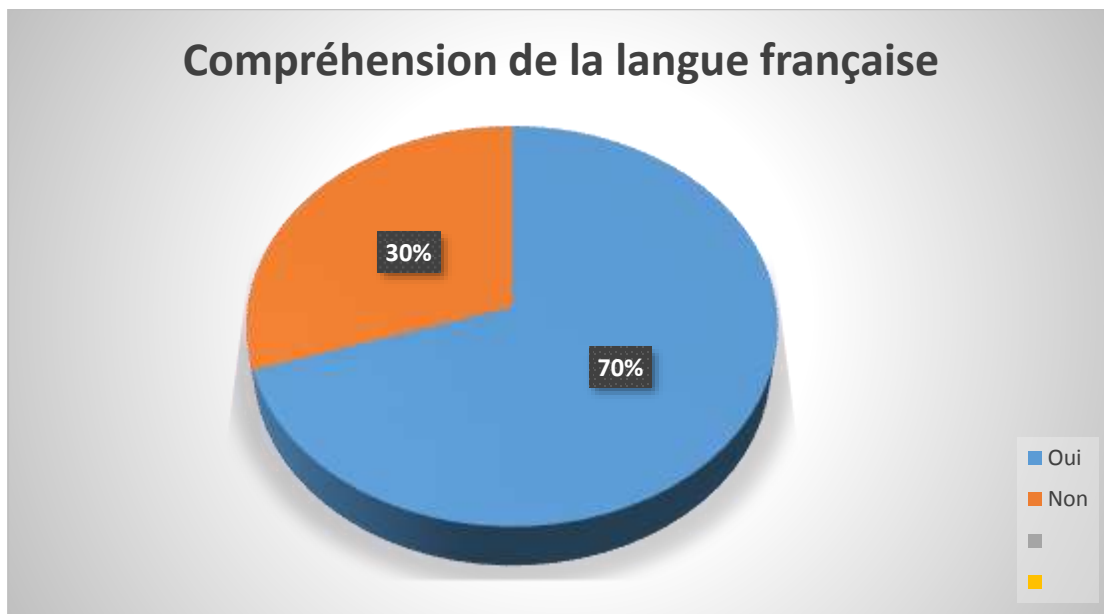
**Figure n°16.** La représentation graphique de la langue privilégiée par le client

Après avoir le résultat ci-dessus, nous pouvons dire que 70% des clients utilisent les deux langues : arabe et français contre 10% pour la langue française et 15% pour l'arabe. D'après les clients, l'utilisation de deux langues nous permet de transmettre le message au fonctionnaire.

**Question n° 02 :** si le fonctionnaire vous parle en français, trouvez-vous des difficultés pour comprendre ce qu'il dit ?

**Tableau n°17. Compréhension de la langue française**

	Nombre	Pourcentage
<b>Oui</b>	3	30%
<b>Non</b>	7	70%



**Figure n°17.** La représentation graphique de la compréhension de la langue française

D'après le graphique, 70% des clients comprennent le français et ils n'ont pas des difficultés de la compréhension, par contre 30% trouvent des difficultés. Cela est dû au fait que le peuple algérien est francophone et comprend le français parfaitement.



### 3.2 Synthèse

Après avoir compté les réponses des personnes interrogées, nous avons obtenu les résultats suivants :

D'après les trois premières questions, nous avons relevé que le français a un rôle très important au sein de l'agence, ou nous y avons enregistré un taux très élevé, comme nous l'avons noté, ils utilisent le français dans l'oral et l'écrit.

D'une autre part, nous avons enregistré qu'une minorité des enquêtés seulement qui rencontrent des contraintes et des difficultés en français, la majorité, malgré leur bon niveau, ils veulent toujours améliorer leurs français.

De plus, la communication a une place primordiale dans une agence commerciale, comme nous l'avons constaté, l'agence cherche à développer la compétence de la communication, dont, les employés considèrent le français comme une langue de communication et de travail

Nous avons noté aussi que les clients préfèrent utiliser les deux langues arabe et français pour communiquer avec les conseillers de MOBILIS et ils ne rencontrent pas des difficultés de la compréhension de la langue française.

En conclusion, nous pouvons dire que grâce à ce questionnaire, les employés et les clients de Mobilis donne une valeur et une importance à la langue française en préservant sa notoriété.

# Conclusion générale

## Conclusion générale

L'objectif principal de notre recherche est de déterminer le rôle et la place de la langue française dans l'agence commerciale MOBILIS de Mostaganem.

En vue d'atteindre cet objectif, nous avons mené une étude basée sur l'analyse des réponses recueillies à travers l'enquête par un questionnaire effectué auprès des employés et clients de l'agence MOBILIS.

Le présent travail nous a permis d'examiner les hypothèses émises au début de notre travail et qui sont les suivantes :

- La langue française occupe une place importante dans la communication commerciale.
- Le français est la langue dominante lors de l'interaction verbale.
- Le service commercial opté pour la langue française dans ces documents écrits

En fonction des résultats obtenus, nous avons pu confirmer ces hypothèses et constater que la langue française joue un rôle très important dans la communication commerciale où elle est présente par sa forme orale et écrite, elle est considérée comme un moyen de communication privilégié par rapport à la langue arabe. Nous avons également remarqué que notre langue maternelle l'arabe dialectal se déroule comme un outil de communication orale. Pourtant les employés de l'agence Mobilis ont tendance envers la langue française et ils sont motivés pour l'apprendre et améliorer leur niveau notamment en matière de l'oral.

Finalement et en ce qui concerne les résultats du questionnaire destiné aux clients, nous avons noté que les clients préfèrent utiliser les deux langues arabe et français pour communiquer avec les conseillers de MOBILIS et ils ne rencontrent pas des difficultés de la compréhension de la langue française.

Nous avons alors confirmé que le français généralement est une langue de travail et de communication au sein des sociétés commerciales privées que ce soit pour les clients ou pour les employés.

De ce fait, nous pouvons dire que malgré que la langue arabe est la langue maternelle en Algérie mais la langue française présente son statut et marque sa place en tant qu'une langue de travail et de communication dans les entreprises algériennes.

En conclusion, nous estimons que l'objectif initial de notre recherche que nous avons fixé au début est atteint et que les hypothèses émises sont confirmées. Par contre, cette recherche est loin d'être achevée vu qu'il y a des pistes qui restent encore à explorer.

# **Bibliographie**

## Bibliographie

### Ouvrage :

1. Bulot, T & Tsekos, N. 1999, Langue urbaine et identité. *Langue et urbanisation linguistique à Rouen, Venise, Berlin, Athènes et Mons*. Paris : l'Harmattan.
2. Ben Jeloun, T.1990. *La langue de feu pour la littérature maghrébine*.in in Geo n° 138. Paris.
3. Chaker, S. 1991. *Manuel de linguistique berbère I*. Alger : Bouchène.
4. Calvet, L & Dumont, P (dir.) 1999. *L'enquête sociolinguistique*. Paris : L'Harmattan.
5. Fishman, J.J. 1971.*Sociolinguistique*. Paris : Nathan.
6. Grand guillaume, G.1983. *Arabisation et politique linguistique au Maghreb*. Paris : Maisonneuve et La rose.
7. Gumperz, J.1989. Sociolinguistique interactionnelle : *une approche interprétative*. Université de la Réunion : L'Harmattan
8. Martinet, in Taleb Ibrahim K.1997.Les Algériens et leur(s) langue(s). *Eléments pour une approche sociolinguistique de la société algérienne*, Préface de Gilbert Grand guillaume. ALGER : EL-Hikma
9. Moïse, C.2003. *Des configurations urbaines à la circulation des langues... ou... les langues peuvent-elles dire la ville ?* Modulaires Européennes.
10. Taleb Ibrahim, K1995. *Les Algériens et leur (s) langue (s)*, Alger : El Hikma.

### Dictionnaires :

1. Dubois, J.1973. *Dictionnaire de linguistique*. Paris : Larousse.
2. Dubois, J.1999. *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*. Larousse. Paris : Bordas

### Mémoires et thèses consultés :

1. Abdelhamid, S. 2002.*Pour une approche sociolinguistique de l'apprentissage de la prononciation du français langue étrangère chez les étudiants du département de français*. Thèse de doctorat. Université de Batna.
2. Chibane, R .2009.*Etude des attitudes et de la motivation des lycéens de la ville de Tizi-Ouzou à l'égard de la langue française : cas les élèves du lycée Lala Fatma N'soumer*, mémoire de magistère. Université de Tizi-Ouzou.
3. Zaboote, T.1989. *Un code switching algérien : le parler de Tizi-Ouzou*. Thèse de doctorat. Université de la Sorbonne.

**Sites consultés :**

1. BRODAL Ingvild Kogstad, (2009) : « *Le français des étudiants à Dakar : usage et attitudes linguistique* »

<https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/24431/BrodalxIngvildxmasteroppgavexV09.pdf?sequence=1> [consulté en ligne le 20-4-2021)

2. Chachou, I *Remarques sur le parler urbain de Mostaganem*. Université de Mostaganem : <https://www.gerflint.fr/Base/Algerie4/chachou.pdf> (consulté le 14-05-2021)

3. IBRAHIMI, T, KH, 2010, « L'Algérie : coexistence et concurrences des langues », dans L'Année du Maghreb [En ligne], 1/2004, mis en ligne le 08 juillet 2010, URL : <http://anneemaghreb.revues.org/,p305> : consulté le [28/07/ 2021]

3. Grand guillaume, G. 2008. *La francophonie en Algérie*, école des grandes études en sciences sociales. Paris, <http://sinistri.canalblog.com/archives/2008/04/09/8718521.html>, (consulté le 15-04-2021)

4. Grand guillaume, G. *Langues et représentations identitaires en Algérie*, [<http://grandguillaume.free.fr>] (page consulté le 22-06-2021)

5. Leclerc .2007. *Algérie dans « l'aménagement linguistique dans le monde*, Québec, TLFQ, université Loyal. « [http:// www.Ulaval.ca/ax/AFRIQUE/ Algérie-1demo. Htm](http://www.Ulaval.ca/ax/AFRIQUE/Algérie-1demo.Htm) » consulté le 6/06/2021.

**Articles :**

1. Bulot, T. 1998. Lieu de la ville et identité, *perspective en sociolinguistique urbaine*, Vol (1). 118-119

2. Derraji, Y. le français en Algérie : *langue emprunteuse et empruntée, le français en Afrique*, N°13. Paris : Didier-Erudition.

**Documents :**

1. DACTOT, J.C. *la communication commerciale* : collection Marabout. Document power point

2. Pombo, N .2005-2006. *Stratégie de communication des organisations*. Cours inédit 2em licence. Kinshasa : Ifasic.

# **Annexe**



## Questionnaire destinés aux fonctionnaires de l'agence Mobilis de Mostaganem

Dans le cadre d'une étude sur le langage et la communication commerciale, nous vous invitons à bien vouloir faire part et répondre au questionnaire suivant :

Sexe :

Homme  Femme

Niveau scolaire :

Secondaire  Universitaire

1- Quel poste occupez-vous dans cette agence ?

.....

2- Quelle langue utilisez –vous pour communiquer avec vos clients ?

Français  Les deux langues

Arabe  Autre(préciser)

3- La langue française est-elle une condition pour avoir un poste de travail dans cette agence ?

Oui  Non

Si oui, Pourquoi ?

.....

4- Les tests d'accès à l'entreprise sont-ils faits en français ou en arabe ?

Oral ou écrit ?

Orale  Ecrite  Les deux

5- Aimerez-vous améliorer votre niveau en langue française ? Et pourquoi ?

Oui  Non

.....

6- En quelle langue avez-vous suivi votre formation ?

Français  Autre

Arabe

7- Quelle est la langue la plus utilisée dans la communication orale au sein de l'agence ?

Français  Arabe  Autre

8-Est-ce que l'agence impose l'utilisation de la langue française ?

Oui  Non

9-Rencontrez-vous des difficultés dans l'usage de la langue française ?

Oui  Non

-Si oui, au niveau de l'expression ou la compréhension ?

Compréhension  Expression

10-Que représente la langue française pour vous ?

Outil de travail  Outil de progrès

Outil de communication  Outil de prestige

11- Au sein de l'agence, quel type de compétence voulez-vous développer ?

Compétence orale  Les deux

Compétence écrite

12- D'après vous, l'utilisation de la langue française peut-elle permettre à l'agence de développer la stratégie de la communication ?

Oui  Non

13- Quel type de français utilisez-vous au sein de l'agence ?

Français courant  Les deux

Français de spécialité