

**MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE LARBI TEBESSI - TEBESSA -**



Faculté Des Lettres Et Des Langues

Département Des Lettres Et De La Langue Française

**Mémoire élaboré en vue de l'obtention du diplôme de
MASTER - Option : Sciences du langage**

**Le bilinguisme
entre milieu social et milieu professionnel cas
Agence commerciale Mobilis – Tébessa**

Sous la direction:

- Mr. DEMMANE Ismail

Préparé par:

- AZZAZ Fatma
- LAIMECHE Amira

**Année Universitaire:
2019-2020**

**MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE LARBI TEBESSI - TEBESSA -**



Faculté Des Lettres Et Des Langues

Département Des Lettres Et De La Langue Française

**Mémoire élaboré en vue de l'obtention du diplôme de
MASTER - Option : Sciences du langage**

**Le bilinguisme
entre milieu social et milieu professionnel cas
Agence commerciale Mobilis – Tébessa**

Sous la direction:

- Mr. DEMMANE Ismail

Préparé par:

- AZZAZ Fatma
- LAIMECHE Amira

**Année Universitaire:
2019-2020**

REMERCIEMENTS

« Louange à Allah qui nous a guidés à ceci.

Nous n'aurions pas été guidés, si Allah ne nous avait pas guidés »

[Sourate 7–Al Araf–verset 43]

*Nous tenons à exprimer nos plus vifs remerciements à
Monsieur le président et Messieurs les membres du jury pour avoir
accepté d'examiner notre modeste travail.*

*Notre reconnaissance et nos sincères remerciements vont à
notre encadreur Monsieur DEMMANE Ismaïl pour nous avoir
dirigé tout au long de la réalisation de ce travail. Ses orientations,
ses encouragements, sa compréhension et sa disponibilité
constante nous ont été d'une précieuse aide.*

*Nous tenons à remercier également tous nos enseignants
pour leurs bonnes orientations et pour leur aide précieuse ainsi que
tous nos ami(e)s de l'université de Tébessa.*

*Nous tenons à remercier aussi tous ceux qui nous ont aidé de
près ou de loin à mener à bien cette tâche et en particulier « ami »*

Ali Bouras pour son aide et ses encouragements.

Fatma et Amira

DÉDICACE

Nous dédions ce modeste travail

A nos mères et nos pères.

A nos frères, nos sœurs et nos familles.

A nos collègues et nos ami(e)s.

Fatma et Amira

sommaire

Remerciement

Dédicace

Sommaire

Introduction générale 1

Chapitre I : La situation des langues dans le milieu social en Algérie

Introduction4

I.1. Les langues officielles5

I.2. Les langues étrangères..... 7

I.3. Contact des langues9

I.4. Le milieu social15

I.5. Le milieu professionnel 15

Conclusion 17

Chapitre II : La communication dans le milieu professionnel

Introduction18

II.1. La communication..... 19

II.2. Les types de communications21

II.3. Les effets de la communication verbale, non verbale et paraverbale.....24

II.4. Les différentes compétences de la communication..... 29

Conclusion 33

Chapitre III : Le cadre général et le déroulement de l'enquête

Introduction34

III.1. Le cadre méthodologique.....35

III.2. La description des questions destinées aux agents de l'Agence..... 37

III.3. L'observation passive40

Conclusion 44

Chapitre IV : Le dépouillement, l'analyse et l'interprétation des résultats de l'enquête

Introduction45

IV.1. Le dépouillement et l'analyse des données collectées.....46

IV.2. La synthèse des commentaires des résultats obtenus 62

Conclusion 64

Conclusion générale..... 65

Bibliographie..... 67

Table des matières

Annexes

Résumé

Table des matières

Remerciements

Dédicace

Sommaire

Introduction générale - 10 -

Chapitre I :

La situation des langues dans le milieu social en Algérie

Introduction - 15 -

I.1. Les langues officielles - 16 -

I.1.1. L'arabe - 16 -

I.1.1.1. L'arabe préislamique - 16 -

I.1.1.2. L'Arabe classique - 16 -

I.1.1.3. L'arabe moderne - 16 -

I.1.1.4. L'arabe dialectal, langue véhiculaire - 17 -

I.1.2. Le Tamazight - 17 -

I.2. Les langues étrangères - 18 -

I.2.1. Le français - 18 -

I.2.2. L'anglais - 19 -

I.2.3. Le russe - 20 -

I.2.4. L'espagnol - 20 -

I.2.5. L'allemand - 20 -

I.3. Contact des langues - 20 -

I.3.1. Le Bilinguisme/Multilinguisme - 21 -

I.3.2. La diglossie - 22 -

I.3.3. L'alternance codique - 25 -

I.4. Le milieu social - 26 -

I.5. Le milieu professionnel - 27 -

Conclusion - 28 -

Chapitre II:

La communication dans le milieu professionnel- 29 -

Introduction	- 30 -
II.1. La communication	- 31 -
II.1.1. définition de la communication	- 31 -
II.2. Les types de communications	- 33 -
II.2.1. la communication d'entreprise.....	- 33 -
II.1.2.1.1. La communication interne	- 33 -
II.1.2.1.2 La communication externe.....	- 34 -
II.1.2.2. La communication écrite	- 35 -
II.1.2.3. La communication orale	- 36 -
II.1.2.3.1. La communication interpersonnelle.....	- 37 -
II.1.2.3.2. La communication de groupe	- 37 -
II.1.2.3.3. La communication de masse	- 37 -
II.1.3. Les effets de la communication verbale, non verbale et paraverbale -	37 -
II.1.3.1. La communication verbale.....	- 37 -
II.1.3.2. La communication non verbale.....	- 39 -
II.1.3.2. La communication paraverbale.....	- 40 -
II.1.3. Les différentes compétences de la communication	- 42 -
II.1.3.1. La compétence linguistique	- 43 -
II.1.3.2. La compétence sociolinguistique.....	- 43 -
II.1.3.3. La compétence socioculturelle.....	- 44 -
II.1.3.4. La compétence référentielle.....	- 44 -
II.1.3.5. la compétence stratégique	- 45 -
Conclusion	- 46 -

Chapitre III:

Le cadre général et le déroulement de l'enquête

III.1. Le cadre méthodologique	- 48 -
III.1.1. La méthode d'enquête	- 48 -
III.1.2. La description du lieu et de l'échantillon	- 49 -

III.1.3. Les langues pratiquées par la majorité dans l'Agence Mobilis	50 -
III.2. La description des questions destinées aux agents de l'Agence.....	50 -
III.2.1. L'analyse du questionnaire.....	50 -
III.2.1.1. Le milieu socioculturel des agents	50 -
III.2.1.2. Le milieu professionnel des employés	51 -
III.3. L'observation passive	52 -
III.3.1. Première conversation	53 -
III.3.2. Deuxième conversation	53 -
III.3.3. Troisième conversation.....	54 -
III.3.4. Quatrième conversation.....	54 -
III.3.5. Cinquième conversation	56 -
Conclusion	57 -

Chapitre IV :

Le dépouillement, l'analyse et l'interprétation des résultats de l'enquête

Introduction	59 -
IV.1. Le dépouillement et l'analyse des données collectées	60 -
IV.1.1. Le dépouillement et l'analyse des données du questionnaire.....	60 -
IV.1.2. l'analyse des conversations de l'observation passive.....	73 -
IV.2. La synthèse des commentaires des résultats obtenus	76 -
IV.2.1. Le questionnaire des employés	76 -
IV.2.2. Les dialogues de l'observation passive	77 -
Conclusion	78 -
Conclusion générale.....	79 -
Références Bibliographique	82 -
Les annexes.....	86 -

Introduction générale

Introduction générale

La communication est essentielle dans la vie sociétale que ce soit entre ses membres ou entre ces derniers et les institutions socio-économico-administratives et vis-versa.

Cette communication peut s'exprimer par le biais de deux canaux : l'oral et/ou l'écrit. Son rôle est primordial, si ce n'est vital, pour les affaires, les entreprises et le commerce. L'outil le plus approprié pour réaliser cette opération de communication est le langage qui contient ses propres spécificités et assure des fonctions multiples.

L'acte de communication est représenté par toute opération de transfert ou d'échange d'informations entre un émetteur et un récepteur. Le transfert se fait généralement par le biais de communication verbale. Selon Roman Osipovitchi JAKOBSON «*toute communication verbale comporte six éléments : un contexte, un destinataire, un destinataire, un contact, un code commun et un message*»¹. Chaque facteur de la communication représente le point d'aboutissement d'une relation entre le message et ce facteur. Ainsi, les signes verbaux et le contexte du message, l'émetteur, le récepteur et le code sont en relation étroite de laquelle dépend la compréhension du message.

Pour notre cas, nous nous trouvons dans un pays où le champ linguistique est très complexe et se caractérise par son multilinguisme avec toutes les conséquences que cela pourrait induire sur la situation sociale et culturelle.

Notre projet ayant pour objectif d'étudier «Le bilinguisme entre milieu social et milieu professionnel», nous nous intéresserons d'abord au milieu social et à ses langues avant de nous intéresser au milieu professionnel ciblé qui est l'Agence Mobilis de Tébessa. Nous savons qu'en général, le bilinguisme résulte du contact de communautés linguistiques différentes. Ce contact de langues différentes induit «*aussi bien un état psychologique de l'individu qui utilise plus d'une langue que l'utilisation de deux ou plusieurs codes dans les rapports entre les individus et entre les groupes*»² selon Josiane F. HAMERS et Michel BLANC. Ainsi pour comprendre le phénomène du bilinguisme, il faut distinguer entre le bilinguisme en tant que phénomène individuel et le contact inter

Linguistique comme phénomène de groupe ou bilinguisme social.

¹ JAKOBSON, Roman Osipovitchi. « Les fondations du langage » Trad. par Nicolas RUWET. Paris, Editions de Minuit. Essais de linguistique générale, 260p. 1981

² HAMERS, Josiane F. et BLANC, Michel. « Bilinguisme et Bilinguisme ». Bruxelles, Pierre Mardaga - Biculturalism - 498 p. 1983, p.21

Introduction générale

La problématique qui se pose pour nous est de savoir : Comment les agents de cette Agence Mobilis se comportent-ils avec une clientèle multilingue pour arriver d'une part à satisfaire toutes ses doléances variées et multiples et d'autre part, à lui communiquer efficacement les multiples messages de l'Opérateur qui visent des objectifs variés ?

Alors, nous nous sommes posés les questions suivantes :

- Les agents de l'Agence Mobilis sont-ils multilingues ?

- Quelles sont les formes de l'alternance codique utilisées dans leurs actes de communications ?

- Quelles sont les langues alternées par la clientèle ?

- Quelle catégorie de clients utilise le plus l'alternance ?

Comme des réponses possibles à ces questions, nous proposons que :

- Que les agents sont au minimum bilingue.

- L'usage de certains mots français et arabe dans certaines communications renvoie beaucoup plus à l'emprunt qu'à l'alternance codique.

- Toutes les langues et dialectes véhiculaires présents sur le champ linguistique.

- Toutes les catégories sociales.

Nous avons opté pour ce thème pour essayer de comprendre un phénomène sociétal très répandu qui a attiré notre attention : celui de l'alternance et du mélange des langues et/ou dialectes lors des situations de contacts et de communications.

Nous avons eu l'occasion d'observer des pratiques langagières diverses, aussi, allons-nous nous intéresser à l'outil de communication usité par les agents de cette Agence pour répondre aux exigences et besoins variés de la clientèle de l'Opérateur de téléphonie Mobilis.

L'outil qui sera utilisé pour mener à bien notre étude sera le questionnaire qui nous permettra de recueillir les données nécessaires qui nous serviront après analyse et interprétation pour confirmer ou infirmer les hypothèses émises et répondre aux questionnements de notre problématique.

Introduction générale

Cette étude se compose de quatre chapitres :

- Dans le premier chapitre, intitulé la situation des langues dans le milieu social en Algérie, nous présenterons un bref aperçu du statut linguistique en Algérie, les langues présentes. Nous parlerons aussi du contact des langues, du bilinguisme en détaillant quelques concepts essentiels.

Dans le deuxième chapitre intitulé la communication dans le milieu professionnel, nous tenterons de la définir, de parler de ses mécanismes et sa typologie et les différents genres qui la composent.

Chapitre I :
**La situation des langues dans
le milieu social en Algérie**

Introduction

Dans ce chapitre relatif à la situation des langues en Algérie, nous allons faire une description sociolinguistique de celles-ci en prenant en compte les spécificités linguistiques, géographiques et historiques qui ont contribué à la présence des langues actuelles.

La langue, moyen d'expression et d'intégration, en tant qu'entité culturelle, sous forme de système sémiologique ou iconique, est comme l'avance Mohamed BENRABEH dans son ouvrage « Langue et pouvoir » « *le lieu où s'exprime et se construit le plus profond de la personnalité individuelle et collective. Elle est le lien entre passé et présent, individu et société, conscient et inconscient. Elle est le miroir de l'identité. Elle est l'une des lois qui structurent la personnalité* »³.

En Algérie, à côté des langues officielles définies et déterminées par la politique linguistique de l'Etat : l'Arabe et le Tamazigh⁴, nous avons plusieurs autres langues : arabe dialectal, arabe littéraire, langues berbères, français, d'une part et « *l'anglais, l'espagnol, le russe et l'allemand, langues enseignées dans les universités et les écoles* »⁵, d'autre part.

³ BENRABAH, Mohamed. « Langue et pouvoir en Algérie ». Paris, Edition Séguier. 1999, p.9.

⁴ JORA n° 14 du 7 Mars 2016. Art. 03 et 04. Loi n° 16-01 du 26 Joumada El Oula 1437 correspondant au 6 mars 2016 portant révision constitutionnelle.

⁵ LAKHDAR BARAKA, Sidi Mohamed. « Langues étrangers en Algérie : Enjeux démocratiques ». 2002, p.6.

I.1. Les langues officielles

Les langues officielles en Algérie sont définies et reconnues en tant que telles uniquement par l'Etat et servent de langues utilisées dans l'administration, l'enseignement et le monde de la finance même si une autre langue (arabe dialectal) est utilisée par la majorité de la population. Pour le cas de l'Algérie qui dispose de deux langues qui ont le statut de langues officielles, l'arabe et le tamazight, la langue dominante est l'arabe.

I.1.1. L'arabe

En Algérie, parmi les variétés de langues arabes celle ayant le statut de langue officiel est celle qui est enseignée dans les établissements scolaires et en usage dans l'administration, c'est-à-dire l'arabe moderne (littéraire).

I.1.1.1. L'arabe préislamique

L'arabe préislamique, issu de la langue maternelle de différents dialectes de deux régions de la péninsule arabe : Nedjd et Hidjaz, était utilisé par les bédouins de ces zones dans les poésies. La langue utilisée dans ces poèmes était commune à toutes ces tribus et prit sa forme par le biais de la diffusion et la transmission. Son usage donna ainsi naissance à un ensemble de règles qui régissent son fonctionnement, la grammaire.

I.1.1.2. L'Arabe classique

Né à partir des commentaires des grammairiens des écoles irakiennes de Bassorah et de Kouffa sur l'héritage poétique, l'arabe classique a pris forme et a été l'objet d'une normalisation dès l'apparition du Coran qui a servi de textes de référence. Cette langue doit sa diffusion aux conquêtes islamiques jusqu'aux côtes de l'atlantique ce qui a fait d'elle un certain temps, avant l'apparition de l'arabe moderne, la langue de l'école et de la religion.

I.1.1.3. L'arabe moderne

L'arabe, qualifié de moderne de nos jours est apparu au XX^{ème} Siècle suite à la réforme de l'arabe classique lors de la période de la renaissance du monde arabe, appelée « Nahda », et qui avait pour centres le Caire et Beyrouth, lieux d'une immense vague réformatrice.

L'arabe moderne est une forme simplifiée de l'arabe préislamique et l'arabe classique. C'est une langue reconnue par l'Etat. Elle est la seule langue arabe enseignée dans les écoles et les universités. C'est la langue de l'administration et des finances. Elle est aussi celle des médias.

I.1.1.4. L'arabe dialectal, langue véhiculaire

L'arabe dialectal, considéré en tant que langue, n'a pas ce statut. C'est un dialecte, une langue véhiculaire, un mélange d'arabe et d'emprunts aux autres langues telles le français, l'espagnol, le berbère, Il n'a pas de normes. Il porte en quelque sorte les traces du passage de toutes les civilisations que l'Algérie a connu à travers les siècles. « *L'arabe dialectal est parlé par la plus grande majorité des algériens, soit 85%* »⁶, d'après Yassine DERRADJI. Il n'est pas enseigné et c'est une langue maternelle qui fait partie des registres familier et courant à la fois, c'est-à-dire qu'elle les englobe tous les deux.

I.1.2. Le Tamazight

Le tamazight est synonyme de la langue berbère. Elle est associée à la population de tout le Maghreb, et elle s'étale jusqu'au Mali et au Niger. En effet, Gabriel CAMPS écrit « *Le fond de la population du Maghreb est d'origine berbère* »⁷.

C'est une langue qui a permis de transmettre et de conserver certaines traditions et cultures dans plusieurs régions de l'Algérie. Sa forme écrite est le « tifinagh ». Des enseignes et des pancartes trilingues (arabe, français, tifinagh) voient le jour et se multiplient, actuellement, à travers le territoire algérien, depuis l'officialisation de cette langue en 2016, après avoir été reconnu comme langue en 2002, malgré qu'elle ait été longtemps réprimée par l'Etat selon les propos de Samia DEKKAR qui dit que « *l'Etat a exercé une censure sévère sur toutes les activités artistiques et culturelles en langue berbère* »⁸. Le tamazight, enseigné au choix, dans les établissements scolaires et les universités d'Algérie est un mélange de Chaoui, de Kabyle, de Targui et de Mozabite afin que tous les berbères avec leurs différents dialectes s'y apparentent. C'est en quelque sorte, une langue berbère commune qui dispose de signes et qui sort du cadre de dialectes.

Le tamazight est une langue polynomique. En Algérie, elle se présente en plusieurs variétés ni standardisés ni codifiés dont les principaux sont :

⁶ DERRADJI, Yacine. « La langue française en Algérie : particularisme lexical ou norme endogène ? DES LANGUES ET DES DISCOURS EN QUESTION ». Colloque national (décembre 2002 : Constantine). Université Mentouri Constantine, Les Cahiers du SLADD, 2004, 02, pp. 15-24.

⁷ CAMPS, Gabriel. « Avertissement ». In Encyclopédie berbère | -1, 6-48 | Abadir – Acridophagie, Aix-en-Provence, Edisud (« Volumes »), 1984[En ligne], mis en ligne le 01 septembre 1989, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/encyclopedieberbere/765>. p.1. Consulté le 14/07/2020 à 11 :00.

⁸ DEKKAR, Samia. « Analyse multiparamétrique des alternances codiques dans la chanson kabyle ». Mémoire Magister, Option : Sciences du langage, Spécialité : Français, Ecole doctorale algéro-française, université Mouloud Mammeri-Tizi-Ouzou. 2011-2012. p.17.

Chapitre I: La situation des langues dans le milieu social en Algérie

- le kabyle : parlé au nord centre de l'Algérie, le kabyle est pratiqué précisément en haute et basse Kabylie. Salem CHAKER affirme que cette variété est le parler « *de deux tiers de la population berbérophone* »⁹. Objet de revendication culturelle et identitaire qui émanait de ses locuteurs, cette variété de tamazight a, par ailleurs, été depuis longtemps en contact permanent avec les autres langues en présence, en l'occurrence l'arabe et par la suite le français qui lui ont cédé plusieurs de ses mots en tant qu'emprunts linguistiques. En effet, l'aspect linguistique du kabyle, notamment lexical, est chargé de mots d'origine arabe et française dont la forme phonétique est, souvent, construite selon le modèle du parler kabyle.
- le chaoui : cette variété est utilisée par les habitants de l'Aurès situé dans la partie orientale de l'Algérie. Différent du kabyle, cette variété manifeste un aspect phonétique très particulier. Le locuteur chaoui utilise en association à sa langue native l'arabe populaire qui lui sert de « passe partout », c'est-à-dire de langue véhiculaire, il est très souvent au contact permanent de l'arabe populaire.
- le mozabite : employée par les mozabites relatifs aux habitants du M'Zab (Ghardaïa), cette variété se distingue entièrement des autres.
- le targui : variété du Sud du pays, elle couvre notamment le centre du Sahara.

I.2. Les langues étrangères

L'Algérie est majoritairement arabophone et cela n'empêche pas qu'elle soit plurilingue afin de permettre l'adaptation et l'intégration de la société algérienne dans un contexte de mondialisation économique et d'accélération du progrès technologique. On y trouve donc plusieurs langues étrangères qui se côtoient.

I.2.1. Le français

La langue française est la langue étrangère la plus implantée dans ce pays et ce pour des considérations historique et géographique. Elle est considérée comme « la langue du colonialisme ». Elle est enseignée dans les établissements scolaires et les universités tout autant que l'arabe et le tamazight. L'Etat procède à la refonte du système éducatif pour le mettre en adéquation avec sa politique linguistique et d'enseignement, Bouzid ABOUBAKR a écrit « *La refonte du système éducatif a été solennellement installé par le chef de l'Etat lui-*

⁹ CHAKER, Salem. « Langue ». In Salem Chaker (dir.), 28-29 | Kirtēsii – Lutte, Aix-en-Provence, Edisud (« Volumes », no 28-29), 2008, [En ligne], mis en ligne le 01 juin 2013, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/encyclopedie-berbere/314>. p.3. Consulté le 15/07/2020 à 15 :30.

Chapitre I: La situation des langues dans le milieu social en Algérie

même au mois de mai 2000 »¹⁰. Considérée comme la langue du savoir, elle est utilisée, dans certain milieu en tant que langue véhiculaire. Elle a quelque peu perdu de son prestige de première langue étrangère selon Dominique CAUBET et Cécile CUNUT qui avancent « *langue étrangère ou parfois première langue étrangère n'a plus d'existence officielle mais un statut très haut pour une grande partie de la population puisqu'il donne accès à des responsabilités et à une culture reconnue* »¹¹. Ayant été langue officielle de 1830 à 1968, le français a été remplacé par l'arabe ce qui ne l'a pas empêché d'exister encore et sert toujours de langue véhiculaire. Car en tant que principale langue étrangère enseignée en Algérie, le français demeure un moyen de communication privilégié non seulement au sein de l'école mais aussi dans la vie quotidienne de beaucoup d'algériens. Bien que l'école soit l'endroit où la majorité des enfants sont mis en contact avec la langue française, cette dernière comme langue étrangère ne s'acquiert pas seulement en milieu scolaire. Il est maintenant admis que le français est la deuxième langue, dans l'esprit de la plupart des algériens aussi bien en milieu institutionnel que social, après l'arabe dialectal, ou dialecte ou langue régionale. Cela revient à dire qu'il s'agit d'un bilinguisme de fait pour la grande majorité qui favorise l'emploi mixte de l'arabe dialectal et du français. Il faudrait entendre par là une situation sociolinguistique bilingue ou encore plurilingue, car quelle que soit la langue ou la variété dialectale parlée dans telle ou telle région les locuteurs l'emploient à côté du français, caractérisée par des pratiques communicatives spontanées et divergentes, où l'appropriation des deux langues est dynamisée par les interactions.

I.2.2. L'anglais

La présence de langue en Algérie est due à deux facteurs importants :

- le premier facteur est son intégration dans les programmes scolaires dans le cadre de la politique linguistique du pays et l'ouverture sur le monde de celui-ci.
- le second facteur est l'émigration d'un bon nombre d'Algériens au Royaume-Uni ainsi que dans plusieurs pays où l'anglais est une langue véhiculaire.

¹⁰ ABOUBAKR, Bouzid. « Défis et enjeux d'une société en mutation ». Alger, Casbah Editions. 2005, p.12.

¹¹ CAUBET, Dominique, CUNUT, Cécile. (éds). « Comment les langues se mélangent, Code switching en francophonie ». Paris, L'Harmattan, 180p. 2002, p.118.

I.2.3. Le russe

La langue russe est enseignée dans les universités et les écoles. L'Algérie, depuis son indépendance jusqu'à la fin des années quatre-vingt était un pays socialiste très ouvert sur le bloc de l'Est, avec des relations privilégiées avec l'URSS, d'où l'apparition de la langue russe.

I.2.4. L'espagnol

La langue espagnole a une présence très infime en Algérie. On ne la retrouve ni au Sud, ni à l'Est, ni au centre du pays. C'est à l'Ouest, compte tenu de la proximité de l'Espagne et la présence d'une forte communauté espagnole durant l'occupation française, et dans la variété oranaise de l'arabe algérien que la langue espagnole est présente parmi une très grande minorité. On la trouve aussi parmi les personnes qui ont émigré en Espagne ou ceux qui y ont vécu un certain temps.

I.2.5. L'allemand

La langue allemande en Algérie a vu sa disparition du territoire algérien après l'indépendance du pays. C'est la première guerre mondiale qui a contraint un bon nombre d'algériens ainsi que la totalité, sinon la majorité, des français et des colons présents sur le territoire algérien à parler cette langue. La langue allemande réapparaît de nouveau en Algérie à partir des années 2000 et est enseignée dans les écoles et les universités dans le cadre d'une convention entre les Etats

I.3. Contact des langues

Selon, « Les ethnologues » (13^e édition, 1996), il y a sur notre terre 6703 langues. Quelques pays n'ont qu'une seule langue : la Corée du Nord, la Corée du Sud, l'Island, Cubapar exemple, alors que d'autre ont plus d'une langue. Ces langues ne sont pas nécessairement parlées rien qu'à l'intérieur du pays mais dépassent les frontières de ces Etats d'où nous pouvons conclure que ces langues sont sans cesse en contact.

Ceci a donné naissance à la sociolinguistique grâce au groupe de chercheurs américains Dell Hathaway HYMES, Joashua Aaron FISHMAN, John J. GAMPERZ, William

Chapitre I: La situation des langues dans le milieu social en Algérie

LABOV et Charles Albert FERGUSSON. Cette discipline a pour fonction selon Joashua Aaron FISHMAN « *d'étudier qui parle de quoi, comment, où et pourquoi* »¹².

Par contre Henry BOYER pense que « *la sociolinguistique prend en charge tous les phénomènes liés à l'homme parlant au sein d'une société* »¹³. C'est-à-dire que non seulement le sociolinguistique doit, en plus de l'étude « *de qui parle de quoi, comment, où et à qui* », étudier aussi et prendre en considération tous les facteurs qui touchent de près ou de loin le locuteur. Autrement dit, pour Henry BOYER, « *un acte social et une étude des rapports sociaux* ».

Selon Uriel WEINREICH, « *le contact des langues implique plusieurs phénomènes comme le bilinguisme, la diglossie, l'alternance codique, l'emprunt et la néologie, ce qui engendre le comportement langagier de l'individu, c'est-à-dire l'individu à un choix divers* »¹⁴.

I.3.1. Le Bilinguisme/Multilinguisme

Plusieurs définitions ont été attribuées au bilinguisme. Celle qui a retenu notre attention et qui nous a paru plus récapitulative c'est la définition d'Els OSKAAR, traduite par George LUDY et Bernard PY, qui propose

*« de définir le bilinguisme en termes fonctionnels, en ce sens que l'individu bilingue est en mesure, dans la plupart des situations, de passer sans difficulté majeure d'une langue à l'autre en cas de nécessité. La relation entre les langues impliquées peut varier de manière considérable, l'une peut comporter (selon la structure de l'acte communicatif notamment les situations et les thèmes) un code moins éloquent l'autre un code éloquent »*¹⁵.

C'est dire que l'individu, dans toutes les situations de la vie courante, quotidiennement, peut s'exprimer dans deux langues différentes selon son degré de maîtrise de ces dernières et cela pour répondre à ses besoins langagiers. Le degré de maîtrise de l'une des deux langues peut être plus élevé par rapport à l'autre.

¹² FISHMAN, Joashua Aaron. « Sociolinguistique ». Paris, Nathan. 1971.

¹³ BOYER, Henry. « Langues en conflit : Etude sociolinguistique ». Paris, L'Harmattan. 1991, p.274.

¹⁴ WEINREICH, Uriel. « Language in contact findings and problems ». Amsterdam, John Benjamins. 2011, p.05.

¹⁵ LUDY, George et PY, Bernard. « Être bilingue ». Bern, Peter Lang S.A, Editions scientifiques européennes. 2003, p.10.

Chapitre I: La situation des langues dans le milieu social en Algérie

Le bilinguisme est défini par William Francis MAKEY ainsi « *Le bilinguisme n'est pas un phénomène de langue ; c'est une caractéristique de son utilisation. Ce n'est pas une caractéristique du code mais du message. Il n'appartient pas au domaine de langue mais de la parole* »¹⁶.

Ainsi pour lui, c'est son utilisation qui lui confère le statut de langue bilingue qui sert à transmettre un message et entre de ce fait dans le domaine de la parole

En Algérie, le bilinguisme n'est pas un fait nouveau, il y existe depuis bien longtemps, c'est l'une des conséquences de l'occupation française durant laquelle la langue française était pratiquée massivement par l'ensemble de la population car cette dernière était la langue officielle du pays. Aussi, la personnalité de l'algérien a subi son influence dans tous les domaines et il vit aujourd'hui en conflit permanent quant au choix d'utiliser sa langue maternelle l'arabe ou la langue qui lui fut imposée le français maîtrisé par une grande majorité de son milieu social.

I.3.2. La diglossie

Le terme de diglossie est associé au nom de Charles Albert FERGUSON qui aura été un des premiers à proposer une définition en partant de l'observation de la réalité linguistique telle qu'elle se présente. Déjà en 1959, il écrivait que :

*« la diglossie est une situation linguistique relativement stable où, en plus de la ou des variétés (linguistiques) acquises en premier, on trouve une variété superposée, divergente et hautement codifiée. Cette variété est généralement acquise dans le système éducatif et est utilisée le plus souvent dans des situations formelles du discours ou à l'écrit. Elle n'est cependant utilisée par aucun groupe de la communauté dans la conversation courante »*¹⁷.

L'Algérie vit une situation linguistique particulière caractérisée par la diglossie. Le concept de diglossie appliqué à la réalité algérienne appelle des éclaircissements.

Une réflexion approfondie autour de la situation diglossique en Algérie, de ses répercussions sur tous les plans, en particulier dans le domaine du savoir et de l'éducation,

¹⁶ MAKEY, William Francis. « Bilingualism as a World Problem ». Montréal, Harvest House. 1967, pp. 59-62.

¹⁷ FERGUSON, Charles Albert. « Diglossia ». In word15. 1959, pp. 325-340.

Chapitre I: La situation des langues dans le milieu social en Algérie

dans celui de l'information et de l'expression, s'impose ainsi qu'une description de son évolution et de son aboutissement actuel.

A l'indépendance, en 1962, la diglossie est apparue avec la politique d'arabisation et l'adoption de l'arabe classique comme langue nationale et officielle.

Il s'agit d'une situation de coexistence de deux variétés, l'une classique et l'autre dialectale, de la même langue, en l'occurrence l'arabe, qui n'ont pas le même statut, qui sont employées dans des espaces différents, dans des situations de communication différentes et qui suscitent des sentiments, des attitudes et des représentations différentes. Il s'agit, aussi, des sentiments entretenus par les sujets parlants à l'égard des deux variantes de l'arabe en Algérie.

La communauté linguistique algérienne s'accorde pour dire que la variété classique et littéraire est supérieure à la variété dialectale pour plusieurs raisons :

- l'arabe classique est lié, par la grande majorité des algériens, au sacré, au Coran. Cette situation explique tous les autres attributs et qualificatifs associés à cette variante.
- l'arabe classique hérite d'une tradition grammaticale et littéraire incontestable.

La littérature arabe classique a une place incontestable dans le patrimoine littéraire universel aussi on attribue à cette variante une valeur esthétique exceptionnelle. Elle est aussi une variante écrite ce qui lui permet d'investir les espaces de l'école, de l'édition, de la presse, etc. ce qui facilite son épanouissement et de sa promotion.

Par contre, la variante dialectale ne jouit d'aucun prestige. elle subit le handicap de l'oralité dans un monde caractérisé par l'importance de l'écrit. Ce handicap pourrait être surmonté si des efforts individuels ou institutionnels avaient pu adapter l'alphabet arabe à cette variante.

A ces différences de prestige et de représentation s'ajoute une position officielle différente face aux deux variantes :

- reconnaissance de la variante classique et négation de la variante dialectale,
- utilisation de l'une dans les institutions et le discours officiel et exclusion de l'autre,
- statut de langue officielle et nationale pour l'une, absence de statut pour l'autre,

Chapitre I: La situation des langues dans le milieu social en Algérie

- politique de valorisation et de promotion pour l'une et politique de dévalorisation pour l'autre.

Sur le plan linguistique, les deux variantes correspondent à deux codes linguistiques qui remplissent les mêmes fonctions de communication et d'expression. Mais, ces deux variantes se trouvent en situation de conflit permanent.

Généralement, dans pareille situation, il y a soit normalisation (la langue dominée fait disparaître la langue dominante) soit substitution (la langue dominante fait disparaître la langue dominée).

En Algérie, la diglossie ou coexistence des deux variantes, n'a abouti ni à l'une, ni à l'autre, mais plutôt à un autre phénomène : émergence d'un code intermédiaire appelé l'arabe médian. Ce qui crée un décalage entre la prédication, la planification linguistique et la réalité.

Aujourd'hui, la diglossie est définitivement remplacée par une triglossie et, qui sera remplacée par une monoglossie en devenir.

La situation existante est remplacée par une situation de continuum linguistique où chaque locuteur algérien maîtrise une partie du continuum.

La naissance de la variante intermédiaire permet un début de réconciliation de l'Algérien avec lui-même, avec sa langue et sa culture et on assiste à un effacement progressif des limites avec l'introduction de certains éléments (lexicaux essentiellement) de l'arabe classique dans les foyers et l'acceptation de certains éléments du dialectal à l'école ou dans les situations formelles.

La solution du conflit se trouve dans la variante médiane qui doit bénéficier d'une politique de promotion afin d'accélérer cette convergence des deux variantes, en vue d'une normalisation et d'une codification.

Plusieurs définitions ont été données pour le terme « diglossie » par les sociolinguistes:

Selon Jean PSYCHARI, la diglossie est une « *configuration dans laquelle deux variétés d'une même langue sont en usage, mais où seule l'une des deux variétés étant*

Chapitre I: La situation des langues dans le milieu social en Algérie

valorisée »¹⁸. Elle est le fait de trouver deux variétés en concurrence l'une considérée comme variété savante imposée par les puristes dans l'écrit et une variété usuelle pratiquée par la plupart d'individu. Pour lui, elle désigne aussi l'existence deux variétés d'une même langue, elles sont en usage décalé dû à la valorisation d'une variété par rapport à l'autre.

Le bilinguisme désigne la présence de deux langues par contre la diglossie désigne l'état dans lequel se trouvent celles-ci et pour des faits historiques ont des fonctions sociales bien précises. Le statut social de chaque variété est bien distinct et engendrée une énorme disparité entre elles. L'une est considérée en tant que langue supérieure alors que la deuxième langue est inférieure. Nous avons, d'une part, d'après George LUDY et Bernard PY « *Il pourra y avoir diglossie au sein de tout groupe social caractérisé par l'existence d'un réseau communicatif dans lequel deux langues assument des fonctions et des rôles sociaux distincts* »¹⁹ et d'autre part selon Henry BOYER « *il y a diglossie quand une opposition entre variété « haute » et variété « basse » apparaît dans le langage* »²⁰.

I.3.3. L'alternance codique

La notion d'alternance codique (code switching), ou alternance de langues est issue des études sur le bilinguisme et le contact de langues.

Pour John Joseph GUMPERZ, elle 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* »²¹.

Ce qui caractérise la définition de l'alternance codique chez GUMPERZ, c'est la prise en compte de l'aspect linguistique c'est-à-dire de passer d'une langue à une autre langue et les énoncés bilingues produits par les locuteurs sont mal structurés.

On peut dire aussi que pour le bilinguisme, qui est la capacité d'utilisation de deux langues que le locuteur maîtrise plus ou moins, et lors de son passage d'une langue à l'autre, il lui arrive d'alterner les deux langues soit dans la phrase ou entre les phrases. Ce phénomène

¹⁸ <https://www.diachronie.be/hlff/pages/050101.html>. Consulté le 16/07/2020 à 10:26.

¹⁹ LUDY, George et PY, Bernard. « Être bilingue ». Bern, Peter Lang S.A, Editions scientifiques européennes. 2003, p.15.

²⁰ BOYER, Henry (Sous la dir. de). « Sociolinguistique. Territoire et objet ». Lausanne, Delachaux et Nestlé. 1996.

²¹ GUMPERZ John Joseph. « Sociolinguistique interactionnelle. Une approche interprétative, université de la Réunion ». Paris, L'Harmattan. 1989, p.57.

langagier est désigné aussi par le terme code switching. Autrement dit, il s'agit d'alternance codique quand les deux langues sont utilisées en même temps et dans un unique contexte selon Moreau Marie-Louise qui dit que « *les éléments des deux langues font partie du même acte de parole minimale* »²².

I.4. Le milieu social

Le milieu social est le contexte dans lequel vivent en commun un ensemble d'individus. Ceux-ci forment une société qui subit l'influence de son environnement. Cette société est organisée en couches ou classes sociales déterminées selon des critères de différenciation. Elle est ainsi soit hiérarchisée soit départagée en classes sociales définies économiquement, c'est-à-dire que, les individus possèdent des moyens de production ou n'ont aucune possibilité de se procurer des biens. Nous avons ainsi dans toute société : la classe ouvrière, la classe moyenne et la classe supérieure.

Selon Karl Marx (1818-1883) « *l'histoire de toute société jusqu'à nos jours n'a été que l'histoire des luttes des classes* ».

Pour Pierre Bourdieu, puisant dans les conceptions de Marx et de Weber, l'espace social est traversé par des rapports de domination. Selon lui, l'espace social est constitué de classes relativement fermées et inégalement dotées en différents capitaux, c'est-à-dire, un ensemble de ressources que l'individu peut valoriser dans diverses situations sociales. Il distingue quatre types de capitaux :

- le capital économique constitué de l'ensemble des ressources économique d'un individu, son revenu, son patrimoine.
- le capitale culturel, le plus important pour Bourdieu ; il s'agit de l'ensemble des savoirs et des savoirs être possédés par un individu, ses titres scolaires, ses biens culturels.
- le capital social qui est constitué par le réseau de connaissances que l'individu peut activer pour acquérir une position sociale.
- le capital symbolique qui valide pour l'individu un certain prestige social aux yeux des autres. Il permet de valoriser les autres capitaux. La place d'un individu dépend de sa dotation dans les différents capitaux.

²² MOREAU, Marie-Louise. « Sociolinguistique concepts de base ». Bruxelles, Édition MARDAGA, 1997, p.32.

I.5. Le milieu professionnel

La profession est une occupation déterminée dont on peut tirer ses moyens d'existence, c'est-à-dire, tout métier qui nous permet de subvenir à nos besoins. Les professions ou métiers évoluent et changent avec l'évolution du temps. Chaque époque, avec ses spécificités, dispose de types donnés de métiers. L'ensemble des individus qui disposent d'un métier font partie d'un même milieu professionnel qui lui-même est départagé en classes, couches ou catégories d'ouvrières. Autrement dit, le milieu professionnel englobe tous les individus qui ont « *une activité rémunérée et régulière pour gagner sa vie* »²³. La position sociale plus ou moins prestigieuse dépend, pour une très grande part, du métier exercé. « *Métier de caractère intellectuel, artistique etc... qui donne une position sociale plus en moins prestigieuse : la profession d'avocat* »²⁴.

De cet état de fait, on peut déduire que l'individu, dans le milieu professionnel fait soit partie de la classe ou catégorie de ceux et celles qui fournissent un travail manuel ou ceux et celles qui fournissent un travail intellectuel. Le travail intellectuel, dans notre société actuelle est réparti sur deux secteurs : la culture (recherches et productions culturelles, artistes, etc.) et la fonction publique (administrations, enseignement, etc.).

²³ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>. Consulté le 12/07/2020 à 12 :15.

²⁴ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/profession/64156>. Consulté le 12/07/2020 à 12 :24.

Conclusion

Dans ce chapitre nous avons donné un bref aperçu de la situation sociolinguistique en Algérie qui nous a révélé sa complexité caractérisée par la présence d'une multitude de langues et dialectes dans le paysage linguistique que l'on peut schématiser en deux sphères :

- La première englobera : l'arabe classique (langue nationale et officielle), l'arabe algérien (langue maternelle et véhiculaire), le berbère (langue nationale, officielle et véhiculaire par ses divers variantes), le français (1^{ère} langue étrangère, langue d'enseignement supérieure et véhiculaire).
- La deuxième est relative : aux autres langues étrangères présentes sur le champ : l'anglais (2^{ème} langue étrangère), l'espagnole, l'italien, l'allemand et le russe 3^{ème} langues).

Ceci a engendré l'apparition du bilinguisme et d'une diglossie avec une situation conflictuelle qui n'a pas suivi le cheminement traditionnel mais a permis la naissance d'une triglossie qui s'installe peu à peu.

Cette situation a généré une complexité difficile à cerner qui est un champ de recherches très fertile pour les sciences humaines en générale et la sociolinguistique en particulier.

Chapitre II:
**La communication dans le
milieu professionnel**

Chapitre II: La communication dans le milieu professionnel

Introduction

Après avoir passé en revue la situation linguistique complexe de l'Algérie, nous entamons le deuxième chapitre de notre étude d'abord, par une définition de la communication qui constitue un élément primordial pour la relation publique dans le milieu professionnel, puis nous essayerons de déterminer ses types et les compétences requises pour mener à bien cette mission.

La communication étant l'action de communiquer avec quelqu'un, d'être en rapport avec autrui, en général par le langage ; un échange verbal entre un locuteur et un interlocuteur dont il sollicite une réponse : le langage, le téléphone sont parmi les moyens de communication les plus utilisés dans ce domaine.

Cette communication dont les actions sont multiples et variées se divise en plusieurs types qui à leur tour sont classés en plusieurs catégories et genres qui requièrent chacun des compétences déterminées. Donc elle constitue un champ très étendu qui fera l'objet de notre intérêt dans le présent chapitre.

II.1. La communication

Les agences commerciales de l'opérateur Mobilis sont des milieux professionnels où la communication langagière est l'outil indiqué pour informer, orienter, attirer et fidéliser le public client.

II.1.1. définition de la communication

Etymologiquement le terme communication « est emprunté au dérivé latin communication qui signifie mise en commun, échange, action de faire part »²⁵.

Ce terme « a été introduit en français avec le sens général de "manière d'être ensemble" et envisagé dès l'ancien français comme un mode privilégié de relations sociales (vers 1370). Son sens a changé par le vocabulaire théologique "communier puis communiquer avec Dieu" (vers 1662) et a pris son sens actuel avec l'essor des médias et les influences anglo-saxonnes »²⁶.

Selon le Dictionnaire LAROUSSE, on entend par communication « l'action de communiquer: être en communication avec quelqu'un, prendre ou recevoir une communication. Communiquer quelque chose à quelqu'un : un avis, un message, un renseignement. C'est la transmission de l'information au sein d'un groupe, considérée dans ses rapports avec la structure de ce groupe »²⁷.

Donc, la communication comprend quatre éléments distincts :

- la source : celui qui prend l'initiative de la communication (l'émetteur).
- le contenu, c'est-à-dire l'information elle-même ou l'idée transmise en langage codé (le message) qui sera interprété par le récepteur.
- le véhicule ou l'outil : c'est le canal qui permet d'acheminer ce message jusqu'aux récepteurs (le moyen de communication).
- le récepteur : celui à qui l'information, transmise par l'émetteur, est destinée.

²⁵ Le ROBERT. Dictionnaires d'étymologie du français.2015.

²⁶ Le ROBERT. Dictionnaire historique. 2016.

²⁷ Le LAROUSSE. Dictionnaire de français.

Chapitre II: La communication dans le milieu professionnel

Pour Claude Elwood SHANNON (1952), dans sa « théorie du traitement de l'information », dit que « *la communication est la transmission d'un message d'un endroit à un autre* »²⁸.

Cette approche repose sur la mise en relation d'un émetteur et d'un récepteur.

Roman Osipovitch JAKOBSON, pour lui, le langage doit être étudié dans toutes ses fonctions, qui peuvent être regroupées en 6 catégories : la fonction expressive, la fonction conative, la fonction phatique, la fonction référentielle, la fonction métalinguistique et la fonction poétique.

En effet, Roman Osipovitch JAKOBSON, dans un article de 1960 intitulé « Linguistique et poétique » (In *Essais de linguistique générale*, 1966), analysant le schéma de la communication, s'inspire du modèle de Shannon pour l'adapter à la communication entre individus. Il distingue six facteurs constitutifs : le contexte (ou référent), le destinataire, le destinataire, le contact (ou canal), le code et le message. Chacun de ces facteurs joue un rôle dans le message, mettant ainsi en jeu une certaine « fonction du langage » :

- « - La « fonction référentielle » (dite aussi dénotative ou cognitive) marque la visée du référent : c'est l'aspect informatif du langage.
- La « fonction émotive » (ou expressive) correspond à la trace de l'émetteur dans son message.
- La « fonction conative » marque l'orientation du message vers le destinataire : même dans le soliloque, où le destinataire coïncide avec l'émetteur, cette fonction est présente. -- La « fonction phatique » reflète dans le message les conditions de communication à travers le canal : l'exemple type en est « Allô ! », qui n'a d'autre signification que de s'assurer que le contact est établi avec l'interlocuteur.
- La « fonction métalinguistique » traduit dans le message la prise de position explicite de l'émetteur à l'égard du code : usage des guillemets, emploi de termes métalinguistiques (par exemple, « le nom "maman" désigne la mère ») participent de cette fonction.

²⁸ GRONIER, Guillaume « Cours Communication ». (Cite Shannon In Introduction). 2007.

Chapitre II: La communication dans le milieu professionnel

- la fonction poétique qui permet de faire d'un message un objet esthétique
Il pourra s'agir de l'ordre des mots, des mots employés, de la façon dont les phrases "sonnent" bien »²⁹.

La communication peut se définir donc comme l'action de communiquer quelque chose : un avis, un message, un renseignement, une idée ou une information.

Communiquer c'est mettre en commun une information, une idée ou une attitude. Pour ce faire, il faut plusieurs éléments organisés en système.

Aussi, pour communiquer avec son public, l'agence Mobilis lui transmet par le biais de ces agents des informations ainsi que des spécificités qui concernent ses produits ou ses services et reçoit leurs doléances.

II.2. Les types de communications

La communication peut revêtir plusieurs formes. Ainsi, la communication peut être : interne et externe pour la communication d'entreprise avec ses différentes variantes, comme elle peut être écrite ou orale verbale, non verbale ou encore paraverbale.

II.2.1. la communication d'entreprise

Ce type de communication peut être interne ou externe.

II.1.2.1.1. La communication interne

La communication interne est représentée par la circulation de toute sorte d'informations à l'intérieure de l'entreprise.

Elle veille à la cohésion de ces informations au niveau des différentes fonctions et permet à chaque employé d'être informé pour qu'il puisse pouvoir s'identifier et donner un sens et une motivation à sa fonction et à son évolution au sein de l'entreprise.

Un personnel bien intégré constitue une condition indispensable pour la réalisation d'une bonne communication vers le public externe.

²⁹ JAKOBSON, Roman Osipovitch. « Essais de linguistique générale ». Traduit de l'Anglais par Nicolas Ruwet. Paris, Ed. de Minuit, Collection Arguments, 262p. 1966.

Chapitre II: La communication dans le milieu professionnel

L'efficacité et l'efficience de cette communication, qui est à double sens, dépend de la volonté de la direction dans la transmission de l'information vers le bas et dans l'écoute et la prise en charge de l'information vers le haut.

II.1.2.1.2 La communication externe

La communication externe a pour objectif de faire connaître les produits créés par l'entreprise et leur évolution auprès de son public, son rôle est d'amplifier le goût du consommateur, de le fidéliser, de le pousser vers de nombreux besoins en l'amenant vers l'acte d'achat et de consommation. Elle vise l'atteinte de plusieurs objectifs étudiés et planifiés dont :

- faire connaître tout nouveau produit ou service que l'entreprise peut fournir;
- chercher à fidéliser la clientèle de l'entreprise et l'augmenter;
- faire connaître la/les marque(s) de l'entreprise;
- atteindre les différents segments du marché conquis et étendre son territoire;
- influencer le comportement des consommateurs;
- faire ressortir les caractéristiques de la marque ou de les produits de l'entreprise;
- promouvoir une idée ou une cause sociale.

La communication externe d'une entreprise comprend « l'ensemble de toutes les informations, messages et autres signaux de toutes natures que l'entreprise émet volontairement ou non, en direction de tous les publics »³⁰.

Le service de la communication regroupe en son sein l'ensemble des formes et des processus d'organisations nécessaires à réalisation d'une politique en direction du monde extérieur et des groupes ciblés.

³⁰ LENDREVIE, Jacques, LEVY, Julien, LINDON, Denis. « Théorie et pratique du marketing » (7e édition du Mercator. Paris, Ed. DALLOZ. 2003, p.485.

Chapitre II: La communication dans le milieu professionnel

Quelle que soit la taille de l'entreprise, la communication externe joue un rôle fondamental pour son image et sa notoriété car c'est grâce à elle que les partenaires, les clients et les prospects forgent leurs opinions et attitudes vis-à-vis de l'entreprise.

Cette communication externe peut revêtir différentes formes et concerner la communication relative : aux biens et services, à la valorisation des performances, à la valorisation de la « personnalité » et des valeurs de la marque, à la communication d'entreprise (performances économiques, techniques de l'entreprise) et à la communication institution personnalité et valeur de l'entreprise.

II.1.2.2. La communication écrite

Dans la communication écrite, des signes ou des symboles écrits sont utilisés pour communiquer.

Un message écrit peut être imprimé ou manuscrit. Dans la communication écrite, le message peut être transmis par courriel, lettre, rapport, note, etc.

Le message, dans la communication écrite, est influencé par le vocabulaire et la grammaire utilisés, le style d'écriture, la précision et la clarté du langage utilisé.

Ce type de communication est la forme de communication la plus couramment utilisée en affaires (commerce, entreprises, etc.) et par l'administration. Elle est donc considérée comme primordiale parmi les compétences en affaires et dans l'administration. Les notes de service, les rapports, les bulletins d'information, les descriptions de travail, les manuels de l'employé et les courriels sont les types de communication écrite utilisés pour la communication interne.

Pour communiquer par écrit avec l'environnement extérieur, on utilise le courrier électronique, les sites Internet, les lettres, les propositions, les télégrammes, les fax, les cartes postales, les contrats, les annonces, les brochures et les communiqués de presse.

Les avantages de la communication écrite incluent :

- les messages peuvent être édités et révisés plusieurs fois avant d'être envoyés.
- la communication écrite fournit un enregistrement de chaque message envoyé et peut être sauvegardée pour étude ultérieure.

Chapitre II: La communication dans le milieu professionnel

- un message écrit permet au destinataire de le comprendre pleinement et d'envoyer les commentaires appropriés.

Les inconvénients de la communication écrite comprennent :

- contrairement à la communication orale, la communication écrite ne génère pas de réponse instantanée.

- la rédaction d'un message écrit prend plus de temps que le bouche-à-oreille. Il y a un certain nombre de personnes qui ont du mal à écrire.

II.1.2.3. La communication orale

La communication orale fait référence à la forme de communication dans laquelle le message est transmis verbalement ; la communication se fait de bouche à oreille et non par écrit. Le but de chaque communication est de faire comprendre aux gens ce que l'on essaye de transmettre.

Lorsqu'on parle aux autres, on suppose que les autres comprennent ce qu'on dit parce qu'on comprend soi-même ce qu'on dit. Les gens apportent généralement leur propre attitude, perception, émotions et pensées sur le sujet et créent ainsi un obstacle à la compréhension du sens correct.

Donc, pour livrer le bon message, on doit se mettre à la place de l'autre et penser du point de vue de notre destinataire.

En communication orale, la communication est influencée par la hauteur, le volume, la vitesse et la clarté de la parole.

La communication orale a pour avantages d'apporter des commentaires et des réponses rapides. Dans une conversation face à face, en lisant l'expression du visage et le langage corporel, on peut deviner s'il faut faire ou non confiance à ce qui est dit.

L'inconvénient de la communication orale est que dans une discussion en face à face, l'utilisateur ne peut pas réfléchir en profondeur à ce qui est livré, donc cela peut être considéré comme une interprétation ayant un seul sens, celui qui a été livré dès l'émission du message ou saisi dès la réception du message.

Chapitre II: La communication dans le milieu professionnel

Dans cette catégorie, on distingue généralement trois formes de communication: interpersonnelle, de groupe et de masse.

II.1.2.3.1. La communication interpersonnelle

Cette communication est celle qui se déroule entre deux individus. Elle se construit à partir des interactions au sein de l'échange. Elle peut être de type immédiat (oralement en présence de l'un et de l'autre), indirecte (téléphone, visioconférence) ou en différé (lettre, mail).

II.1.2.3.2. La communication de groupe

Ce type de communication consiste en la présence d'un émetteur s'adresse à un ensemble de récepteurs (des individus ayant un intérêt commun). Elle peut être orale ou verbale, médiata ou immédiate mais la rétroaction est limitée par rapport à la communication interpersonnelle.

II.1.2.3.3. La communication de masse

Dans cette catégorie, on utilise les « mass media » (presse, internet, télévision, affiches, flyers, etc.) comme outils de communication. Il s'agit de l'ensemble des communications qui permettent à un émetteur ou un ensemble d'émetteurs de s'adresser au plus grand nombre possible de récepteurs (hétérogène, anonyme et ayant des intérêts divers).

II.1.3. Les effets de la communication verbale, non verbale et paraverbale

Ce type de communication est constitué par les éléments qui influencent l'effet d'un message, en nous concentrant sur les facteurs qui sont directement liés à la forme d'une présentation orale.

II.1.3.1. La communication verbale

La communication verbale est une communication dans laquelle l'émetteur utilise des mots, qu'ils soient oraux (face à face, conférences, appels téléphoniques, séminaires, etc.) ou écrits (lettres, courriers électroniques, SMS, etc.), pour transmettre le message au destinataire. C'est la forme de communication la plus efficace qui permet un échange rapide d'informations et un retour d'information. Il y a moins de risque de malentendu, car la communication entre les parties est claire, c'est-à-dire que les parties utilisent des mots pour dire quelque chose.

Chapitre II: La communication dans le milieu professionnel

Les Composantes de la communication verbale sont, donc : le message, le vocabulaire c'est-à-dire le sens des mots, la complexité, la clarté, la précision et la durée.

Il existe deux types de communication :

- **La Communication formelle** : appelée, également, communication officielle, c'est un type de communication dans lequel l'expéditeur suit un canal prédéfini pour transmettre les informations au destinataire, appelé communication formelle.

- **La Communication informelle** : dans ce type de communication l'expéditeur ne suit aucun canal prédéfini pour la transmission d'informations la communication est appelé communication informelle.

Un message verbal peut avoir une signification particulière, différente pour chacun des interlocuteurs et provoquer des réactions diverses. Chaque élément de la communication, qu'il soit verbal ou non verbal, peut avoir une signification différente suivant les personnes et le contexte dans lequel cela se passe.

Par ailleurs, notre perception de la réalité est personnelle. Chacun de nous peut en effet avoir une perception différente d'une même réalité, tout en ayant le sentiment d'avoir raison et de percevoir la réalité. Or, chaque personne perçoit la réalité au travers de son propre système de référence qui agit comme un filtre. Il s'agit d'une perception subjective qui provoque des réactions et comportements particuliers.

Aussi, chacun agit à partir de l'image qu'il se fait de son interlocuteur, de la perception (subjective) qu'il a de l'autre. Cette représentation détermine en grande partie la relation interpersonnelle (la notion de place), qui elle-même réagit à son tour sur les représentations mutuelles des interlocuteurs.

C'est par la discussion, au travers de la « confrontation » des points de vue, que l'on parvient à construire une représentation collective relativement proche de la réalité. Si la communication représente souvent l'échange verbal, elle ne se limite pas à cet aspect.

En réalité, la communication est beaucoup plus large. Tout est communication. A côté de sa dimension verbale, elle comprend : une dimension non verbale et une dimension non verbale.

II.1.3.2. La communication non verbale

La communication non verbale est une communication qui a lieu entre l'expéditeur et le destinataire avec l'utilisation de signes. Les mimiques, les attitudes, le contact visuel, l'expression du visage, la position corporelle, par exemple.

La communication non verbale est basée sur la capacité de décodage des parties dans la communication, car la transmission de messages de l'émetteur au destinataire ne contient pas de mots, c'est-à-dire que la communication est transmise sous forme de signes. Par conséquent, si le destinataire comprend parfaitement le message et qu'un retour adéquat est fourni, on peut dire que la communication a aboutie.

Ce message complète parfois la communication verbale pour comprendre la mentalité et l'état des parties et ce qui n'est pas parlé par elles, mais constitue un acte de compréhension. Les types de communication non verbale sont :

- **la chronique** : l'utilisation du temps dans la communication est chronologique, ce qui parle de la personnalité de l'émetteur / récepteur, telle que la ponctualité, la vitesse de la parole, etc.
- **les vocaliques** : le volume, le ton de la voix et le ton utilisés par l'émetteur pour communiquer un message au destinataire sont appelés langues parallèles.
- **le toucher** : en effet, l'utilisation du toucher dans la communication est l'expression de sentiments et d'émotions du sujet.
- **la kinésie** : qui est l'étude du langage corporel d'un vis-à-vis, c'est-à-dire ses gestes, ses postures, ses expressions faciales, etc.
- **les proxémiques** : c'est-à-dire la distance maintenue, par une personne lorsqu'elle communique avec d'autres, donne une idée sur sa relation avec les autres en tant que relation personnelle, sociale et publique.
- **les artefacts** : l'apparence d'une personne, à travers ses vêtements, ses bijoux, son style de vie, etc., révèle sa personnalité. Ce type de communication est aussi appelé communication artificielle.

La communication non verbale ne repose pas sur des mots, mais ses composantes sont les gestes (actions et réactions), les attitudes, les expressions faciales (dont les micro-

Chapitre II: La communication dans le milieu professionnel

expressions), les odeurs, la tenue vestimentaire, la posture, ainsi que d'autres signaux, conscients ou inconscients.

Aussi, on peut dire que la communication non-verbale (le langage du corps) repose essentiellement sur des gestes, des attitudes, des mimiques.

Les interlocuteurs réagissent sans s'en rendre compte aux messages non-verbaux pour s'évaluer mutuellement. ...

Notre gestuelle, notre façon de nous asseoir, de parler et d'établir un contact visuel sont autant de moyens de communication non verbaux qui influencent les messages que nous transmettons verbalement. Le message est transmis dans une proportion importante par le ton de notre voix.

II.1.3.2. La communication paraverbale

Selon des notes relevées de l'article en ligne « Verbal, paraverbal et non-verbal dans l'interaction verbale humoristique » de Jean-Charles CHABANNE le terme paraverbal n'a pas d'entrée dans Le dictionnaire de linguistique de LAROUSSE et que l'entrée la plus proche semble être « *prosodie* » et que son extension est sans doute plus grande que celle de ce terme.

« Le dictionnaire de linguistique de Larousse (Dubois et al. 1994) ne comporte pas d'entrée à paraverbal. L'entrée la plus proche semble être prosodie : "un domaine de recherche vaste et hétérogène, comme le montre la liste des phénomènes qu'il évoque : accent, ton, quantité, syllabe, jointure, mélodie, intonation, emphase, débit, rythme, métrique, etc." Le terme "paraverbal" est utilisé de préférence dans le domaine de l'approche interactionniste, son extension est sans doute plus grande que celle de "prosodie". (Cf. Cosnier & Brossard 1984 : 5sq. ; CKO 1990 : 137 sq.) »³¹.

Puis, il précise « *Une distinction rudimentaire entre verbal et paraverbal pourrait être celle-ci : le verbal serait ce qu'une transcription écrite conserve des phénomènes langagiers ;*

³¹ CHABANNE, Jean-Charles. « Verbal, paraverbal et non-verbal dans l'interaction verbale humoristique ». Article paru dans *Approches du discours comique, actes de la journée d'étude Adiscom-Corhum* (juillet 1995), dir. J.-M. Dufays et L. Rosier. Bruxelles, Mardaga, coll. « Philosophie et langage ». 1999, pp. 35-53. In art. en ligne, Note 2 p.13 consulté le 11/07/2020 à 23 :10

Chapitre II: La communication dans le milieu professionnel

le paraverbal serait ce que seul un enregistrement au magnétophone pourrait enregistrer, mais que l'écrit ne retient pas »³². Et il note

« Je précise aussitôt que cette distinction est discutable, car certains phénomènes paraverbaux sont notés, quoique de manière approximative :

- *l'intonation est partiellement "évoquée" par la ponctuation ;*
- *les variantes articulatoires le sont par adaptation de l'orthographe (Morsly 1990), écritures pseudo-phonétiques, ressources typographiques (voir les textes de la Bande-Dessinée) ;*
- *l'intensité est rendu par l'italique, les capitales, la taille des caractères (plus rare), etc. »³³.*

Avant d'ajouter *« Les phénomènes que nous désignons par le terme de paraverbal sont nombreux et hétérogènes »³⁴.*

Donc, le paraverbal est l'une des composantes de la communication non verbale qui permet d'envisager ce qui a trait à la voix, ce qui excluant tout analyse sémantique.

Les études traitant du paraverbal s'intéressent au ton de la voix, à son intonation, au rythme d'un énoncé. Le paraverbal leurs permet aussi de s'intéresser aux pauses, pleines ("hummm") ou silencieuses (" "), dans les discours. Il leurs donne la possibilité de s'intéresser aussi à la latence du temps qui s'écoule entre la fin d'une question et le début de la réponse.

Donc, le ton, le rythme, l'inflexion de la voix, par exemple. Les différents éléments non verbaux et paraverbaux de la communication peuvent remplir différentes fonctions de communication (relationnelle, régulatrice, expressive, accompagnatrice, par exemple).

Au même titre que les éléments verbaux, ils sont traduits, décodés par l'interlocuteur qui leur donne un sens. Dès lors, la signification d'un message n'est complète que lorsqu'on prend en compte tant la composante verbale que les composantes non verbales et paraverbales de la communication.

³² CHABANNE, Jean-Charles. Op.cit. Note 3, p.3

³³ Ibid. p.13.

³⁴ Ibid. p.3.

Chapitre II: La communication dans le milieu professionnel

Même le silence est une forme de communication : par son attitude, on communique qu'on ne veut pas dialoguer ou on témoigne par son silence d'un message particulier.

Ainsi, on peut dire qu'il est impossible de ne pas communiquer. La manière de dire plus que le contenu détermine cette relation. La partie non verbale de la communication est d'ailleurs appelée la relation, par opposition au contenu qui correspond aux éléments verbaux.

II.1.3. Les différentes compétences de la communication

Le terme de compétence de la communication, créé par Dell Hathaway HYMES cité par Robert GALISSON et Daniel COSTE, désigne

« la connaissance [...] des règles psychologiques, culturelles et sociales qui commandent l'utilisation de la parole dans un cadre social [...] La compétence de communication suppose la maîtrise de codes et de variables sociolinguistiques et des critères de passage d'un code et d'une variable à d'autres : elle implique aussi un savoir pragmatique quant aux conventions énonciatives qui sont d'usage dans la communauté considérée »³⁵

Dans toute entreprise ou administration, le chargé de communication doit posséder des compétences particulières exigées par le poste qu'il occupe soit :

- savoir être à l'écoute à tout et s'adapter à toutes les situations qui peuvent advenir. Être capable de comprendre et de répondre à l'ensemble des problématiques posées par ces situations, par les directions de l'entreprise ou de l'administration.
- savoir faire preuve de minutie dans tout ce qu'il entreprend. ...
- être capable de pouvoir créer une curiosité et intéresser les autres à ce qu'il propose, ...
- pouvoir être une force de propositions et de suggestions pour résoudre tout problème ou convaincre l'autre, ...
- savoir planifier, prévoir et projeter sur l'avenir.

³⁵ GALISSON, Robert et COSTE, Daniel. « Dictionnaire de didactique des langues ». Paris, Hachette. 1976, p.106.

Chapitre II: La communication dans le milieu professionnel

La compétence de communication pour tout individu est la capacité de communiquer efficacement dans une langue qu'elle soit maternelle, seconde ou étrangère.

La compétence communicative, en tant que notion englobante, n'existe pas en tant que telle, mais en tant qu'une association d'éléments dynamiques en relation d'influence mutuelle et qui se recourent et interagissent entre eux. Ses diverses composantes sont : la compétence linguistique, la compétence sociolinguistique, la compétence socioculturelle, la compétence référentielle et la compétence stratégique.

II.1.3.1. La compétence linguistique

La compétence linguistique consiste en l'habileté à interpréter et à appliquer les règles du code linguistique dans une situation de communication. Ces compétences recouvrent l'ensemble des compétences permettant de s'exprimer dans sa langue maternelle ou dans une langue étrangère ; selon François GROSJEAN « *elles sont regroupées selon les grandes fonctions lire, écrire, parler, écouter* »³⁶. Au sein de ce domaine se situe la compétence proprement linguistique, celle qui a trait aux divers aspects du langage et, à un degré moindre, la compétence « grammaticale » terme qui englobe la compétence syntaxique, morphologique, sémantique et phonologique.

II.1.3.2. La compétence sociolinguistique

La compétence sociolinguistique pour J. BERGERON, L. DESMARAIS, et L. DUQUETTE c'est « *l'habileté à interpréter et à utiliser différents types de discours en fonction des paramètres de la situation de communication et des règles de cohérence (combinaison adéquate des fonctions de communication) et de cohésion (liens grammaticaux) propres aux différents types de discours* »³⁷.

Cette compétence inclut en son sein une compétence socioculturelle qui peut être une connaissance des règles sociales dans un groupe donné et une compétence discursive afin de pouvoir maîtriser les différentes formes de discours.

³⁶ GROSJEAN, François. « La personne bilingue et biculturelle dans le monde des entendants et des sourds ». Montréal, Les Presses de l'Université du Québec, Nouvelles pratiques sociales, vol. 6, n° 1. 1993, pp.69-82.

³⁷ BERGERON J., DESMARAIS L. et DUQUETTE L. « Les exercices communicatifs : un nouveau regard ». In Etudes de linguistique appliquée. N° 56, 38-47. 1984.

Chapitre II: La communication dans le milieu professionnel

Parmi les compétences fondamentales en communication, on peut notamment citer le sens du relationnel et l'amabilité de l'individu qui, en développant ces qualités, peut améliorer de façon significative l'image qu'il renvoie aux vis-à-vis ce qui pourrait être bénéfique pour ce qu'il entreprend. Les compétences relationnelles sont essentielles pour instaurer un climat de travail sain et favorable. Elles faciliteront également l'intégration facile de l'individu.

Ces compétences englobent la capacité à travailler en équipe qui est l'une des compétences relationnelles les plus recherchées, la capacité de savoir planifier et gérer son temps efficacement ce qui permettra à l'équipe de traiter les tâches selon leur ordre d'importance et de gagner en efficacité, être capable d'exprimer ses idées de manière claire, efficace et compréhensible à ses collègues et savoir les écouter et avoir la capacité à prendre du recul pour analyser les situations et les problèmes rencontrés

II.1.3.3. La compétence socioculturelle

La compétence socioculturelle pour Sophie MOIRAND c'est en même temps la connaissance et « *l'appropriation des règles sociales et des normes d'interaction entre les individus et les institutions, la connaissance de l'histoire culturelle et des relations entre les objets sociaux* »³⁸.

Cette compétence concerne l'habileté à interpréter et à utiliser les objets culturels liés à une situation de communication. Elle consiste, aussi, à exploiter sa parfaite connaissance des codes culturels et sociaux du milieu d'activité, linguistiques ou non. Elle inclut notamment la compétence référentielle.

II.1.3.4. La compétence référentielle

Pour Daniel COSTE, la compétence référentielle c'est les « *savoirs et savoir-faire touchant aux routines, stratégies, régulation des échanges interpersonnels en fonction des positions, des rôles, des intentions de ceux qui y prennent part* »³⁹.

Ce type de compétence consiste en l'habileté à interpréter et à utiliser des domaines d'expérience, des objets du monde et de leurs relations dans une situation de communication. Ce qui englobe la connaissance de certains lieux, faits, personnages, symboles, produits, etc. partagée par une majorité des membres d'un groupe social ciblé.

³⁸ MOIRAND, Sophie. « Enseigner à communiquer en langue étrangère ». Paris, Hachette. 1982, p.20.

³⁹ COSTE, Daniel. « Lecture et compétence de communication ». Paris, Hachette-Larousse, Le Français dans le monde, N° 141, pp.25-34. 1978.

II.1.3.5. la compétence stratégique

J. BERGERON, L. DESMARAIS, et L. DUQUETTE considèrent la compétence stratégique comme « *l'habileté à utiliser des stratégies verbales et non-verbales pour maintenir le contact avec les interlocuteurs et gérer l'acte de communication, le tout en accord avec l'intention du locuteur* »⁴⁰. Elle représente surtout la capacité de savoir choisir et agencer les divers types de sous-compétences pour une efficacité maximum dans l'accomplissement d'une tâche donnée.

La compétence stratégique peut être définie comme étant l'ensemble des stratégies de communication qui permettent de combler les lacunes de la communication, ces phénomènes de compensation pouvant s'exercer soit sur la compétence linguistique soit sur la compétence sociolinguistique.

⁴⁰ BERGERON, J. DESMARAIS, L. et DUQUETTE L. Op.cit.

Conclusion

A la fin de ce chapitre consacré à la communication sa typologie et ses variantes nous avons passé en revue tous les critères qui lui sont rattachés.

Ainsi, nous pouvons dire que :

- la communication comme l'avait défini Roman JAKOBSON, repose sur six facteurs : le contexte (ou référent), le destinataire, le destinataire, le contact (ou canal), le code et le message. Chacun de ces facteurs joue un rôle dans le message, mettant ainsi en jeu une certaine « fonction du langage ».
- la communication existe sous différents types et genres ayant chacun ses propres spécificités.
- les signes qui composent son message revêtent plusieurs formes.
- cette communications est nécessaire dans tous les domaines : social, économique et administratif.
- elle est nécessaire pour véhiculer l'information dans les deux sens et qu'elle requière certaines compétences pour être efficace.

Dans le prochain chapitre, dans lequel nous allons vérifier la pertinence des hypothèses tirés de notre problématique, nous tenterons de vérifier auprès des agents de l'Agence Mobilis l'impact de la communication bilingue entre le milieu social et le milieu professionnel.

Chapitre III:

Le cadre général et le déroulement de l'enquête

III.1. Le cadre méthodologique

Après avoir passé en revue la situation des langues dans le milieu social en Algérie et la communication dans le milieu professionnel, nous allons avoir le recours à la méthode d'analyse quantitative d'une étude menée sur le terrain à l'aide d'un questionnaire élaboré pour étudier le bilinguisme entre milieu social et milieu professionnel.

Cette section est destinée à la présentation de la méthodologie que nous avons utilisée pour faire notre enquête de recherche et du lieu de notre enquête de terrain qui est l'Agence commerciale Mobilis de Tébessa

III.1.1. La méthode d'enquête

On peut définir l'enquête comme étant l'étude d'une question faite en réunissant des témoignages et des expériences à l'aide d'outils et de méthodes de recueil d'informations. On distingue trois méthodes d'enquête : l'enquête par questionnaire, l'entretien et l'observation participante ou passive.

L'enquête par questionnaire consiste à procéder à une recherche méthodique d'informations reposant sur des questionnaires et des témoignages qui une fois dépouillés analysés nous permettront de mieux connaître une situation pour mettre en place ou évaluer une action.

Avant de réaliser le questionnaire, le choix des questions doit être bien étudié afin de répondre à l'objectif visé. Elles peuvent être ouvertes pour laisser la liberté d'expression aux questionnés, semi-directives (mi-fermées) pour laisser une certaine liberté pour la justification ou/et directives (fermées) c'est les questions à réponses oui/non.

Pour notre part, cette enquête est menée par un questionnaire destiné aux employés de l'Agence Mobilis de Tébessa et une observation passive (pour ne pas gêner le déroulement des activités des employés de l'agence). elle a pour objectif de nous permettre de pouvoir cerner le rôle que peut jouer le bilinguisme et l'alternance codique ou mélange des langues dans les relations communicatives entre clients / employés et employés / clients au niveau des Agences Mobilis.

Notre questionnaire se compose de 14 questions fermées, car elles sont orientées. Cela est dû aux difficultés que nous avons rencontré lors de notre enquête à cause des

Chapitre III: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

restrictions sanitaires imposées par le Covid 19 et de certaines réticences dues au plan de charge des activités des employés de l'Agence.

Notre observation passive à consister à noter des conversations entre clients et employés de l'Agence.

Le questionnaire étant l'un des outils les plus utilisés actuellement dans les recherches en sciences humaines et pour bien cerner l'objet de notre étude, nous avons proposé cet outil aux employés de l'Agence Mobilis Tébessa.

Les réponses aux questionnaires recueillies feront l'objet d'une analyse dont la synthèse nous permettra de confirmer ou infirmer les hypothèses émises.

III.1.2. La description du lieu et de l'échantillon

Notre enquête a été effectuée en milieu urbain dans la ville de Tébessa et plus précisément au niveau de l'Agence commerciale Mobilis, sis Route de la Wilaya. Cette Agence a été créée le 11 décembre 2005, son effectif est de 30 travailleurs et supervisant à leur tour 300 points de vente agréés dont la mission est de commercialiser les produits et services de téléphonie mobile. Au 31 Mars 2019, le nombre de ses clients a atteint : 5674360. Elle a deux Agences de proximité, l'une à Bir El-Ater et l'autre à Ouanza. Elle fait partie du réseau régional d'Annaba qui fait partie du réseau national de la Société Algérienne des Télécommunications Mobiles, premier concessionnaire de téléphonie mobile en Algérie. Cette société opère sur un marché de réseaux et de services de communications électroniques avec une technologie très avancée, dans lequel la concurrence est devenue distincte entre un secteur public œuvrant pour soutenir des caractéristiques de développement économique durable et un secteur privé étranger, et grâce à la qualité de son réseau et aux nombreuses mises à jour qui lui ont été ajoutées, Mobilis a pu fournir et fournir plusieurs services renouvelés à ses clients.

A cause de certaines restrictions et réticences mentionnées plus haut et à l'emploi du temps chargé des employés, le nombre de questionnaires, distribués le 13, 14 et 15 Avril 2020 dans la matinée, est de 20 couvrant une majorité des agents en contact direct et quotidien avec les clients de l'Agence.

Selon les réponses aux questionnaires, les employés échantillon (12 de sexe féminin et 08 de sexe masculin) appartiennent à diverses catégories professionnelles et leurs âges

Chapitre III: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

varient entre 22 et 36 ans. Ils se sont portés volontaires pour répondre à nos questionnaires. Nous avons récupéré lesdits questionnaires le jour même de leur distribution.

III.1.3. Les langues pratiquées par la majorité dans l'Agence Mobilis

Nous avons remarqué que aussi bien les employés que les clients utilisent dans les situations de communication dont nous avons été témoins l'arabe dialectal la majorité du temps, l'alternance de l'arabe dialectal et du français d'autre fois et le français.

Les employés de l'Agence Mobilis utilisent aussi bien le français que l'arabe classique dans leurs activités professionnels et l'arabe dialectal, l'alternance arabe dialectal/français et le français dans les situations de communication avec les clients.

L'usage de ces mêmes langues se fait par les clients selon leurs compétences et les habitudes héritées de leurs milieux sociaux.

III.2. La description des questions destinées aux agents de l'Agence

Le questionnaire remis aux agents se présente sous la forme d'un ensemble de 14 questions fermées, à cause des restrictions et même de certaines réticences des employés à cause du plan de charge de leurs activités. Ce sont des questions à choix multiples, afin de faciliter la tâche aux répondants.

III.2.1. L'analyse du questionnaire

Les parties des questionnaires, qui nous intéressent, sont celles qui cherchent à recueillir des informations, sur :

- le milieu socioculturel des agents de l'Agence à travers : leurs statuts sociaux, leurs milieux d'habitat, leurs niveaux d'instruction, leurs niveaux culturels quant à la maîtrise du français les représentations du français dans leurs milieux sociaux.
- L'employeur, les employés et les langues, les usages par les employés de l'alternance codique ou mélange de ces langues comme stratégie de communication en milieu professionnel à travers les relations publiques professionnelles et leurs conversations avec les clients.

III.2.1.1. Le milieu socioculturel des agents

Le questionnaire remis aux employés comporte deux parties, la première relative au milieu et statut social, le niveau scolaire des employés et la représentation du français par

Chapitre III: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

leur entourage social, la deuxième concerne leur connaissance des langues et leur utilisation dans le milieu professionnel.

- Le milieu socioculturel et la représentation du français

Le milieu social (la catégorie sociale, le milieu d'habitation, niveau d'instruction) des employés, le niveau culturel des employés et la représentation que leur milieu social se fait de la langue française font l'objet de la première partie de la série de questions.

- Les statuts et milieux sociaux des employés

- **Question 1** : Age : ans

- **Question 2** : Sexe : Féminin Masculin

- **Question 3** : Lieu de résidence :

- **Question 4** : Niveau d'instruction : Primaire Moyen Secondaire Supérieur

- Le niveau culturel des employés

- **Question 5** : Quel est votre degré de maîtrise du français ?

Très bien Bien Plus ou moins bien Moyennement Mal

- La représentation du français dans leurs milieux sociaux

- **Question 6** : Que représente le français dans votre entourage social ?

une langue privilégiée une langue de prestige

un moyen de communication une langue à usage occasionnel

III.2.1.2. Le milieu professionnel des employés

Le milieu professionnel des employés est représenté par l'employeur et l'activité des employés

- L'usage des langues par l'employeur

- **Question 7** : Quelles sont les langues utilisées par l'opérateur Mobilis dans ses communications avec ses clients (publicité, information, relation publique, etc.) ?

Arabe dialectal Arabe classique français Berbère Anglais

Chapitre III: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

- Les langues et les employés

- **Question 8** : Dans quelles langues vous exprimez-vous le plus souvent ?

Arabe dialectal Arabe classique français Berbère Autres

Précisez pour Berbère et Autres :

- **Question 9** : Où avez-vous appris ces langues ?

Etablissements scolaires Institut privé A la maison Autres (précisez)

.....

- L'usage du français par les employés

- **Question 10** : La langue française, est-elle une langue de communication dans votre activité ?

Oui Non

- **Question 11** : Est-elle présente dans vos conversations et celles de vos interlocuteurs ?

Oui Non

- **Question 12** : Si oui, son usage concerne-t-il :

Des mots ? Des phrases ? Une partie de la conversation ? Toute la conversation ?

- L'alternance codique chez les employés

- **Question 13** : Mélangez-vous le français et l'arabe dialectal/Berbère dans vos conversations ?

Oui Non

- **Question 14** : Si oui, ce mélange relève-t-il d'un choix :

Individuel ? Social ?

III.3. L'observation passive

Pour soutenir notre questionnaire nous avons prévu des observations actives, par la participation aux conversations des employés et des clients pour les orienter vers des

Chapitre III: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

objectifs précis, sur le lieu de l'enquête. Malheureusement, la situation sanitaire du moment et certaines restrictions, pour ne pas dire réticences, nous ont obligé à recourir à une simple observation passive dont voici la transcription :

Dans l'attente des questionnaires, nous avons assisté à plusieurs conversations entre les employés et les clients et noté les dialogues dont voici les traductions approximatives. *(les mots et phrases transcrits en gras ont été prononcés en français).*

III.3.1. Première conversation

A l'entrée de l'agence, l'agent de sécurité assis près de la porte, une jeune fille entre.

- JF : Salamou alikoum ! Khouya habit nkhalas **la facture** taï wach min guichi ?

(Bonjour ! Monsieur, je veux payer ma facture c'est quel guichet ?)

- AS : **Guichet 3**. Bsah hizi tiki min **distributeur** wstani tourek.

(Guichet 3. Mais, prenez un ticket au distributeur et attendez votre tour)

- JF : Lazem ? **Je suis très pressée !**

(C'est obligé ? je suis très pressée !)

- AS : Allah ghaleb ! **chacun son tour**.

(On n'y peut rien ! chacun son tour)

- JF : **Ok !**

III.3.2. Deuxième conversation

Sièges d'attente, un jeune homme nerveux assis, une employée passe.

- JH : Oukhti ! **Le chef de service abonnements** makanech ?

(Mademoiselle ! Le chef de service abonnements n'est pas ici ?)

- E : Aalah ?

(Pourquoi ?)

- JH : Nsthaqou

Chapitre III: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

(J'ai besoin de le voir)

- E : Wach elmouchkel ?

(Quel est le problème?)

- JH : Ma tfahemtech maa **l'agent du guichet**.

(Je ne me suis pas entendu avec l'agent du guichet)

- E : Aalah ?

(Pourquoi ?)

- JH : Habit nachRi **modem 4G**, Gali rahoum **réservés IdouaR et les petits villages**.

(Je voulais acheter un modem 4G, il m'a dit qu'ils sont réservés à la campagne et aux petits villages)

- E : Sah ! **Mais le chef de service va venir dans un moment**, rah aand lmoudiR.

(C'est vrai ! Mais le chef de service va venir dans un moment, il est chez le directeur)

III.3.3. Troisième conversation

Guichet ventes puces, l'employé s'adresse à un adolescent assis devant lui.

- E : Lazem carta taa bayek, wji houa

(Il faut la carte de ton père, il doit venir lui-même)

- A : Ana lihab néchRi, hay lcarta taï

(C'est moi qui veux acheter, voici ma carte)

- E : Anta **mineur**, mamnouaa nbiaalek

(Tu es mineur, il est interdit que je t'en vende)

III.3.4. Quatrième conversation

Guichet ventes puces, une vieille femme s'adresse à l'employé.

- VF : Wlidi l **puce** taï habset, oubenti ki taaîtli iroud aaliha Rajel

Chapitre III: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

(Mon fils ma puce est inactive et quand ma fille m'appelle c'est un homme qui lui répond)

- E : Nimrou taak moumti ?

(Votre numéro madame)

- VF : o6.....

- E : Nahouhalek ya moumti waataouha louahed akheR

(Votre puce a été suspendue et attribuée à quelqu'un d'autre)

- VF : Aalah ?

(Pourquoi ?)

- E : Ma aamaRtich fiha dRahem akther min 3 chhouR

(Vous n'avez pas alimenté votre compte durant plus de trois mois)

- VF: Wach ndiR ma yaqdrouch yRajouhali ?

(Que dois-je faire, vous ne pouvez pas me la restituer ?)

- E: La ya moumti, bsah taqdRi tachRi ouhda oukhra

(Non madame, mais vous pouvez acheter une autre)

- VF : Oubenti ?

(Et ma fille ?)

- E : Abaathilha nimRou jdid, aatili lcarta

(Transmettez- lui votre nouveau numéro, donnez-moi votre carte)

- VF : Allah youstreK ya oulidi hahia lcarta

(Que Dieu vous bénisse mon fils, voici ma carte)

- E : Bla mziya ya moumti

(Il n'y a pas de quoi madame)

III.3.5. Cinquième conversation

Guichet paiements, un vieil homme s'adresse à l'employée.

- VH : **Mais mademoiselle, j'ai payé la dernière fois.**
- E : **Oui, je sais. Vous aviez payé la facture qui était en retard de paiement. Après vous avait reçu la facture du mois dernier vous ne l'avais pas payé et votre ligne a été suspendue. Vous payez dans les délais et votre ligne ne sera pas suspendue. Payez la dernière facture est votre ligne sera rétablie immédiatement.**
- VH : **Donc, il faut payer toutes les fins de mois si je comprends bien.**
- E : **Oui, dans les délais après réception de la facture.**
- VH : **D'accord. C'est combien ?**
- E : **130000.**
- VH : **Tfadhli**

Conclusion

Pour être menée à bien une enquête de terrain doit satisfaire certaines conditions.

Elle doit être menée avec des outils adéquats dont les questions doivent être choisies selon les objectifs visés par l'enquête. Un ou plusieurs outils peuvent être utilisés dans ce domaine.

Le choix de l'échantillon a aussi son importance dans le recueil des données fiables et utiles pour obtenir les résultats recherchés pour confirmer ou infirmer les hypothèses de la recherche.

Une fois les données recueillies elles doivent être dépouillées et analysées puis interprétées afin d'obtenir une synthèse fiable des résultats de l'enquête.

Chapitre IV :
Le dépouillement, l'analyse
et l'interprétation des
résultats de l'enquête

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

Introduction

Dans ce chapitre nous allons étudier les résultats obtenus. D'abord nous feront le dépouillement des données que nous analyserons par la suite pour leurs donner une interprétation et faire la synthèse ensuite. Nous nous pencherons sur les données fournies par le questionnaire puis ceux contenues dans les dialogues notés

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

IV.1. Le dépouillement et l'analyse des données collectées

Les données recueillies, par questionnaire et observation, feront l'objet d'un dépouillement avant d'être analysées et interprétées

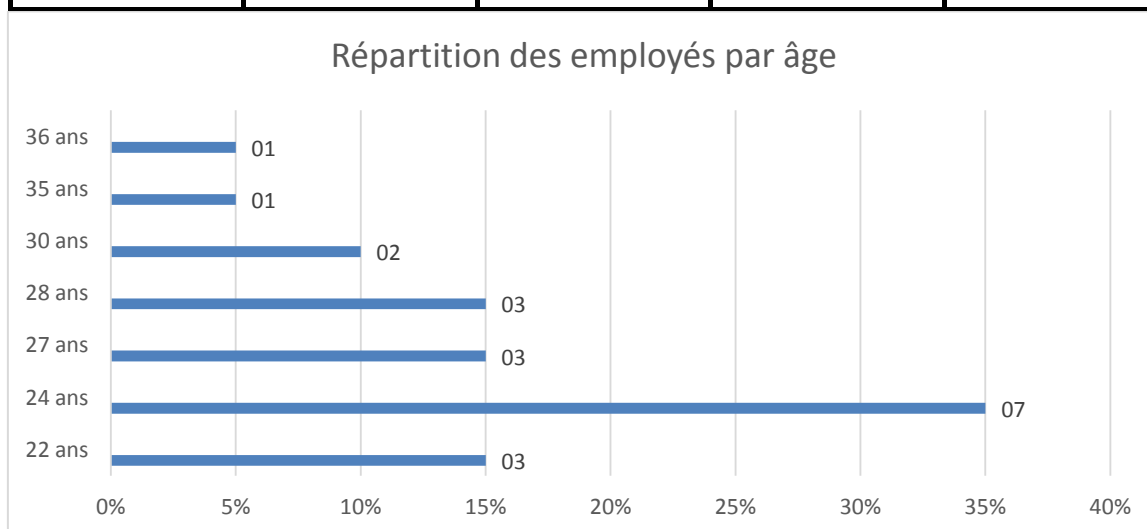
IV.1.1. Le dépouillement et l'analyse des données du questionnaire

Le dépouillement des données collectées servira à dégager les éléments qui seront analysés et interprétés.

- Question 1 :

Les réponses obtenues pour la question 1 relative à l'âge des employés sont représentées sur le tableau et le diagramme suivants:

Âge	Employées	Employés	Nombre	%
22	03	00	03	15
24	04	03	07	35
27	02	01	03	15
28	02	01	03	15
30	01	01	02	10
35	01	00	01	05
36	00	01	01	05



Résultats et commentaire :

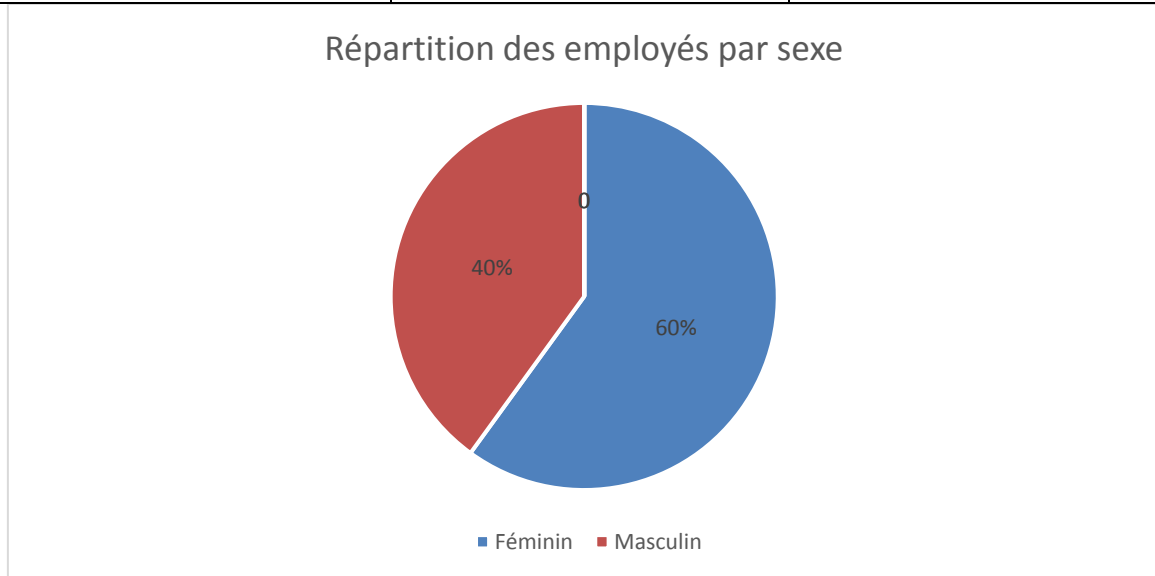
Les résultats obtenus sont de 90 % pour la tranche d'âge comprise entre 22 et 30 ans et 10 % seulement pour les plus de 30 ans. Ces résultats laissent à penser que l'Agence Mobilis a pour politique d'emploi de recruter « jeune » pour plus de dynamisme et de rendement dans l'activité.

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

- Question 2 :

Les réponses obtenues pour la question 2 relative au sexe des employés sont représentées sur le tableau et le diagramme suivants :

Sexe	Nombre	%
Féminin	12	60
Masculin	08	40



Résultats et commentaire :

Les résultats recueillis sont de 60 % pour le sexe féminin et 40 % pour le sexe masculin.

Si on observe ce diagramme, il nous montre que sur 20 employés échantillon nous avons 12 femmes qui représentent 60 % d'où on peut conclure que le nombre de femmes actives est relativement plus élevé que celui des hommes chose qu'on avait remarqué auparavant au sein de l'Agence.

On peut aussi déduire que les Agences commerciales recrutent beaucoup plus d'employées féminins plus aptes aux activités d'accueil et aux relations publiques.

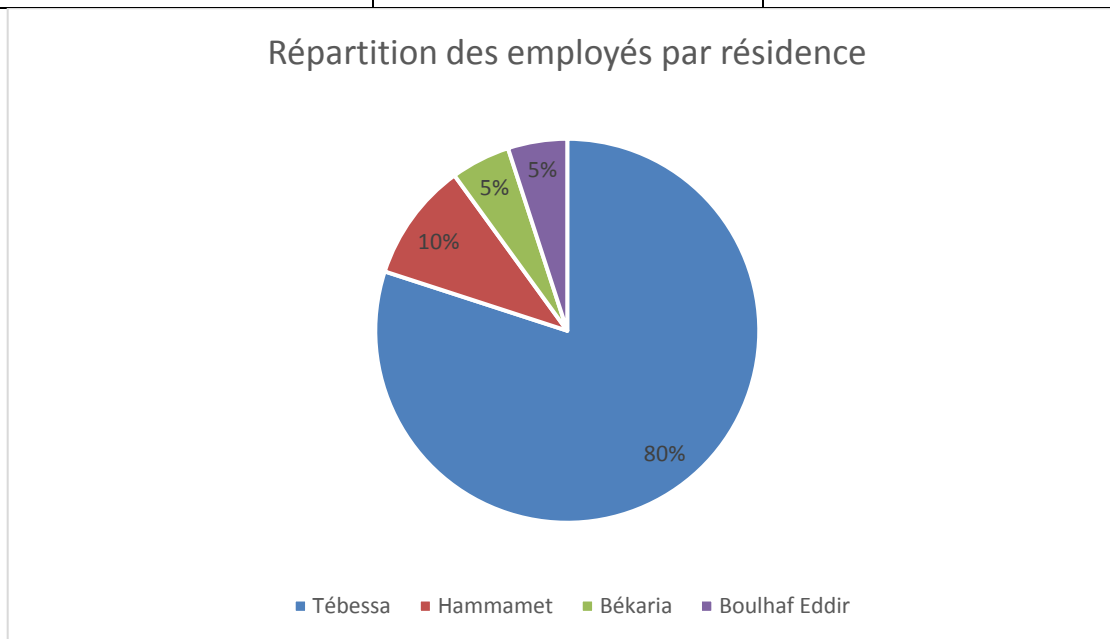
- Question 3 :

Pour cette question, les résultats obtenus sont que la majorité des employés résident à Tébessa. Seulement 04 résident hors de Tébessa soit respectivement : 02 à Hammamet, 01 à Békaria et 01 à Boulhaf Eddir et ils sont les seuls d'après des renseignements recueillis au niveau de l'Agence.

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

Les résultats sont portés sur le tableau et le diagramme suivants :

Lieux de résidence	Nombre	%
Tébessa ville	16	80
Hammamet	02	10
Békaria	01	05
Boulhaf Eddir	01	05



Résultats et commentaire :

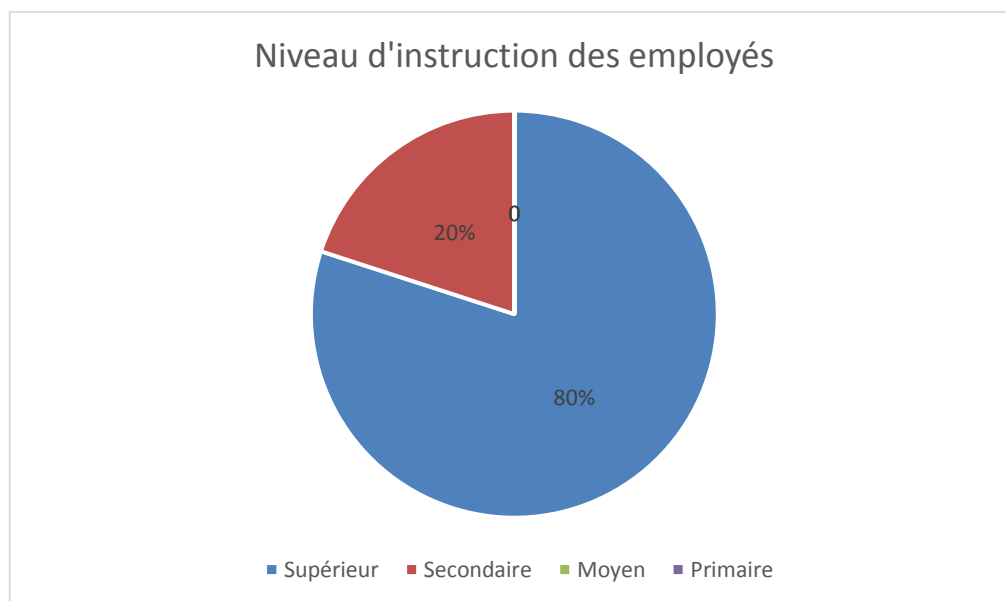
On peut déduire que compte tenu du lieu d'implantation de l'Agence les locaux ont beaucoup plus de chance d'être recrutés. Est-ce la compétence qui a joué en leur faveur ? On pourrait le penser. Aussi, on peut dire que pour Mobilis la compétence est un critère qui n'est pas négligé.

- Question 4 :

En ce qui concerne le niveau d'instruction, nous avons obtenu, pour cette question, les données suivantes : la grande majorité des employés ont un diplôme d'études supérieures et seulement 04 ont un niveau secondaire.

Niveaux	Employés	Employées	Total	%
Primaire	00	00	00	00
Moyen	00	00	00	00
Secondaire	02	02	04	20
Universitaire	06	10	16	80

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête



Résultats et commentaire :

Les résultats obtenus du dépouillement sont de 80 % pour le niveau supérieur et 20% pour le niveau secondaire.

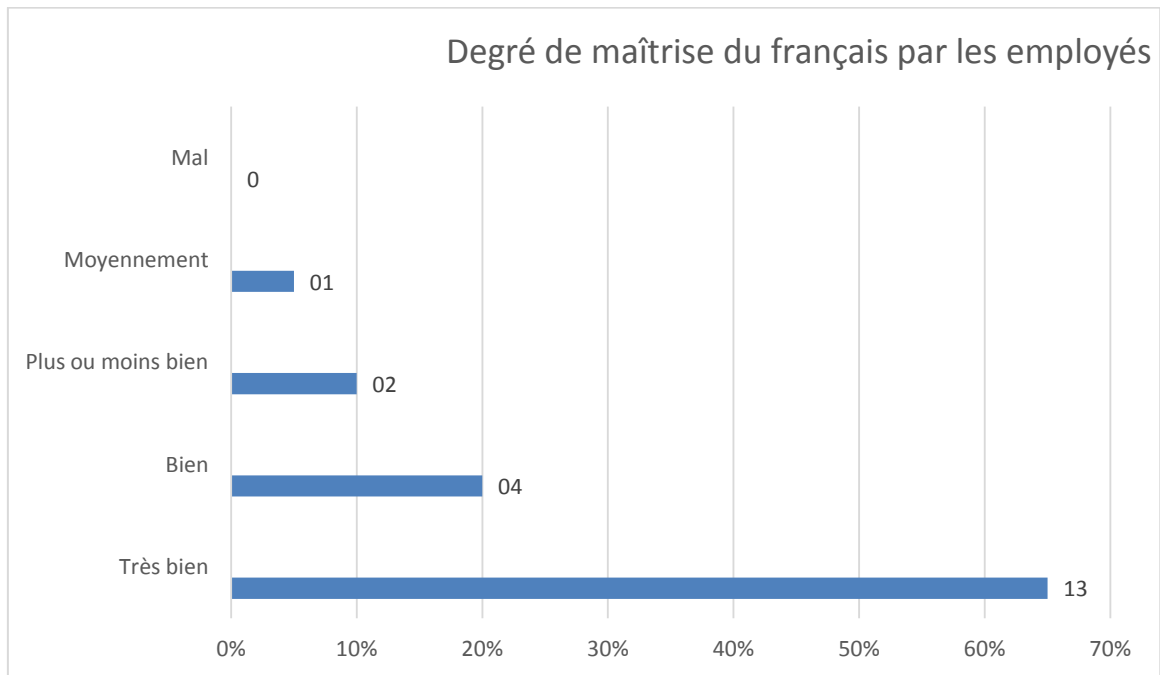
Ce diagramme montre que la grande majorité des employés ont un diplôme d'études supérieures ce qui nous amène à déduire Mobilis préfère la qualité et la compétence dans tous les domaines pour pouvoir donner pleine satisfaction à ses clients et faire face à une concurrence très virulente sur le marché de la téléphonie menée par ses deux rivaux étrangers. On remarque aussi que le nombre de femmes ayant un niveau supérieur est plus élevé que celui des hommes (10/06).

- Question 5 :

Les données recueillies pour la question 5 se résument en ce qui suit : l'ensemble des employés ont une bonne maîtrise du français qui est représentée dans le tableau et le diagramme suivants :

Maîtrise du français	Nombre	%
Très bien	13	65
Bien	04	20
Plus ou moins bien	02	10
Moyennement	01	05
Mal	00	00

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête



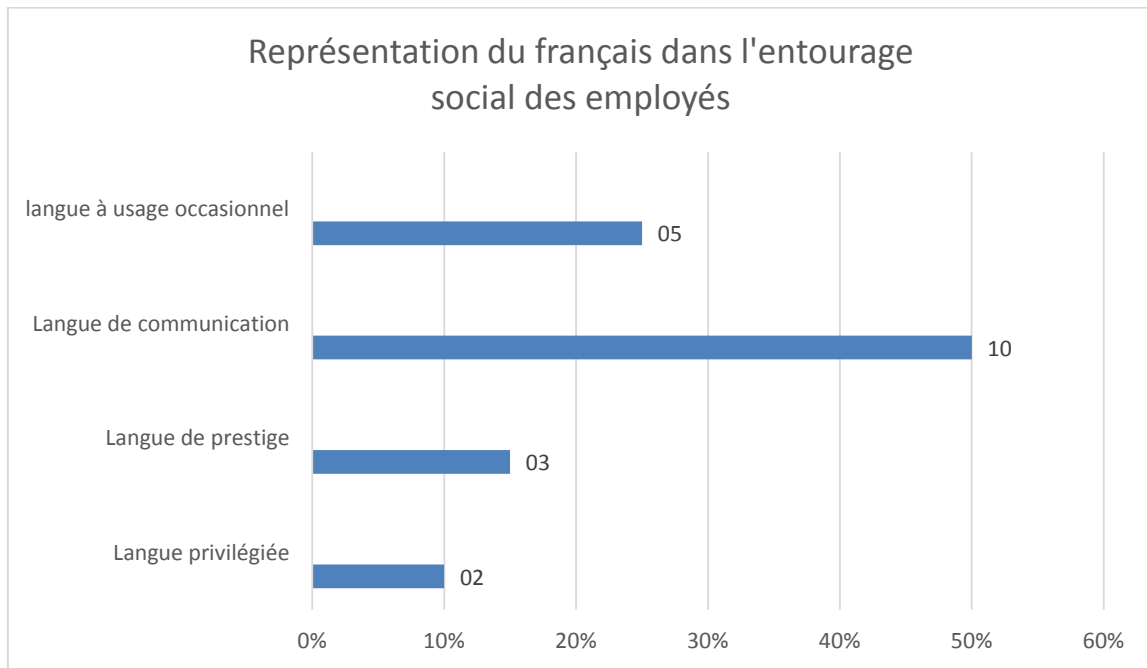
- Question 6 :

Pour la question 6 relative à la représentation de la langue française dans l'entourage social des employés. Est-ce qu'elle est considérée comme langue privilégiée, comme langue de prestige, comme moyen de communication ou encore comme langue à usage occasionnel ?

Les réponses obtenues sont présentées dans le tableau et le diagramme ci-dessous :

Représentations	nombres	%
Langue privilégiée	02	10
Langue de prestige	03	15
Langue de communication	10	50
Langue à usage occasionnel	05	25

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête



Résultats et commentaire :

Le dépouillement des réponses à la question 5 a révélé les résultats suivants : 50% des employés ont répondu que la tendance de leur entourage social est que le français est une langue de communication et 25% qu'elle est à usage occasionnel. Le reste est partagé par entre la langue de prestige et privilégiée. Donc nous pouvons dire que pour la majorité des employés pensent que le français est une langue de communication puisque leur entourage, qui déteint sur eux et les influence, le pense. C'est un atout pour que la langue française soit utilisée comme moyen de communication par les employés de Mobilis.

- Question 7 :

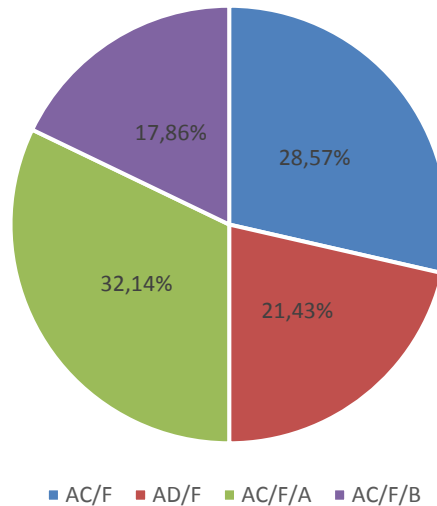
Pour la question 7 relative à l'utilisation des langues par l'opérateur Mobilis, les employés ont répondu avec toutes les combinaisons possibles. Mais de la majorité des réponses, il ressort que Mobilis utilise les deux arabes dialectal et classique et le français auxquelles est venu s'ajouter le berbère il n'y a pas longtemps et rarement l'anglais. Cette utilisation se fait dans la publicité, les serveurs et réponds automatiques, dans ses prospectus et dans ses relations publiques avec sa clientèle. L'arabe et le français sont les réponses les plus fréquentes.

Les réponses obtenues sont présentées dans le tableau et le diagramme ci-dessous :

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

Langues utilisées	Nombre	%
Arabe classique/Français	16	28,57
Arabe dialectal/Français	12	21,43
Arabe classique/Français/Anglais	18	32,14
Arabe classique/Français/Berbère	10	17,86

Langues utilisées par Mobilis dans ses actes de communications



Résultats et commentaire :

D'après les résultats obtenus du dépouillement, nous pouvons déduire que la grande majorité des employés échantillon ont répondu que Mobilis utilise l'Arabe classique / le français / l'Anglais. Nous remarquons que le Français est cité dans toutes les réponses (04) suivi par l'Arabe classique cité dans 03 réponses, puis viennent l'arabe dialectal, l'Anglais et le Berbère cités chacun une seule fois. Donc, pour la majorité c'est le français qui l'emporte sur toutes les autres langues dans l'usage des langues par Mobilis. Ceci est compréhensible,

Mobilis étant une entreprise active dans le domaine de la technologie de pointe elle ne peut qu'utiliser le français considéré comme la langue de la science en Algérie et elle est utilisée dans toute la sphère économique. L'Arabe classique se classe derrière le français car c'est la langue nationale et officielle dominante donc Mobilis entreprise publique doit lui accorder sa place dans ses actes de communications. Les autres langues ne sont que des langues complémentaires à usage secondaire au niveau national.

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

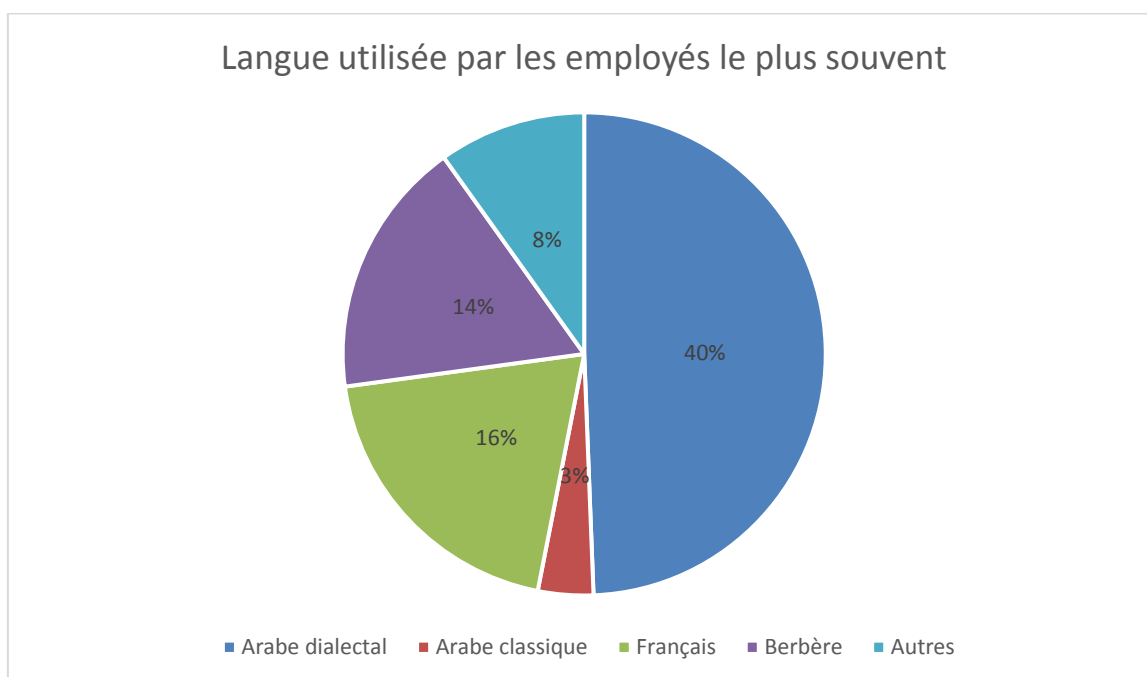
- Question 8 :

La question 8 concerne la langue utilisée par les employés pour s'exprimer le plus souvent, nous avons recueilli les résultats portés sur le tableau et le diagramme suivants :

Langue utilisée	Nombre	%
Arabe dialectal	20	40
Arabe classique	03	06
Français	16	32
Berbère	07*	14
Autres	04*	08

*Berbère : Chaoui : 06 – Kabyle : 01

*Autres : Anglais



Résultats et commentaire :

D'après les résultats obtenus du dépouillement nous remarquons que l'arabe dialectal se classe au premier rang suivi du français, puis le berbère, l'anglais occupe l'avant dernière place devant l'arabe classique. L'influence du milieu social apparait ici clairement. Ces résultats sont dus à ce que l'arabe dialectal est la langue maternelle de la majorité de la population et lui et le français sont des langues véhiculaires très utilisées par le milieu social. Le berbère lui est la langue maternelle d'une minorité qui ne l'utilise que rarement et occasionnellement en milieu urbain. L'anglais comme deuxième langue

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

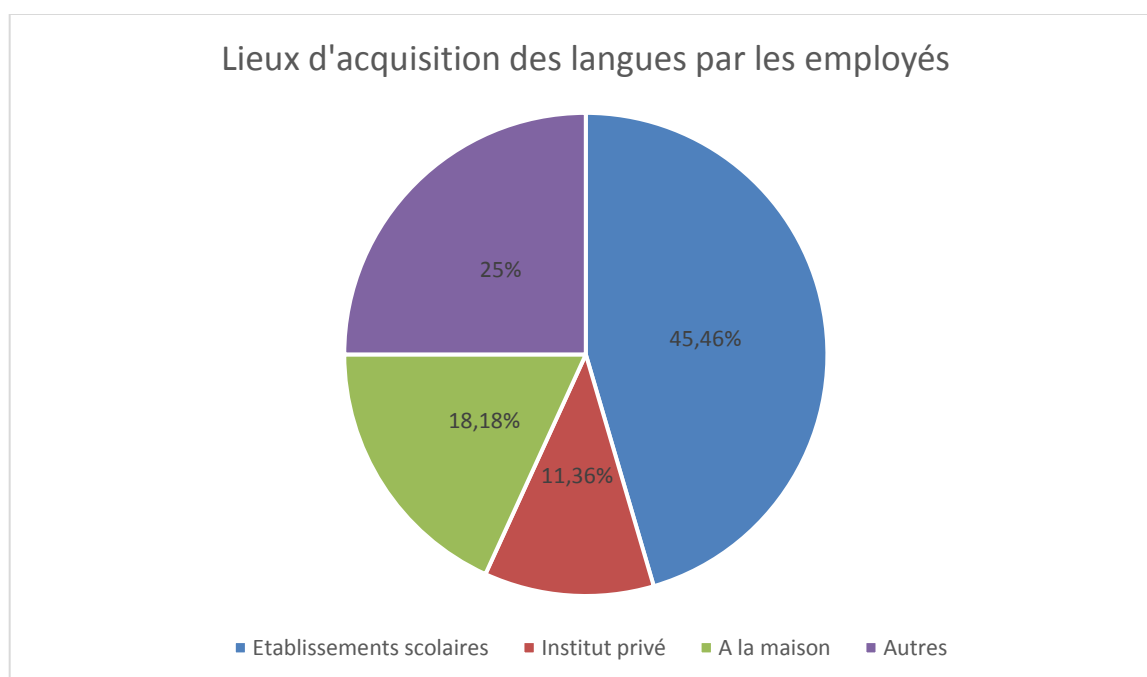
étrangère à l'école réussit à conquérir sa place chez les employés. Tandis que l'arabe classique semble être dédaigné par la société malgré son statut de langue nationale et officielle. Ici on se trouve devant un paradoxe l'arabe classique est la langue de l'Etat mais pas du citoyen.

- Question 9 :

Cette question a pour but de déterminer le lieu ou la manière dont les employés ont acquis les langues qu'ils utilisent pour communiquer. Les réponses, que nous avons recueillies, sont présentées ci-dessous :

Lieux	Nombre	%
Etablissements scolaires	20	45,46
Institut privé	05	11,36
A la maison	08	18,18
Autres	11*	25

*Autres : Stages de formation : 08 – Séjours à l'étranger : 03



Résultats et commentaire :

Le dépouillement des réponses à la question 9 a révélé les résultats suivants : dans ce groupe d'employés le taux d'acquisition des langues au niveau des établissements scolaire n'est que de 45,46 %. Alors que, un taux de 54,64 % est le résultat obtenu pour l'acquisition de ces langues par le biais d'autres moyens. On peut déduire que les

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

établissements scolaires uniquement ne sont pas la meilleure source efficace du savoir et du savoir-faire. Et que l'apprenant doit chercher d'autres moyens pour les parfaire.

- Question 10 :

La question 10 est relative au questionnement de savoir si la langue française est une langue de communication dans les activités professionnelles des employés.

Réponses	Nombre	%
Oui	20	100
Non	00	00



Résultats et commentaire :

Le dépouillement des réponses à la question 10 a révélé les résultats suivants : 100% des employés ont répondu positivement. Donc, en Algérie le français joue toujours un rôle primordial dans la vie des entreprises économiques et commerciales dont l'Agence Mobilis de Tébessa.

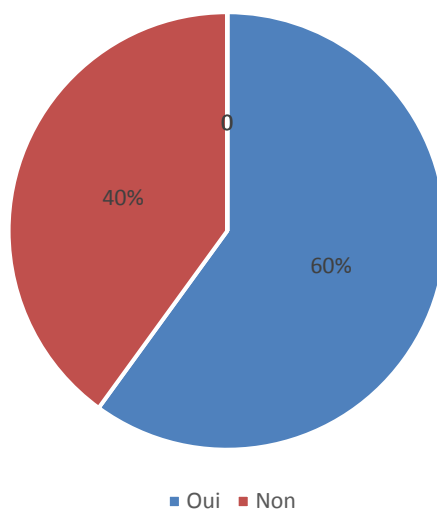
- Question 11 :

Cette question veut éclaircir si la langue française est vraiment un moyen de contact et de communication entre les clients et les employés. Les résultats sont portés sur le tableau et le diagramme suivants :

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

Réponses	Nombre	%
Oui	12	60
Non	08	40

La présence du français dans les conversations
entre clients et employés



Résultats et commentaire :

Les réponses données à cette question montrent que le français est bel et bien concurrencé par une autre langue qui ne peut être que l'arabe dialectal qui a une grande part, en tant que langue maternelle, dans toutes communications au sein du milieu social ou professionnel. Mais malgré tout, la langue française garde sa prédominance dans l'activité de toute entreprise économique.

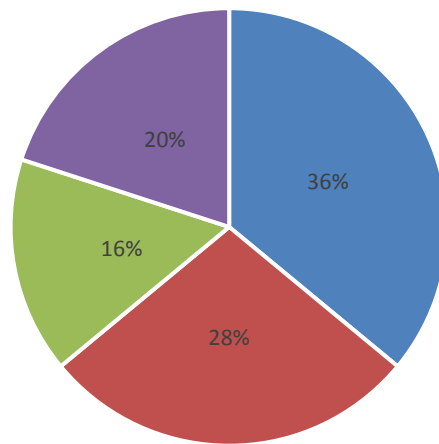
- Question 12 :

La question 12 traite de la manière dont la langue française est utilisée, du point de vue quantitatif, dans les situations de communication au sein de l'Agence. Cette question a reçu les réponses suivantes :

Réponses	Nombre	%
Des mots	18	36
Des phrases	14	28
Une partie de la conversation	08	16
Toute la conversation	10	20

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

Quantification de l'usage du français dans les situations de communication des employés



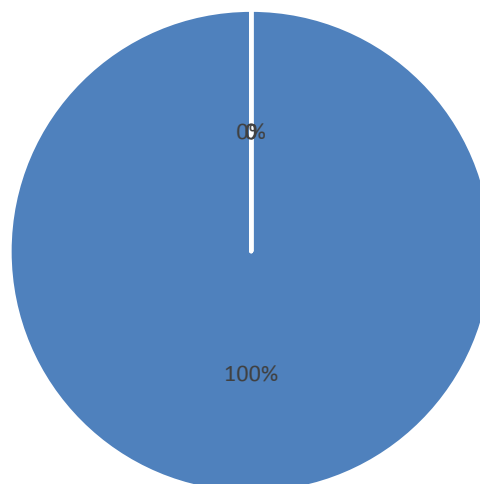
■ Des mots ■ Des phrases ■ Une partie de la conversation ■ Toute la conversation

- Question 13 :

La question est relative à l'usage de l'alternance codique chez les employés. Les résultats sont :

Réponses	Nombre	%
Oui	20	100
Non	00	00

L'usage de l'alternance codique chez les employés



■ Oui ■ Non ■

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

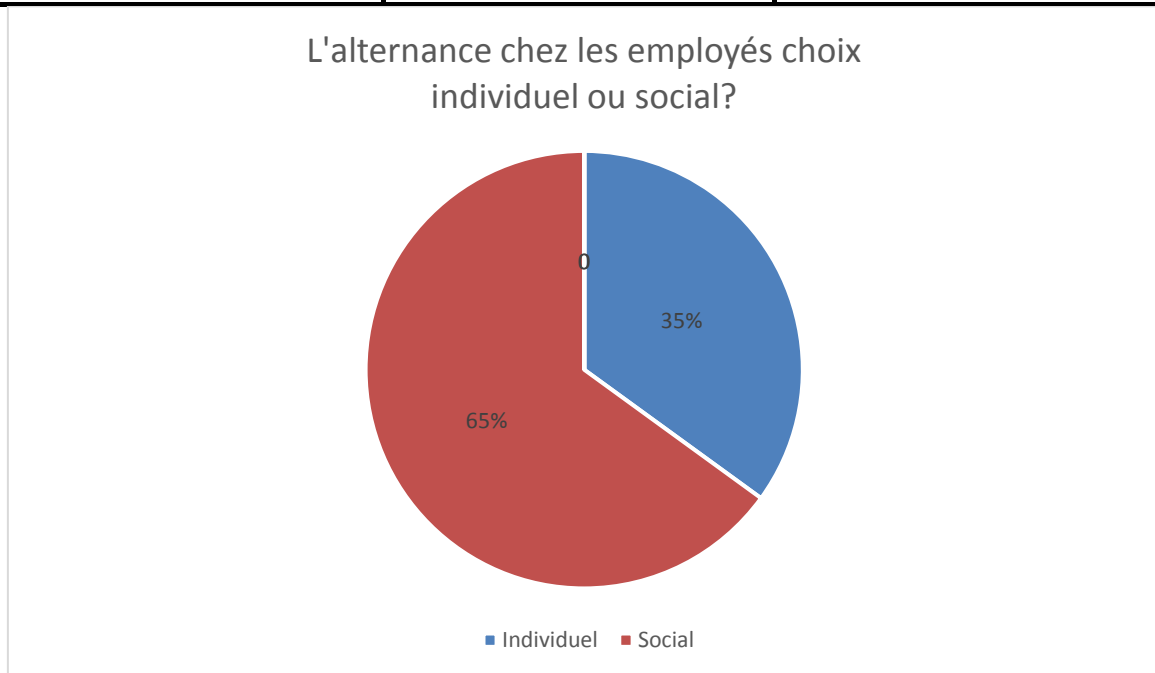
Résultats et commentaire :

Le dépouillement des réponses à la question 13 a révélé le résultat suivant : tous les employés ont répondu par « oui ». Donc, ils sont tous conscients qu'ils utilisent l'alternance codique que le milieu social leur a inculqué et l'habitude aidant ceci est devenu un mécanisme dans le process de leurs communications.

- Question 14 :

Par cette question le but est de découvrir si le mélange ou le mixage des deux langues est un choix de libre arbitre de l'employé ou si c'est le milieu social qui le lui impose. Nous avons reçu les résultats suivants :

Réponses	Nombre	%
Individuel	07	35
Social	13	65



Résultats et commentaire :

Le dépouillement des réponses à la question 14 a révélé que bien le un tiers des employés pensent que c'est un choix individuel les deux autres tiers, eux, pensent que ce choix est dicté par le milieu social. En effet, pour notre part nous pensons que le milieu

social et ses pratiques influent sur l'individu et le conditionne à ne pas s'écarter des règles qu'il impose à toute la communauté. Tout devient habitude pratiquée

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

inconsciemment par l'individu vivant dans ce milieu et afin d'être en harmonie avec les autres il doit respecter leurs us et coutumes et suivre leurs pratiques.

IV.1.2. l'analyse des conversations de l'observation passive

Comme nous l'avons expliqué plus haut, la situation sanitaire nous a pas permis de mener à bien notre tâche, et nous avons noté quelques conversations ça et là afin de les analyser.

1. Première conversation

A l'entrée de l'agence, l'agent de sécurité assis près de la porte, une jeune fille entre.

- JF : Salamou alikoum ! Khouya habit nkhalas **la facture** taï wach min guichi ?

- AS : **Guichet 3**. Bsah hizi tiki min **distributeur** wstani tourek.

- JF : Lazem ? **Je suis très pressée !**

- AS : Allah ghaleb ! **chacun son tour**.

- JF : **Ok !**

Dans cette conversation spontanée, nous remarquons le mélange de deux langues : l'arabe dialectal et le français. Les deux interlocuteurs usent de mots et de phrases en français qu'ils imbriquent dans l'énoncé de la communication selon le besoin afin de terminer leur discours. Ce qui rend l'énoncé cohérent et bien structuré. Les mots et phrases sont utilisés sans hésitation bien que l'on aurait tendance à penser que ces mots et phrases viennent couvrir l'incapacité d'exprimer quelque chose de précis dans la première langue.

Tout simplement c'est une manière d'expression dont les jeunes sont friands influencés qu'ils sont par les médias sociaux, surtout le chat de Facebook et le milieu social où ils vivent.

2. Deuxième conversation

Sièges d'attente, un jeune homme nerveux assis, une employée passe.

- JH : Oukhti ! **Le chef de service abonnement** makanech ?

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

- E : Aalah ?
- JH : Nsthaqou
- E : Wach elmouchkel ?
- JH : Ma tfahemtech maa **l'agent du guichet**.
- E : Aalah ?
- JH : Habit nachRi **modème 4G**, Gali rahoum **réservés IdouaR et les petits villages**.
- E : Sah ! **Mais le chef de service va venir dans un moment**, rah aand lmoudiR.

Cet échantillon de conversation est de la même nature que le premier. Cependant il confirme cette tendance du mixage des langues chez la catégorie des jeunes par l'usage de l'alternance codique entre l'arabe dialectal et le français ce qui tend vers la création de nouvelles coutumes de communication par imitation dans les milieux sociaux.

3. Troisième conversation

Guichet ventes puces, l'employé s'adresse à un adolescent assis devant lui.

- E : Lazem carta taa bayek, wji houa
- A : Ana lihab néchRi, hay lcarta tai
- E : Anta **mineur**, mamnouaa nbiaalek

Malheureusement nous n'avons assisté et entendu que les dernière phrase de cette conversation qui s'était déroulée un certain temps avant que nous puissions nous rapprocher des deux locuteurs. On remarque que si l'adolescent ne s'exprime qu'en arabe dialectal, l'employé lui a incorporé, habitude oblige, un mot en français « mineur » dans son discours. On déduit de ce petit extrait que les adolescents n'ayant pas encore acquis assez de vocabulaire à l'établissement scolaire ne s'aventurent pas dans le domaine du mixage de peur du ridicule et préfèrent s'en tenir à ce qu'ils sont habitués depuis leur tendre enfance, leur langue maternelle l'arabe dialectal beaucoup plus riche en variantes et expressions que toute autre langue.

4. Quatrième conversation

Guichet ventes puces, une vieille femme s'adresse à l'employé.

- VF : Wlidi l **puce** taî habset, oubenti ki taaîtli iroud aaliha Rajel
- E : Nimrou taak ?
- VF : o6.....
- E : Nahouhalek ya moumti waataouha louahed akheR
- VF : Aalah ?
- E : Ma aamaRtich fiha dRahem akther min 3 chhouR
- VF: Wach ndiR ma yaqdrouch yRajouhali ?
- E: La ya moumti, bsah taqdRi tachRi ouhda oukhra
- VF : Oubenti ?
- E : Abaathilha nimRou jdid, aatili lcarta
- VF : Allah youstreK ya oulidi hahia lcarta
- E : Bla mziya ya moumti

Cette conversation se passe entre deux générations très éloignées l'une de l'autre. Cependant elle se déroule dans une atmosphère de respect mutuel et de tendresse. La vieille dame n'a prononcé qu'un seul mot en français « puce » plus facile à retenir pour elle que son équivalent en arabe « chariha ». L'employé respecte son choix de langage l'arabe dialectal et il ne s'écarte pas de ce choix, toute sa conversation s'est déroulée du début à la fin en cette langue.

On peut conclure, ici, que nos vieilles mamans et grand-mères préfèrent le langage du terroir très riche en vocabulaire et très expressif. Cela nous montre aussi que les employés de l'Agence sont aptes à s'adapter à toutes les situations et que la communication au niveau de l'Agence revêt toutes les formes et use de tous les outils selon les circonstances et le contexte.

5. Cinquième conversation

Guichet paiements, un vieil homme s'adresse à l'employée.

- VH : **Mais mademoiselle, j'ai payé la dernière fois.**
- E : **Oui, je sais. Vous aviez payé la facture qui était en retard de paiement. Après vous avait reçu la facture du mois dernier vous ne l'avais pas payé et votre ligne a été suspendue. Vous payez dans les délais et votre ligne ne sera pas suspendue. Payez la dernière facture est votre ligne sera rétablie immédiatement.**
- VH : **Donc, il faut payer toutes les fins de mois si je comprends bien.**
- E : **Oui, dans les délais après réception de la facture.**
- VH : **D'accord. C'est combien ?**
- E : **130000.**
- VH : **Tfadhli**

La conversation que nous avons suivie s'est déroulée toute en français entre un vieil homme, un retraité de l'enseignement ou de l'administration sans doute, et la proposée au guichet de paiement. Aussi l'un que l'autre, les deux interlocuteurs ont soutenu leur conversation en français avec des mots bien choisis pour exprimer le sens réel de ce qu'ils disent. Ici, c'est l'ancienne génération érudite et possédant une riche expérience de la langue française et la nouvelle génération ouverte sur la culture mondiale grâce aux moyens technologiques qui sont mis à sa disposition. Un seul mot en arabe dialectal « Tfadhli » a été prononcé par le vieil homme.

IV.2. La synthèse des commentaires des résultats obtenus

Cette synthèse concernera les commentaires des résultats d'analyse des données obtenues par questionnaire et des conversations de l'observation passive au niveau de l'Agence.

IV.2.1. Le questionnaire des employés

Les réponses obtenues par le questionnaire des employés échantillon font ressortir que :

Chapitre IV: Le cadre général et le déroulement de l'enquête

La tranche d'âge de la majorité des employés échantillon prouve que l'Agence de Tébessa respecte la politique de recrutement de l'opérateur Mobilis qui a opté pour le dynamisme et la vitalité.

Le nombre d'employées de sexe féminin supérieur au nombre d'employés de sexe masculin est aussi l'une des exigences du marketing et management actuels.

Le lieu de résidence, proche du lieu de travail, joue aussi un rôle important et influe sur le rendement du travail et de prestation des services.

Le niveau d'instruction pour la majorité des employés est élevé ce qui permet une bonne gestion des intérêts de l'entreprise et la compétence dans l'alternance des langues leur permet de faire parvenir le message de la communication et de pouvoir faire face à toutes les situations qui peuvent se présenter. Leur bilinguisme et leur bonne maîtrise des langues outils de communication, dont le français, est nécessaire pour la promotion et l'essor de l'entreprise.

IV.2.2. Les dialogues de l'observation passive

D'après quelques extraits de dialogues que nous avons pu noter au niveau de l'Agence, il ressort que l'alternance codique, l'emprunt, le mélange, le mixage des langues varie d'une génération à l'autre. Ainsi que l'usage des langues dans des situations de communication et de contextes variés. Ce que nous avons remarqué c'est que la majorité des alternances se font par le mélange de deux langues : l'arabe dialectal et le français.

Conclusion

Pour conclure, nous pouvons avancer que dans l'Algérie plurilingue, les langues, et surtout l'arabe dialectal et le français, jouent un rôle primordial, aussi bien dans le milieu social que dans le milieu professionnel, dans la transmission des messages et dans toutes les situations de communication quel que soit leur contexte.

Conclusion générale

Conclusion générale

Notre étude nous a permis d'aborder le champ des langues en Algérie à la fois très riche et très complexe. Le paysage de plurilinguisme du pays est dû à sa longue histoire de pays carrefour du bassin méditerranéen qui a subi moult invasions, dont la dernière en date est celle du colonialisme français, et l'influence de plusieurs civilisations qui se sont succédées sur ses terres. Ce qui est à retenir, c'est qu'aujourd'hui la sphère des langues comporte deux pôles bien distincts :

- celui des langues véhiculaires qui se composent des deux langues nationales l'arabe avec ses variantes dialectiques régionales qui sont parlées par la grande majorité de la population, le berbère avec aussi ses propres variantes (chaoui, kabyle, targui, mozabite, etc.) et du français caractérisé par son contexte historique et son statut de première langue étrangère enseignée et d'enseignement en Algérie, très présente dans les secteurs économique et technologique, d'une part ;

- celui des autres langues étrangères présentes : l'anglais (deuxième langue étrangère enseignée en Algérie, présent aussi dans les secteurs économique et technologique), l'italien, l'espagnole, l'allemand, le russe (troisièmes langues enseignées en Algérie mais peu utilisées).

Cependant, notre étude a fait ressortir un paradoxe celui de l'arabe classique reconnu par l'Etat comme langue nationale et d'enseignement mais très éloigné de la pratique langagière de la majorité de la population qui lui préfère l'arabe dialectal ou le berbère (sa langue maternelle) dans tous ses actes de communication en milieu familial et social.

Nous avons aussi abordé le domaine de la communication où nous avons remarqué, aussi bien en milieu social qu'en milieu professionnel, que quel que soit le contexte tous les actes de communications se font soit en arabe dialectal ou berbère, soit en français, soit par l'usage de l'alternance codique entre l'une des deux langues et le français, et parfois entre les trois langues lorsqu'il s'agit des berbérophones, avec toutes les formes existantes dans ce procédé.

Nous pouvons aussi dire qu'en général le milieu social dans sa grande majorité recourt à l'arabe dialectal ou le berbère et un degré moindre au français ou à un mixage de l'une de ces deux langues et du français par le procédé de l'alternance codique pour accomplir ses actes de communications dans divers contextes cet état de fait déteint sur le milieu professionnel où les mêmes pratiques ont été relevées.

Conclusion générale

Pour conclure, on peut dire que la dimension plurielle des langues et leur contact dans l'espace algérien fait de la population algérienne une entité qui est dans sa majorité soit monolingue par l'usage de l'arabe dialectal ou le berbère, soit bilingue, et même trilingue pour une partie de sa composante, par l'usage de l'arabe dialectal/le berbère et le français dans ses relations et communications sociales ou professionnelles.

Références Bibliographique

Références bibliographique

Ouvrages :

- ABOUBAKR, Bouzid. « *Défis et enjeux d'une société en mutation* ». Alger, Casbah Editions. 2005,.
- BENRABAH, Mohamed. « *Langue et pouvoir en Algérie* ». Paris, Edition Séguier. 1999
- FISHMAN, Joashia Aaron. « *Sociolinguistique* ». Paris, Nathan. 1971.
- BOYER, Henry (Sous la dir. de). « *Sociolinguistique. Territoire et objet* ». Lausanne, Delachaux et Niestlé. 1996.
- BOYER, Henry. « *Langues en conflit : Etude sociolinguistique* ». Paris, L'Harmattan. 1991.
- CAUBET, Dominique, CUNUT, Cécile. (éds). « *Comment les langues se mélangent, Code switching en francophonie* ». Paris, L'Harmattan, 2002.
- FISHMAN, Joashia Aaron. « *Sociolinguistique* ». Paris, Nathan. 1971.
- GALISSON, Robert et COSTE, Daniel. « *Dictionnaire de didactique des langues* ». Paris, Hachette. 1976.
- GUMPERS John Joseph. « *Sociolinguistique interactionnelle. Une approche interprétative, université de la Réunion* ». Paris, L'harmattan. 1989.
- HAMERS, Josiane F. et BLANC, Michel. « *Bilingualité et Bilinguisme* ». Bruxelles, Pierre Mardaga - Biculturalism. 1983.
- JAKOBSON, Roman Osipovitch. « *Essais de linguistique générale* ». Traduit de l'Anglais par Nicolas Ruwet. Paris, Ed. de Minuit, Collection Arguments.1966.
- JAKOBSON, Roman Ossipovich. « *Les fondations du langage* » Trad. par Nicolas RUWET. Paris, Editions de Minuit. Essais de linguistique générale,1981.
- LAKHDAR BARAKA, Sidi Mohamed. « *Langues étrangères en Algérie : Enjeux démocratiques* ». 2002.
- LENDREVIE, Jacques, LEVY, Julien, LINDON, Denis. « *Théorie et pratique du marketing* » 7e édition du Mercator. Paris, Ed. DALLOZ. 2003, p.485.
- LUDY, George et PY, Bernard. « *Être bilingue* ». Bern, Peter Lang S.A, Editions scientifiques européennes. 2003.
- MOIRAND, Sophie. « *Enseigner à communiquer en langue étrangère* ». Paris, Hachette. 1982.
- MOREAU, Marie-Louise. « *Sociolinguistique concepts de base* ». Bruxelles, Édition MARDAGA, 1997.

Références bibliographique

- WEINREICH, Uriel. « *Language in contact findings and problems* ». Amsterdam, John Benjamins. 2011.

Articles :

- BERGERON J., DESMARAIS L. et DUQUETTE L. « *Les exercices communicatifs : un nouveau regard* ». In *Etudes de linguistique appliquée*. N° 56, 38-47. 1984.

- CAMPS, Gabriel. « *Avertissement* ». In *Encyclopédie berbère* | -1, 6-48 | Abadir – Acridophagie, Aix-en-Provence, Edisud (« Volumes »), 1984.

- CHABANNE, Jean-Charles. « Verbal, paraverbal et non-verbal dans l'interaction verbale humoristique ». Article paru dans *Approches du discours comique*, actes de la journée d'étude Adiscom-Corhum (juillet 1995).

- CHAKER, Salem. « Langue ». In Salem Chaker (dir.), 28-29 | *Kirtēsii – Lutte*, Aix-en-Provence, Edisud

- COSTE, Daniel. « *Lecture et compétence de communication* ». Paris, Hachette-Larousse, *Le Français dans le monde*, N° 141. 1978.

- FERGUSON, Charles Albert. « *Diglossia* ». In *word*15. 1959.

- GROSJEAN, François. « *La personne bilingue et biculturelle dans le monde des entendants et des sourds* ». Montréal, Les Presses de l'Université du Québec, *Nouvelles pratiques sociales*, vol. 6, n° 1. 1993.

- MAKEY, William Francis. « *Bilingualism as a World Problem* ». Montréal, Harvest House. 1967.

Mémoire :

- DEKKAR, Samia. « Analyse multiparamétrique des alternances codiques dans la chanson kabyle ». Mémoire Magister, Option : Sciences du langage, Spécialité : Français, Ecole doctorale algéro-française, université Mouloud Mammeri-Tizi-Ouzou. 2011-2012.

Colloque national :

- DERRADJI, Yacine. « *La langue française en Algérie : particularisme lexical ou norme endogène ? DES LANGUES ET DES DISCOURS EN QUESTION* ». Colloque national (décembre 2002 : Constantine). Université Mentouri Constantine, *Les Cahiers du SLADD*, 2004.

Cours :

- GRONIER, Guillaume « Cours Communication ». (Cite Shannon In Introduction). 2007.

Références bibliographique

Dictionnaires :

- Le LAROUSSE. Dictionnaire de français.
- Le ROBERT. Dictionnaire historique. 2016.
- Le ROBERT. Dictionnaires d'*étymologie* du français.2015.

Journal Officiel :

- JORA n° 14 du 7 Mars 2016. Art. 03 et 04. Loi n° 16-01 du 26 Joumada El Oula 1437 correspondant au 6 mars 2016 portant révision constitutionnelle.

Sites Web :

- <https://www.diachronie.be/hlff/pages/050101.html>. Consulté le 08/07/2020 à 12 :34.
- <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>. Consulté le 12/07/2020 à 12 :15.:
- <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/profession/64156>. Consulté le 12/07/2020.

Les annexes

Les annexes

Questionnaire de recherche

Nous vous prions de bien vouloir remplir ce questionnaire de recherche en répondant avec soin aux questions posées. Nous tenons à vous préciser que le but de notre recherche est d'étudier le mélange de l'arabe et du français dans vos conversations bilingues avec les clients de votre Agence. Nous vous remercions d'avance de votre contribution.

Question N°01 : Age : ans.

Question N°02 : Sexe :

Féminin Masculin

Question N°03 : Lieu de résidence :

Question N°04 : Niveau d'instruction :

Primaire Moyen Secondaire Supérieur

Question N°05 : Quel est votre degré de maîtrise du français ?

Très bien Bien Plus ou moins bien Moyennement Mal

Question N°06 : Que représente le français dans votre entourage social ?

une langue privilégiée une langue de prestige
 un moyen de communication une langue à usage occasionnel

Question N°07 : Quelles sont les langues utilisées par l'opérateur Mobilis dans ses communications avec ses clients (publicité, information, relation publique, etc.) ?

Arabe dialectal Arabe classique français Berbère Anglais

Question N°08 : Dans quelles langues vous exprimez-vous le plus souvent ?

Arabe dialectal Arabe classique français Berbère Autres

Précisez pour Berbère et Autres :

Question N°09 : Où avez-vous appris ces langues ?

Etablissements scolaires Institut privé A la maison Autres (précisez)

.....

Question N°10 : La langue française, est-elle une langue de communication dans votre activité ?

Oui Non

Question N°11 : Est-elle présente dans vos conversations et celles de vos interlocuteurs ?

Oui Non

Question N°12 : Si oui, son usage concerne-t-il :

Des mots ? Des phrases ? Une partie de la conversation ? Toute la conversation ?

Question N°13 : Mélangez-vous le français et l'arabe dialectal/Berbère dans vos conversations ?

Oui Non

Question N°14 : Si oui, ce mélange relève-t-il d'un choix :

Individuel ? Social ?

Les annexes

Observation passive

Transcription des dialogues notés

(les mots et phrases transcrits en gras ont été prononcés en français)

1. Première conversation

A l'entrée de l'agence, l'agent de sécurité assis près de la porte, une jeune fille entre.

- JF : Salamou alikoum ! Khouya habit nkhalas **la facture** taï wach min guichi ?
- AS : **Guichet 3**. Bsah hizi tiki min **distributeur** wstani tourek.
- JF : Lazem ? **Je suis très pressée !**
- AS : Allah ghaleb ! **chacun son tour**.
- JF : **Ok !**

2. Deuxième conversation

Sièges d'attente, un jeune homme nerveux assis, une employée passe.

- JH : Oukhti ! **Le chef de service abonnement** makanech ?
- E : Aalah ?
- JH : Nsthaqou
- E : Wach elmouchkel ?
- JH : Ma tfahemtech maa **l'agent du guichet**.
- E : Aalah ?
- JH : Habit nachRi **modème 4G**, Gali rahoum **réservés IdouaR et les petits villages**.
- E : Sah ! **Mais le chef de service va venir dans un moment**, rah aand lmoudiR.

3. Troisième conversation

Guichet ventes puces, l'employé s'adresse à un adolescent assis devant lui.

- E : Lazem carta taa bayek, wji houa

Les annexes

- A : Ana lihab néchRi, hay lcarta taï
- E : Anta **mineur**, mamnouaa nbiaalek

4. Quatrième conversation

Guichet ventes puces, une vieille femme s'adresse à l'employé.

- VF : Wlidi l **puce** taï habset, oubenti ki taaîtli iroud aaliha Rajel
- E : Nimrou taak ?
- VF : o6.....
- E : Nahouhalek ya moumti waataouha louahed akheR
- VF : Aalah ?
- E : Ma aamaRtich fiha dRahem akther min 3 chhouR
- VF: Wach ndiR ma yaqdrouch yRajouhali ?
- E: La ya moumti, bsah taqdRi tachRi ouhda oukhra
- VF : Oubenti ?
- E : Abaathilha nimRou jdid, aatili lcarta
- VF : Allah youstrek ya oulidi hahia lcarta
- E : Bla mziya ya moumti

5. Cinquième conversation

Guichet paiements, un vieil homme s'adresse à l'employée.

- VH : **Mais mademoiselle, j'ai payé la dernière fois.**
- E : **Oui, je sais. Vous aviez payé la facture qui était en retard de paiement. Après vous avait reçu la facture du mois dernier vous ne l'avais pas payé et votre ligne a été suspendue. Vous payez dans les délais et votre ligne ne sera pas suspendue. Payez la dernière facture est votre ligne sera rétablie immédiatement.**
- VH : **Donc, il faut payer toutes les fins de mois si je comprends bien.**

Les annexes

- E : **Oui, dans les délais après réception de la facture.**
- VH : **D'accord. C'est combien ?**
- E : **130000.**
- VH : **Tfadhli.**