

REBUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATAIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE ABDLHAMID IBN BADIS-MOSTAGANEM

FACULTE DES LANGUES ETRANGERES
DEPARTEMENT DE LANGUE FRANCAISE



MASTER : Didactique du Plurilinguisme et Politiques Educatives

**« Etude de l'usage de la langue française chez
l'opérateur téléphonique "OOREDOO", cas de l'espace
OOREDOO Mostaganem».**

Présenté par : HAFFANE BENERMAS Sofiane

Membre du jury :

Président : BENTAIFOUR Nadia

Encadreur : MAGHRAOUI Amina

Examineur : NEHARI Nadjia

Année universitaire 2015/2016

Remerciements

Je remercie de près ou de loin tous ceux qui ont participé à la réalisation de ce travail.

Toute ma gratitude vers mon encadreur : Mme MAGHRAOUI pour ses précieux conseils, orientations et disponibilité.

Je remercie également mes enseignants pour leurs dévouements, leurs générosités et leurs directives dans l'achèvement de mon travail.

Un grand merci à monsieur BENDJAFAR Mohamed pour son aide, de m'avoir permis d'accéder à l'administration et la collecte des données.

Enfin, je remercie ma famille et mes amis de m'avoir encouragé tout au long de la recherche.

Dédicace

A

Mes très chers parents en témoignage de ma reconnaissance envers le soutien, les sacrifices et tous les efforts qu'ils ont fait pour mon éducation ainsi que ma formation.

A

Mes chers frères, et mes chers amis pour leur affection, compréhension et patience et tous ceux qui ont une relation avec la réalisation du présent travail.

A

*Celle qui a été toujours à mes côtés durant la réalisation de ce travail, **Chahinez.***

Table des matières

<u>Introduction générale</u>	06
Problématique.....	07
Hypothèses.....	08

Volet Théorique

Chapitre I:

La situation sociolinguistique en Algérie

Introduction.....	11
1– La situation sociolinguistique en Algérie.....	12
1-1-L’arabe.....	12
1-1-1-L’arabe scolaire ou classique.....	12
1-1-2-L’arabe dialectal.....	13
1-1-3-L’arabe moderne.....	13
1-2-Le berbère et le Tamazight.....	14
1-3-Les langues étrangères.....	15
1-3-1-Le français.....	15
1-3-1-1-Le français dans l’enseignement.....	16
1-3-1-2-Le français et les médias.....	16
1-3-2-L’anglais et l’espagnol.....	18
2-La politique d’arabisation en Algérie.....	18
3-La persistance du français dans les administrations algériennes.....	19
Conclusion.....	20

Chapitre 2 :

Définitions de quelques concepts sociolinguistiques

1-Le bilinguisme et la diglossie.....	22
2-Le plurilinguisme.....	22

3-L'alternance codique.....	22
4-Distinction entre alternance codique et code mixing.....	21

Volet Pratique

Chapitre I:

La présentation du corpus

1-Aperçu général sur le lieu de recueil de données.....	26
Organigramme de la compagnie « OOREDOO ».....	28
2-Les concepts Marketing au sein de la boutique « OOREDOO ».....	29
2-1-Le Back Office.....	29
2-2-Le Front Office.....	29
2-3-L'Intranet.....	30
2-4-Flyer.....	30

Chapitre II:

La méthodologie de l'enquête et l'analyse des résultats

1-Recueil des données.....	32
1-1-Constat.....	32
2-L'entretien.....	36
3-Analyse des réponses.....	37

Conclusion Générale.....	40
---------------------------------	-----------

Bibliographie et Webographie

Annexe

Introduction Générale



Introduction générale

Toute communication, quelque soit la société, dépend des langues qui la véhiculent, qu'elles soient orales ou écrites. D'autre part, le plurilinguisme est le cas le plus répandu dans le monde. Ce qui est confirmé en Algérie par un capital linguistique qui contient quatre langues :

l'arabe scolaire et le français « destinés aux communications écrites », l'arabe dialectal algérien et le berbère « destinés aux communications orales ». Ces langues cohabitent et se pratiquent simultanément dans le pays.

Quelle que soit les relations existante entre ces dernières, elles s'influencent les unes les autres. Afin de les gérer, une organisation s'impose, et cela en établissant une politique et un programme linguistiques. Cela réside à donner pour chacune d'elle un statut qui lui permettra de jouer un rôle dans la communication au sein de la vie sociale en Algérie.

Ne faisant pas exception à la mondialisation, l'Algérie s'est ouverte aux différentes sociétés notamment aux compagnies téléphoniques internationales, ces dernières se sont implantées un peu partout dans le territoire national en acquérant au fils du temps un nombre considérable de clients faisant d'elles des institutions à part entière.

Dans un cadre de recherche linguistique en vue de l'obtention d'un diplôme de Master en langue française, spécialité: **Didactique du plurilinguisme et politiques éducatives**, nous nous intéressons aux productions administratives écrites et orales, c'est-à-dire le français en usage dans ces compagnies téléphoniques.

A ce titre, notre recherche s'intitule : « Etude de l'usage de la langue française chez l'opérateur téléphonique "OOREDOO", cas de l'espace OOREDOO Mostaganem».

Le but principal de notre recherche est de montrer la véritable place qu'occupe le français, au détriment de la loi qui interdit totalement son utilisation dans les administrations algériennes : Article 4 de la loi n° 91-05 du 16 janvier 1991 « *les administrations publiques, les institutions, les entreprises et les associations, quelle que soit leur nature, sont tenues d'utiliser la seule langue arabe dans l'ensemble de leurs activités telles que la communication, la gestion administrative, financière, technique et artistique* »¹, parce qu'en vrai, le français est encore utilisé dans ce secteur.

Effectivement, bien que l'arabe scolaire a subi un grand retard par rapport au français en Algérie pendant la période de colonisation française, il a été promu - après l'indépendance- comme la seule langue officielle et nationale dans tous les secteurs. En outre, alors que le statut du français est celui d'une langue étrangère, il est considérablement maintenu en Algérie. Compte tenu de ce bilinguisme administratif en Algérie, nous nous posons la question suivante :

Quel est le degré d'utilisation du français dans les compagnies téléphoniques internationales en Algérie ?

Pour répondre à cette question, plusieurs interrogations s'imposent dont :

- ❖ Quel est le statut réel du français au sein de ces compagnies?
- ❖ En tant que langues de travail, y a-t-il une complémentarité entre l'arabe et le français ?
- ❖ Pourquoi cette alternative d'utilisation ? Est-ce une nécessité ou un choix?

1. Article 4 de la loi n° 91-05

Les questions posées ci-dessus reposent sur les hypothèses suivantes :

- Il est impossible nier que le français est présent dans la réalité sociolinguistique algérienne.
- Utiliser la langue française permet d'être à jour avec les nouvelles technologies contrairement à l'utilisation de l'arabe scolaire.
(Dans notre cas, l'utilisation des Smartphone et les tablettes....etc.)

Dans cette optique, notre travail sera réparti en deux volets, l'un théorique et l'autre pratique:

Le volet théorique regroupe deux chapitres :

En premier lieu, nous entamons la situation sociolinguistique existante en Algérie pour pouvoir se mettre dans le paysage linguistique réel afin d'adopter une approche la plus adéquate à notre recherche et cela en passant par des définitions bien détaillées.

En deuxième lieu, nous consacrons un second chapitre pour définir quelques concepts sociolinguistiques dont nous aurons besoin dans notre recherche.

Le volet pratique regroupe lui aussi deux chapitres :

Dans le premier chapitre, nous allons définir « OOREDOO » qui sera notre terrain de recherche et présenter notre corpus.

Le deuxième chapitre sera consacré à l'enquête, aux présentations des résultats et l'analyse.

Enfin, nous clôturons notre projet de recherche par une conclusion générale pour évoquer les buts atteints.

Volet Théorique



CHAPITRE I :
La situation
sociolinguistique en
Algérie.

Introduction

L'Algérie est peuplée depuis l'antiquité par les berbères. Son emplacement stratégique a été le témoin de plusieurs invasions: phénicienne, romaine, byzantine, arabe, turque, espagnole et française.

De toutes ces conquêtes, celle des arabes est plus longue et la plus profonde. Le berbère a cédé sa place petit à petit à la langue arabe, celle de l'Islam et du Coran.

L'impact de la colonisation française est très important dans la société algérienne. 1830, année qui a marqué l'histoire de l'Algérie, car elle fait subir notre pays la colonisation française. Afin de concrétiser ses aspirations économiques et politiques, la France va appliquer en Algérie la politique de la terre brûlée, pratiquer une guerre intensive contre la culture arabe et détruire tous les fondements de l'identité algérienne basée sur les principes de la religion musulmane. La France n'hésite pas à imposer sa langue qui provoquera l'effondrement progressif de l'arabe et bouleversera les normes culturelles de la société algérienne. L'armée coloniale a commencé par éliminer toutes les écoles coraniques et les mosquées. Les établissements scolaires ont été détruits avec acharnement.

Bien après, cette langue mal vue, devient désormais le moyen privilégié des Algériens pour accéder aux postes d'administration. C'est-à-dire à partir de la première guerre mondiale, les Algériens choisissent la langue française comme le moyen d'expression et de résistance.

Cette nouvelle conception pour le français notamment après 1920, va aider les Algériens dans la lutte pour l'indépendance. Rappelant ici que la langue française n'était pas uniquement imposée sur les Algériens, mais aussi sur les minorités européennes.

1 – La situation sociolinguistique en Algérie

En Algérie, les langues en usage utilisés par les Algériens pour leur besoin de communication, à des degrés de maîtrise inégaux, sont d'un côté les langues nationales (l'arabe dans ses différentes variétés, le tamazight), et de l'autre côté nous avons les langues étrangères (français, anglais...).

Nous avons, à première vue quatre langues importantes, de par leur usage et leur statut en Algérie. Nous avons l'arabe classique comme langue officielle, le français langue étrangère, l'arabe algérien ou dialectal comme langue d'usage quotidien et le tamazight. Bien que le tamazight soit moins répandu dans l'usage que l'arabe dialectal, mais, ces dernières années, et sous pression d'un mouvement de revendication identitaire, il est promu langue nationale et introduit dans le système éducatif, notamment dans les régions kabyles.

1-1- L'arabe

Au lendemain de l'indépendance, le premier parti politique en Algérie, le FLN a rapidement agi pour la récupération des édifices du pays, les référents identitaires, ainsi que la valorisation de la langue arabe. Longtemps négligée à cause de la colonisation française, elle devient après 1962 la langue nationale de l'Etat algérien. Ses variétés sont :

1-1-1-L'arabe scolaire ou classique

Il est défini par la fixation de sa forme et la régularité de ses règles grammaticales et surtout par leur richesse qui le rendent très compliquée pour l'apprentissage et inexploitable pour toute communication à usage quotidien. Quoique officiel, pourvu d'un prestige important, l'arabe classique n'est langue maternelle de personne. Il ne connaît pas un usage spontané, il est exclusivement appris par le biais des institutions scolaires et utilisé dans les contextes formels particuliers.

1-1-2-L'arabe dialectal

« L'arabe dialectal est la langue maternelle de 72% de la population algérienne »¹

essentiellement orale, permet l'intercompréhension entre les différents membres de la société algérienne.

Correspondant à des parlers locaux de chaque région de l'Algérie, l'arabe dialectal est caractérisé par des spécificités d'ordre phonétique, morphosyntaxique et sémantique.

Ainsi le /qa/ est propre au parler algérois. L'arabe dialectal demeure jusqu'à aujourd'hui une langue de grande socialisation, car nous pouvons dire que c'est la langue maternelle de la grande majorité des Algériens. Il est subdivisé en plusieurs parlers locaux qui varient selon la région (Rurale/ Urbaine) ou l'espace géographique.

Le parler ou le langage urbain concerne surtout les citoyens. Ce parler provient historiquement des grandes dynasties et populations qui ont vécu dans les grandes villes d'Algérie telles que : Alger, Oran, Constantine, Tlemcen, Bejaia. Par ailleurs, nous distinguons des parlers spécifiques à chaque région de l'Algérie :

- L'algérois, qui couvre toute la zone du centre de l'Algérie jusqu'à Bejaia.
- A l'est du pays et à partir de Sétif, la capitale des hauts plateaux prédomine un parler rural spécifique à la région, réputé aussi par son recours à l'emprunt par exemple nous trouvons des mots comme : / largiteh / "je l'ai largué", / tilifonitleh / " je lui ai téléphoné ", / rizervit / " j'ai réservé" / Mstagni / " Stagner " /Tsaturite/ :Je suis saturé... etc.

1-1-3-L'arabe moderne (standard)

Les sociolinguistes algériens font part ces dernières années de l'émergence d'une autre variété d'arabe qui serait une variante intermédiaire entre les deux précédentes, à savoir l'arabe classique et à l'arabe populaire algérien. L'émergence de cette nouvelle variante concerne tous les Etats du Maghreb, d'ailleurs au Maroc on parle de l'arabe marocain médian.

En Algérie, cette variété est appelée tantôt arabe standard, tantôt arabe scolaire ou

1. J.LECLERC. Algérie dans
« L'aménagement
linguistique dans le monde.
Québec 24 Février 2007 »

arabe moderne. Aussi différentes que soient les dénominations, ces arabes renvoient à une même réalité linguistique. Même si les sociolinguistiques ne semblent pas d'accord sur la dénomination à attribuer à cette nouvelle variété de l'arabe, ils semblent tous d'accord qu'il s'agit d'une langue de communication d'une élite ayant suivi un cursus scolaire plus ou moins long. A propos de la langue moderne, Helmy Brahim note : "L'arabe moderne, langue des mass médias, du débat politique, de la littérature contemporaine, des échanges universitaires est de plus en plus (...) forme de communication entre deux arabes venant de pays arabes différents à condition qu'ils aient suivi une scolarité minimum et qu'ils ne disposent pas de la possibilité de s'exprimer dans une autre langue véhiculaire"¹. Et à propos de l'arabe standard, Taleb Ibrahim Khaoula note : "L'arabe standard est bien, à l'heure actuelle, le support de la littérature moderne avec l'apparition d'une nouvelle forme d'écriture arabe, mais il est surtout vulgarisé par les mass médias écrits et parlés qui contribuent à son expansion et par là même à son uniformisation dans toute l'aire arabophone"².

Bien que cette nouvelle variante de l'arabe s'impose de plus en plus dans le paysage linguistique algérien, l'arabe classique garde toujours son prestige. "En Algérie, plus que partout ailleurs, lorsqu'on parle de la langue arabe, c'est bien entendu à l'arabe classique que l'on fait référence"³.

1-2-Le berbère ou le tamazight

La langue berbère ou langue amazighe est une langue ancestrale à tradition orale.

La population berbérophone ne se distingue de la population arabophone que par l'emploi du tamazight et de certains parlers dont le kabyle est le plus usité. Les Kabyles sont centrés dans la grande kabylie, les massifs de Djurdjura, la région du centre est de Bejaia à Sétif et même la capitale. Le chaoui, une des variétés du tamazight s'emploie exclusivement dans les massifs des Aurès. Nous trouvons dans la région du Mزاب et le massif du Hoggar le mozabite et le terguie.

1. Helmy (B), in Les Algériens et leurs langues,

2. Taleb Ibrahim (Kh.), op. cit., p. 31

3. Idem., p. 25.

Par ailleurs, on dénombre plusieurs autres parlers comme le chalhi, le chanoui, le ouarglais... jadis fort présents dans le paysage linguistique algérien, et qui maintenant sont supplantés par l'arabe.

Cependant, cet arabe est souvent parsemé de mots appartenant à ces dialectes comme preuve de leur existence.

1-3- Les langues étrangères

1-3-1-Le français

Langue officielle unique lors de la période coloniale (1830-1962). Elle a profondément marqué l'inconscient du peuple algérien à travers plusieurs générations et cela se confirme après l'indépendance. Avec l'indépendance et la politique d'arabisation, le français a connu un recul quant à sa diffusion et à sa maîtrise. Cependant, son usage est encore très largement répandu comme le montre les enseignes publiques pratiquement toujours bilingues français-arabe malgré son statut de langue étrangère.

Nous notons ici la condamnation par le parti démocrate de l'élite francisant de la promulgation de la nouvelle loi sur l'arabisation. Pour ce parti démocrate, le français doit être revendiqué et inclus dans le système scolaire. Notre pays, nouvellement indépendant a le droit de récupérer ses édifices y compris la langue maternelle, mais sans pour autant persister à considérer le français comme langue des colons et de la chrétienté. Au contraire, les algériens doivent concevoir le français différemment.

Donc, la langue française, qui est au service de l'économie, nous permet d'éviter la régression et l'isolement, parce que la science et la technique s'enseignent en langues étrangères auxquelles on refuse de s'ouvrir.

Force est de constater que la langue française dite étrangère ne l'est pas, car elle est omniprésente dans le milieu social et culturel des algériens même si elle a été exclue de l'enseignement et de certains secteurs de l'administration. Cependant, nous ne pouvons pas estimer le nombre de locuteurs algériens maîtrisant le français,

car les données statistiques concernant l'utilisation du français ne sont pas évidentes et ne sont pas vraiment établies de

manière rigoureuse. Nous pouvons néanmoins vérifier le nombre de locuteurs parlant cette langue à travers la population scolarisée, l'enseignement (secondaire, universitaire) et les mass média (journaux parus en langue française, la publicité, la presse...).

1-3-1-1-Le français dans l'enseignement

Aujourd'hui, la langue française est enseignée en tant que langue étrangère, au même titre que l'anglais et l'espagnol. À l'université, ce sont surtout les filières scientifiques et technologiques qui se servent du français, comme la médecine, la pharmacie, les sciences vétérinaires, la chirurgie dentaire, l'architecture, l'informatique, le génie civil, le génie-mécanique ...etc.

Dans l'enseignement primaire, la langue française est introduite en quatrième année. Il est question de la généraliser en l'introduisant dès la seconde année, dans le cadre de la réforme de l'enseignement primaire et de reprendre la formation des enseignants de français, qui a été négligée depuis les années 80.

En dépit de la place réduite de la langue française dans l'enseignement, nous ne pouvons non plus nier sa pratique dans les autres secteurs, économique et financier, par exemple, qui fonctionnent presque exclusivement en français. Interdite autrefois, elle est aujourd'hui pratiquée dans de nombreuses écoles privées. Elle est considérée comme une clé qui permet de poursuivre les études à l'étranger ou pour trouver un emploi dans des entreprises privées.

1-3-1-2-Le français et les médias

Notre description de la situation linguistique en Algérie nécessite aussi de montrer la place qu'occupe le français, non seulement dans le système éducatif, mais dans les médias. Cette langue tant niée par l'Etat ne cesse d'occuper une place prépondérante dans notre société. Le nombre de journaux et périodiques paraissant en français y est vraiment révélateur. Le Quotidien d'Oran, Liberté, El Watan, El

Moudjahid, Le Matin, Le soir d'Algérie, L'indépendant, L'authentique, Le jeune indépendant sont des quotidiens qui ont une large diffusion.

Concernant le domaine audiovisuel, c'est l'emploi de l'arabe qui prédomine. Toutefois, nous enregistrons la Chaîne 3, radiodiffusée en français. Cette chaîne a un large public, surtout chez les jeunes.

Quant aux programmes télévisés en langue française, leur proportion reste remarquable, plus particulièrement les séries américaines, la musique, les documentaires, en dépit de l'imposition de l'arabe dans tous les programmes de la chaîne nationale.

Depuis quelque temps, nous assistons à une prolifération massive d'antennes paraboliques. Ceci a permis aux foyers algériens d'accéder facilement aux chaînes occidentales (françaises surtout) y compris "l'Algérien TV", essentiellement en français destinée au peuple maghrébin résidant en Europe depuis 1995. Toutes ces chaînes connaissent un grand succès aujourd'hui au détriment de la chaîne nationale. Ainsi, nous assistons à un dédain progressif de celle-ci.

Actuellement, on tolère certaines transgressions de la langue arabe dans des émissions de divertissement dont les plus regardées "Lfhama" et "Saraha Raha" qui fait l'objet de notre étude.

Aujourd'hui, et depuis l'arrivée du président **Abdelaziz Bouteflika**, nous l'avons vu à plusieurs reprises s'adresser au peuple algérien en langue française. Cette introduction du français dans le discours officiel du président de l'Etat change l'attitude des Algériens vis-à-vis de cette langue.

A cet égard, la réforme introduit des changements profonds dans le système éducatif, et les contenus enseignés et surtout les langues d'enseignement. Il faut noter ici qu'il a été proposé dernièrement d'enseigner le français dans la 2ème année du cycle primaire. Cette loi confirme la position de force de cette langue, son prestige chez les locuteurs algériens et montre qu'elle a encore de l'avenir en Algérie.

1-3-2-L'anglais et l'espagnol

Les langues étrangères sont notamment enseignées à l'école fondamentale et secondaire, mais l'Anglais jouit d'un statut supérieur du fait qu'elle est la langue de la technologie et de la mondialisation.

En 1996, l'enseignement de l'anglais devient possible dans le cycle primaire. C'est aux parents d'élèves de choisir la première langue étrangère qui sera enseignée à leurs enfants.

Mais la préférence pour le français durant toutes ces années a confirmé sa place privilégiée dans la sphère linguistique algérienne.

L'espagnol caractérise surtout l'Ouest algérien. La présence de la colonisation espagnole à Oran a laissé des traces de cette langue dans le domaine lié au commerce, à la pêche et aux activités agricoles. Citons à titre d'exemple : "trabendo", "Garfou", "galletta" et d'autres hispanismes intégrés dans le parler oranais.

2 - La politique d'arabisation En Algérie

En 1962, tout le pays fonctionnait en français : enseignement, administration, environnement, secteurs économiques...L'arabe classique n'est connu que par une minorité qui l'a apprise dans des écoles coraniques, elle avait perdu sa place de langue écrite de la société à cause de la colonisation. Il faut noter qu'au lendemain de l'indépendance l'administration publique du pays était restée totalement francisée. Les quelque 22 000 fonctionnaires algériens formés par la France constituaient une redoutable force de résistance à l'arabisation, mais le régime algérien ne pouvait pas se passer de ses fonctionnaires. Il a donc fallu composer avec ces derniers et procéder par étapes, parce que les fonctionnaires tendaient à s'opposer à la transformation de l'administration coloniale en celle d'un État arabo-musulman.

Car, l'objectif était d'arabiser tout ce qui a été francisé « *le terme ta'rib ('arraba ta'riban) se traduit littéralement par rendre arabe ce qui ne l'est pas* » (Taleb Ibarhimi 1995 : p248), puisque le gouvernement de l'époque a vu que la réorganisation du pays doit prendre comme point de départ la langue officielle de l'Algérie.

3 - La Persistance Du Français dans les administrations Algériennes

Comme le titre l'indique, dans les administrations en Algérie, l'usage du français est opposé à celui de l'arabe scolaire. Il s'agit donc d'un duel entre le maintien de la langue française et son arabisation. Effectivement, l'arabisation des administrations n'a pas eu des résultats concrets comme dans l'enseignement. D'après la réflexion des hommes politiques, il fallait arabiser les fonctionnaires avant d'arabiser l'administration algérienne car ils avaient une très faible connaissance de l'arabe classique après l'indépendance.

Cependant, en 1982, le gouvernement tente une arabisation partielle des administrations : formalités, imprimés, service publique...etc. en 1985, l'état essaye une arabisation totale même au niveau de l'information. Mais, les sociolinguistiques qui se sont intéressés aux langues en usages dans l'écrits administratifs ont prouvé que mis à part quelques administrations (justice, enseignements, la défense), le français est considérablement utilisé dans les secteurs administratifs surtout le secteur économique.

Conclusion

En guise de conclusion de ce chapitre, nous notons que notre modeste lecture de travaux et d'ouvrages concernant la politique linguistique en Algérie et la présence du français, peut nous laisser dire que le gouvernement algérien, après l'indépendance, a essayé de remplacer la langue française qui à l'époque coloniale était la langue officielle de l'Algérie, elle était exclusivement utilisée dans tous les domaines notamment dans les administrations, quelques soit le secteur, par la langue arabe scolaire qui est promue à son tour en tant que la langue de la religion, cela pour éviter les éventuels remises en cause de cette arabisation totale. Néanmoins, nous avons constaté que les spécialistes dans le domaine sociolinguistique ont pu prouver **la présence et la persistance de l'utilisation du français en Algérie.**

Dans le prochain chapitre, on va aborder quelques concepts sociolinguistiques pour mieux éclaircir et avancer dans notre recherche.

CHAPITRE II :
Définitions de quelques
concepts
sociolinguistiques

1-Le bilinguisme et la diglossie

Le bilinguisme est un concept sociolinguistique caractérisant les sujets pratiquant deux langues ; autrement dit, c'est le fait de pratiquer deux langues.

La diglossie, d'après FERGUSON, est la répartition fonctionnelle de deux variétés d'une seule et même langue (Arabe scolaire et Arabe dialectal) au sein d'une communauté, l'une dite HIGH et l'autre dite LOW.

2-Le plurilinguisme

"Ces dernières années, le concept de plurilinguisme a pris de l'importance dans l'approche qu'a le Conseil de l'Europe de l'apprentissage des langues. On distingue le « plurilinguisme » du « multilinguisme » qui est la connaissance d'un certain nombre de langues ou la coexistence de langues différentes dans une société donnée. On peut arriver au multilinguisme simplement en diversifiant l'offre de langues dans une école ou un système éducatif donnés, ou en encourageant les élèves à étudier plus d'une langue étrangère, ou en réduisant la place dominante de l'anglais dans la communication internationale.

l'approche plurilingue met l'accent sur le fait que, au fur et à mesure que l'expérience langagière d'un individu dans son contexte culturel s'étend de la langue familiale à celle du groupe social puis à celle d'autres groupes (que ce soit par apprentissage scolaire ou autres).

3-L'alternance codique

C'est l'une des manifestations les plus significatives du parle bilingue, c'est à dire les passages d'une langue à une autre.

Aussi, c'est lorsqu'un individu est confronté à deux langues qu'il utilise tour à tour, il arrive qu'elles se mélangent dans son discours et qu'il produise des énoncés (bilingues), il ne s'agit plus ici d'interférence mais nous pourrions dire que c'est du collage et mélange de langues.

J.Gumperz définit l'alternance codique dans une conversation comme la juxtaposition à l'intérieur d'un même échange verbal de passage ou le discours appartient à deux systèmes ou sous-systèmes grammaticaux différents.

Les sociolinguistiques pensent aujourd'hui que le code switching désigne un changement ou une alternance de langues ou variétés de langues dans un discours (le discours publicitaire) par exemple, ou conversation.

4-Distinction entre alternance codique et code mixing/ Les interférences

Dans le code switching, le changement de variétés s'associe à une attitude, à l'intensité des émotions et aux différents types d'identité, alors que dans le code mixing les unités linguistiques sont transférées d'un code à un autre, mais toujours en suivant des règles fonctionnelles et formelles (un locuteur de la variété en question) serait donc en mesure de juger une phrase contenant du « *code mixing* » comme étant plus ou moins acceptable, ainsi *P.Gardner Chloros* note à propos de cela : « *La distinction entre code switching et code mixing est difficile à comprendre puisque la définition du premier est donnée en termes psychologiques et celle du deuxième en termes linguistiques.* » (P.Gardner Chloros : code switching « approche principale et perspective dans la linguistique vol 19, fasc 21983 p 24). Plusieurs auteurs comme **Mackey** ou **Grosjean** s'accordent à dire que ce qui caractérise les interférences est qu'il s'agit d'un processus inconscient, par rapport à l'alternance codique ou aux emprunts, qui semblent le plus souvent conscients et volontaires, et qui se manifestent dans des discours bilingues. Ceci signifie qu'un locuteur peut, inconsciemment, faire des interférences dans un discours monolingue adressé à un interlocuteur monolingue.

Volet Pratique



CHAPITRE I :
La présentation du
corpus

1 - Aperçu général sur le lieu de recueil des données

Le travail de terrain nécessite un secteur administratif pour la constitution de notre corpus. Nous avons donc choisi l'espace de vente « OOREDOO » de la ville de Mostaganem comme tel.

Puisque « **OOREDOO** » est une multinationale, nous allons devoir définir ce que c'est une multinationale avant de faire la présentation du lieu de travail.

Une multinationale est une entreprise qui possède des filiales, qu'elle contrôle complètement ou en partie, dans plusieurs pays, voire même à l'échelle mondiale, mais dont la gestion et l'administration est centralisée, du moins jusqu'à un certain point. La firme multinationale est aussi appelée corporation transnationale. Généralement, lorsqu'on parle d'une organisation à caractère commercial qui produit des biens ou des services en vue de générer un profit -ou fonctionnant selon la logique de l'économie de marché on utilise le terme générique entreprise. Une firme multinationale est donc une entreprise dont les activités dépassent les frontières d'un seul pays.

Ce type de structure commerciale a émergé à la fin du XIXe siècle et s'est généralisée au XXe siècle. Aujourd'hui, les firmes multinationales se forment et croissent par annexions d'entreprises, rachats, fusions et autres alliances stratégiques sont des conglomérats représentant une concentration énorme de capital. Ce sont aussi des structures qui permettent des transferts de capitaux et de technologies. On peut ainsi produire des composantes différentes dans des pays très variés en vue d'optimiser les potentialités de chaque contexte de production. On peut aussi délocaliser des entreprises en vue d'optimiser le rendement d'une branche ou d'un secteur.

Selon certaines analyses, ces firmes disposent de capitaux si importants qu'elles peuvent imposer des prix ou obliger les gouvernements à mener des actions déterminées. La concentration du capital amène ainsi un pouvoir concurrentiel à l'État -un contre pouvoir- que l'économie marché initiale, faite de petits

entrepreneurs, ne connaissait que fort peu, du moins jusqu'à la fin du XIXe siècle. Certains critiques de la société contemporaine estiment que le poids de ces entreprises est si grand qu'elles transforment le pouvoir législatif et le pouvoir exécutif en des «marionnettes» des volontés des firmes multinationales. Cela peut recouper une partie de la réalité pour les pays pauvres, présentant un niveau de diversification faible et dépendant de quelques entreprises étrangères.

L'utilisation du terme est essentiellement le fait des courants politiques et intellectuels de gauche, liés à l'interprétation marxiste. La théorie de la dépendance place le poids des firmes multinationales au cœur de son explication. La notion d'impérialisme renvoie aussi aux firmes multinationales.

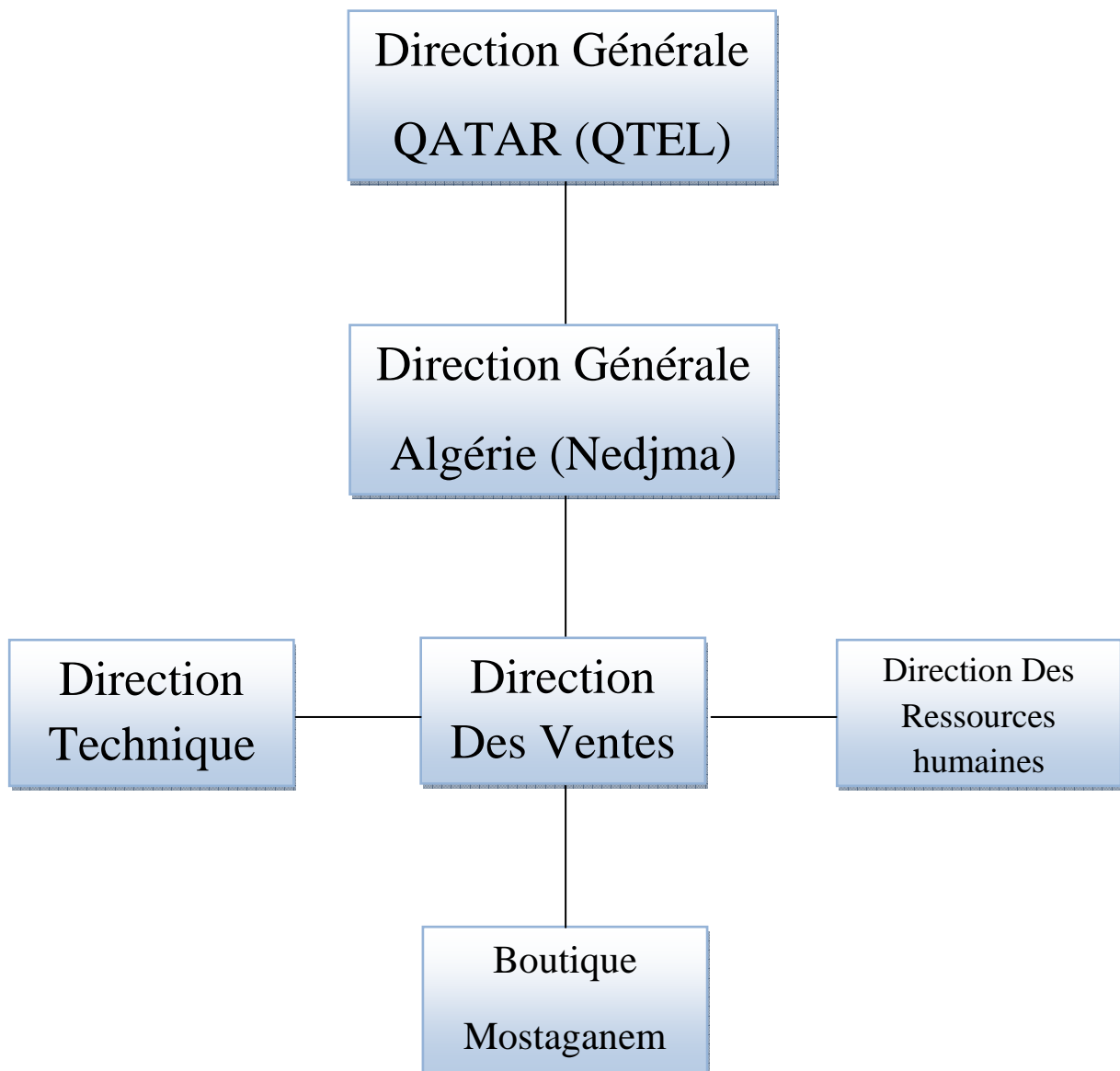
Comme on sait maintenant ce que c'est une multinationale, on va essayer de découvrir à présent la compagnie « OOREDOO ».

Ooredoo est une compagnie internationale leader des télécommunications qui fournit les services de téléphonie mobile, fixe et l'Internet haut débit et les services Entreprise adaptés aux besoins des particuliers et des entreprises à travers les marchés du Moyen Orient, d'Afrique du Nord et du Sud-Est asiatique. Etant une compagnie orientée vers les populations, Ooredoo est guidée par sa vision d'enrichir la vie des populations et par sa conviction de pouvoir stimuler le développement humain à travers la communication pour aider les peuples à atteindre leurs objectifs grâce à leur potentiel. Ooredoo est présent dans les marchés tels que le Qatar, le Koweït, le Sultanat d'Oman, l'Algérie, la Tunisie, l'IraK, la Palestine, les Maldives et l'Indonésie.

Nedjma qui signifie (étoile) est la filiale algérienne du Groupe « **OOREDOO** » qui, en février 2013 annonce son changement de nom en **Ooredoo**, transcription française de "**Je veux**" en arabe.

Organigramme de la compagnie « OOREDOO »

Avec ce petit organigramme, nous allons montrer la situation de la boutique de vente ou nous avons effectué notre recherche et recueil de données.



Après l'analyse de l'organigramme, on voit que la boutique de Mostaganem appartient directement à la direction des ventes, c'est pour cela que le responsable de la boutique de Mostaganem nous a éclairci que cette dernière est conçue spécialement pour la vente de ses produits au clients ainsi que les services (tout ce qui est: configuration de téléphone, réglage, traitement des réclamations, orientations....etc.)

2 - Les concepts marketing au sein de la boutique « OOREDOO »

2-1-Le Back office

Le back office regroupe un ensemble de tâches administratives ou logistiques liées à la vente (déclaration TVA, mise à jour du stock, livraison, Retour dépôt, moyens de paiement, etc.), à des actions marketing ou à la gestion d'un logiciel.

Dans le secteur de la téléphonie mobile par exemple, les tâches de back office désignent l'ensemble des opérations de gestion administratives ou techniques réalisées en agence ou dans les services centraux.

Ces tâches de back office, par opposition à celles du **front office**, se font sans contact avec le client ou visiteur.

2-2-Le Front office

Le front office est l'ensemble des actions, fonctions ou tâches liées à la vente se faisant en contact avec le client. Il est composé des chargés d'accueil et des conseillers de ventes.

Il désigne la partie frontale de l'entreprise, visible par la clientèle et en contact direct avec elle, comme les équipes de marketing, de support utilisateur ou de service après-vente.

2-3-INTRANET

C'est un ensemble de services internet (par exemple un serveur web) internes à un réseau local, c'est-à-dire accessibles uniquement à partir des postes d'un réseau local, ou bien d'un ensemble de réseaux bien définis, et invisibles (ou inaccessibles) de l'extérieur. Il consiste à utiliser les standards client-serveur de l'internet (en utilisant les protocoles TCP/IP), comme par exemple l'utilisation de navigateurs internet (client basé sur le protocole HTTP) et des serveurs web (protocole HTTP), pour réaliser un système d'information interne à une organisation ou une entreprise.

2-4-FLYER

Un Flyer est une affiche publicitaire (ANNEXES) au format papier qui est distribué ou déposé dans des les espaces de « OOREDOO » afin de promouvoir des publicités et des événements.

CHAPITRE II:

**la méthodologie de
l'enquête et l'analyse des
résultats**

1 - Recueil des données

A peine arrivé à l'espace, nous remarquons que les grandes affiches publicitaires proposées aux clients et les vidéos diffusées sur les écrans sont exclusivement en langues française, de couleurs très attirantes, on a du mal à ne pas les remarquer.

Une fois entré, nous nous sommes une fois encore confrontés à d'autres petites affiches publicitaires -Flyers- d'expression française. Nous nous sommes rapidement rendu compte que les clients sont issus de milieux hétérogènes ; (catégorie sociale, âge, sexe).

A première vue, le personnel utilise le français, mais si le client manifeste un certain refus implicite en répondant en arabe algérien, le personnel change rapidement de langue en adoptant celle du client pour le rendre à l'aise. Cependant, le personnel fait appel souvent à l'alternance codique en glissant ici et là quelques mots en français (le jargon commercial) que le client ne comprend pas et se presse de demander des explications. Il s'agit généralement et la plus part du temps de clients issus d'un milieu social défavorisé ou parfois rural.

Par contre, d'autres clients sont très à l'aise en français et la communication se déroule entièrement en langue française jusqu'au point où parfois les conseillers eux-mêmes commettent certaines erreurs aussitôt rectifiées par le client. Il s'agit généralement des cadres et les personnes âgées.

D'autres types de client ont été constatés, il y a ceux qui ont un niveau en langue française assez faible et essaient tout de même de s'exprimer avec, en dépit des nombreuses erreurs commises, malgré l'expression algérienne adoptée par le personnel, ce dernier s'obstine à s'exprimer en français. Il s'agit de clients relativement jeune à l'aise financièrement.

D'après le personnel de la boutique de « OOREDOO », il y aussi un autre type de clients qui sont de nationalité étrangères dont (Les espagnoles, les turques, les

asiatiques...etc.) ce dernier type de clients préfère faire passer le message en « français cassé » tel que l'a mentionné l'un des conseiller : il assemble plusieurs mots pour passer la commande voulu, et c'est soit oral soit écrits, sa dépend des clients.

Exp : Moi, 100 cartes recharges 200da et 10 puces. merci ! Au revoir.

Nous avons aussi fait une collecte de quelques documents rédigés dans les deux langues (le français et l'arabe scolaire) au sein de la boutique afin de mettre en évidence l'usage de la langue française.

Nous avons bien analyser et étudier un nombre représentatif de documents dans les deux corps administratif (Back office) et commercial (Front Office), rédigés et imprimés à l'intérieur de la boutique, ainsi que les courriers (Mails y compris) envoyés et reçus.

1-1-Constata :

Les formulaires à remplir sont exclusivement rédigés en français (Formulaire de résiliation de contrat, Annexes au contrat, Demande de migration...etc.), si bien que certains clients se voient obligés de demander de l'aide au personnel ou de d'autres clients pour remplir ces formulaires.

Les Flyers sont produits généralement en français traduit en arabe scolaire ou dialectal au verso, ajoutant un peu d'anglais dans quelques passages tel que montré dans les annexes.

Cela donne accès aux multiples offres et services a un grand nombre de client.

Comme il y en a d'autres qui sont totalement en français. (Ooredoo Pro, Ooredoo Pro control..).

Evidemment, l'arabe scolaire est quasiment absent lors des interactions verbales effectuées entre clients-conseiller, client-client, et conseiller-conseiller. Les deux

langues majoritairement et verbalement présentes sont l'arabe dialectal et le français.

En effet, après analyse et étude des deux corps (Back office et Front office), nous avons déduit que la fréquence de la langue française est plus grande que celle de l'arabe scolaire au sein de la boutique.

❖ Remarques

1- Nous n'avons pas pris en considération la date de la réalisation des documents car nous avons constaté qu'il s'agit toujours de la même langue et la même organisation du document dans chaque type depuis l'ouverture à Mostaganem jusqu'à nos jours.

2- Nous avons remarqué aussi qu'il y a plusieurs mots qui sont écrits en langue française mais leurs interprétations est en arabe algérien comme par exemple:

- **Ooredoo** qui signifie "je veux".
- **Hala** qui signifie "magnifique"
- **Binetna** qui signifie "entre nous"
- **Twem** qui signifie "jumeaux"
- **Beddelt** qui signifie "J'ai changé"
- **3awadli** qui signifie "Rappelle moi"
- **Noudjourn** qui signifie "les étoiles"

3- Il y a autre chose qui a attiré notre attention dans les Flyers : les mots qui sont en français ou anglais mais avec une terminaison arabe dialectal par exemple :

- **Filtri** qui signifie "Filtrer"

- **Stormili** qui signifie à ooredoo "Recharge moi"

- **Maxyli** qui signifie à ooredoo "double moi la recharge"

4- Aussi, nous avons remarqué que tous les systèmes et les logiciels (Activation de puces, caisse, facturation, rechargement...etc) sont conçus en langue française.

Après le dépouillement des données, en terme de langues en usage, nous constatons une présence de l'arabe scolaire et du français dans la majorité des documents présents dans notre corpus. En effet, nous remarquons un usage bilingue (alterné ou en parallèle) dans les types de documents qui suivent : les contrats, les annexes, les affiches publicitaires et les fiches de doléances. Nous remarquons aussi un usage **exclusif du français** dans les autres types de documents du Back office : les formulaires employés, rapports techniques, bons de livraison et d'achat, les décharges, les attestations de travail, les fiches de paies, les emails, les bordereaux, les courriers, les fiches d'évaluation et les règlements internes.

Après le recueil et l'analyse des documents internes de la boutique, Nous avons aussi pu avoir un entretien avec le chef d'équipe, quelques questions pertinentes lui ont été posées afin de déterminer la politique linguistique réelle adoptée à l'agence, bien enrichir notre recherche et introduire par la suite l'importance de l'usage de la langue française au sein de la boutique.

2-L'entretien

L'objectif premier de cet entretien est d'établir l'importance de la langue française au sein du personnel de la boutique et de savoir aussi si elle constitue un atout majeur quant au recrutement des conseillers de vente, voici les questions/réponses de cet entretien (EN représente l'enquêteur, CV représente le conseiller de vente) :

EN : Quelles sont les langues utilisées entre le personnel et les clients ?

CV : Les langues utilisées sont tantôt le française tantôt l'arabe dialectal.

EN : Les documents officiels et les correspondances (Mails) sont rédigés en quelle langue ?

CV : Qu'en français. D'ailleurs c'est le cas de tous les espaces « OOREDOO » en Algérie, ainsi que la direction générale à Alger.

EN : Les recrutements sont faits sur une base de : Diplôme/ Maitrise du français ?

CV : L'accent est surtout mis sur la maitrise du français et non sur le diplôme, car nombreux sont ceux qui n'ont pas le diplôme approprié mais qui ont été recrutés grâce à leur bonne maitrise de la langue.

EN : En quelle langue s'est fait votre cursus universitaire ?

CV : En arabe, mais il y a quelques collègues qui ont suivi leurs études en français.

EN : « OOREDOO » vous propose-t-elle des formations? Si oui, en quelle langue ?

CV : En français.

EN : Savez-vous pourquoi « OOREDOO » préfère le français plutôt que pour l'arabe classique ?

CV : Euh... à mon avis, c'est parce que le français est une langue de prestige et c'est la langue la plus utilisée par les technologies et l'informatique, d'autant plus que les logiciels utilisés ici sont en français.

EN : D'après vous, est-ce que le client peut comprendre une affiche publicitaire écrite uniquement en français ?

CV : Cela dépend des clients, sinon on les attire vers nous pour leur expliquer en arabe ou anglais.

3- Analyse des réponses

A première vue, nous remarquons que la compagnie « OOREDOO » a tendance à favoriser le français dans son institution. A partir des réponses obtenues dans notre entretien avec l'un des conseillers de vente, nous constatons un usage très répandu de la langue française par le personnel travaillant au sein de la boutique.

Ensuite, grande fut notre surprise quand nous avons su que le mode de recrutement à « OOREDOO » repose principalement sur la maîtrise de la langue française et ce indépendamment du diplôme requis. Sachant que Mostaganem a la faculté de sciences économiques et que le nombre des diplômés est assez conséquent pour pouvoir y puiser un nombre non négligeable.

Encore le plus intrigant est de constater que la compagnie « OOREDOO » n'est pas la seule compagnie téléphonique qui favorise l'emploi du français dans sa documentation, cette caractéristique concerne les trois opérateurs existants en Algérie, et les employés recrutés sont issus d'un cursus arabisé et se trouvent confrontés à un système commercial francophone.

(90% des réponses données lors de l'entretien affirme ce que nous cherchons et nous donne un plus dans notre recherche).

Il est évident que le français domine avec intensité dans l'usage administratif et commercial à la boutique de "OOREDOO". Nous apercevons l'utilisation de l'arabe scolaire ou algérien avec une fréquence au dessous de la moyenne. Enfin, intégralement dans cette administration, certes on remarque une complémentarité entre les deux langues mais leurs utilisation ensemble dans les contenus de leurs documents est minime.

Et aussi, A travers notre enquête, on a pu constater que la majorité du personnel souhaite une prestation en langue française au sein de la boutique.

La compagnie « OOREDOO » se voit donc contrainte de dispenser des formations professionnelles pour remédier à ce déficit professionnel, perdant ainsi temps et argent pour avoir un personnel ayant une certaine compétence et un répertoire spécialisé dans le secteur commercial.

Conclusion Générale



Conclusion générale

En guise de conclusion générale nous pouvons dire que notre mémoire, s'inscrit dans le domaine de la sociolinguistique, et qu'il s'inscrit dans la suite des travaux effectués par les spécialistes de ce domaine. Effectivement, beaucoup de sociolinguistes se sont intéressés au plurilinguisme en Algérie, dans le but de dégager le fonctionnement des langues existantes qu'elles soient écrites ou orales. Nous ne faisons que renforcer leurs recherches.

Cette étude fait apparaître une interrogation centrale quant à la politique linguistique de l'enseignement et la réalité du terrain où se trouve confrontés le personnel fraîchement diplômé. aussi, elle nous a permis de constater que la politique linguistique d'enseignement adoptée en Algérie n'est pas en adéquation avec le secteur de travail proposé ce qui provoque une perte de temps considérable et une perte d'argent très conséquente qui à la longue constitue un handicap dans l'économie du pays.

Pour l'accomplissement de ce mémoire, nous avons effectué une étude des documents et imprimés à la boutique de "OOREDOO" de Mostaganem et un entretien avec un conseiller de vente. Cela nous a permis de voir la grande importance du français par rapport à l'arabe et les situations dans lesquelles les deux sont en parallèles exécution.

Les aboutissements après étude, bien qu'ils soient moins approfondis pour être exactement représentatifs, ont pu apporter des réponses à certaines des questions posées dans la problématique. En effet, les observations dégagées ont prouvé que la langue française est l'outil majeur du travail au sein de notre échantillon. Et qu'elle est loin d'être une langue étrangère comme la loi l'indique.

Donc, La loi d'arabisation d'administration reste caduque, puisque le français occupe une place très importante dans les administrations algériennes.

Bibliographie et Webographie :

-Ouvrages :

- L. J. Calvet, 1999, *la guerre des langues et les politiques linguistiques*, Hachettes littératures, Paris.
- Ambroise Quffélec . YacineDerradji. Valéry Debov . Dalila Smaali-Dekdouk. Yasmina Cherrad-Benchefra, 2002, *le français en Algérie Lexique et dynamique des langues*, Duclot.
- Article3 de la Constitution de février 1989, *journal officiel de la république algérienne*.
- (Moatassime, 1992, « *arabisation et langue française au Maghreb* ».I.E.D.E.S. paris, Maisonneuve&Larose.
- Moreau M-L, 1997, *Sociolinguistique Concepts de base*, Liège, Mardaga.

-Sites Internet :

- Site 1 : http://www.tlfq.ulaval.ca/afrique/algerie-3politique_ling.htm
- Site 2 : <http://www.joradp.dz>.
- Site 3 : <http://www.wikipédia.fr/>
- Site 4 : <http://www.axl.cefan.ulaval.ca/>
- Site 5 : <http://mots.revues.org/4993?lang=en>
- Site 6 : <http://portail-du-fle.info/>
- Site 7 : <http://ooredoo.dz>
- Site 8 : <http://www.definitions-marketing.com/>

-Application Android :

- Dictionnaires Hors ligne v2.3.1 2010-2013 by Nicolas GUILLAUME
-

Annexes

