

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
ⵎⵓⵏⵉⵙⵜ ⵓⵎⵓⵔⵓⵔ ⵎⵓⵎⵎⵉⵔⵉ ⵏ ⵜⵉⵣⵉⵓⵣⵓ
ⵍⵓⵎⵓⵔ ⵎⵓⵎⵎⵉⵔⵉ ⵏ ⵜⵉⵣⵉⵓⵣⵓ
ⵍⵓⵎⵓⵔ ⵎⵓⵎⵎⵉⵔⵉ ⵏ ⵜⵉⵣⵉⵓⵣⵓ

Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

Faculté des lettres et des langues

Département De français



جامعة مولود معمري - تيزي وزو

كلية الآداب واللغات

N° d'Ordre :

N° de série :

Mémoire en vue de l'obtention Du diplôme de Master

DOMAINE : Lettres et Langues Étrangères

FILIERE : Langue Française

SPECIALITE : Sciences du langage.

Titre

**L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou : Cas
des commerces du boulevard KRIM BELKACEM**

Présenté par :
Mlle REZAOUI Myriam

Encadré par :
Mme AID Samia

Jury de soutenance :

Président : Mme KHELOUI Nacéra, Maitre de conférences B, UMMTO

Encadreur : Mme AID Samia, Maitre de conférences B, UMMTO

Examineur : Mme TAMOUD Nadia, Maitre assistante A, UMMTO



Remerciements

Tout d'abord et avant tout, ma reconnaissance va en premier lieu à ma directrice de recherche Mme Aid Samia pour son encadrement, ses conseils, et ses orientations.

En second lieu, je remercie de tout mon cœur mes chers parents, c'est grâce à eux que j'ai pu réaliser, aujourd'hui, l'un de mes objectifs.

Mes remerciements les plus respectueux vont également aux membres du jury qui ont accepté d'examiner mon mémoire.





Dédicaces

À mes chers parents dont le mérite, les sacrifices, et les qualités humaines m'ont permis de vivre ce jour.

À mes frères que j'aime énormément.

À la mémoire des personnes qui ont compté pour moi que, malheureusement, ne font plus partie de cette vie.

À mes amies qui sont toujours présentes pour moi.



Sommaire

Sommaire

Introduction Générale	01
------------------------------------	-----------

Chapitre 01 : La situation sociolinguistique de la ville de Tizi-Ouzou

1.1 L'arabe populaire (Derdja)	
1.2 L'arabe standard (Scolaire)	05
1.3 Le berbère (tamazight)	06
1.4 La langue française	06
1.5 L'anglais.....	07

Chapitre 02 : La sociolinguistique urbaine / L'enseigne dans la ville

I. Définition de la sociolinguistique urbaine	09
II. L'enseigne dans la ville	14

Chapitre 03 : Considérations méthodologiques et analyse du corpus

I. Considération méthodologique.....	19.
II. Analyse du corpus.....	22

Conclusion Générale.....	56
---------------------------------	-----------

Bibliographie	59
---------------------	----

Annexes

Introduction générale

La Sociolinguistique urbaine est l'une des branches de la sociolinguistique qui a pour but d'étudier la langue dans la ville. Thierry Bulot qui est le père fondateur de cette discipline, l'a définie comme étant : « *une sociolinguistique qui s'intéresse aux efforts réciproques socio-spatiales sur les comportements linguistiques et langagiers des sujets, des discours sur l'espace social, la mobilité vécue ou perçue.* » (Bulot, 2004 :111). L'homme est un être sociable apte à communiquer au sein de son entourage à travers un ensemble d'échanges verbaux qui se font oralement ou par écrit ; cet acte joue un rôle primordial dans la société ainsi que tous les domaines spatio-temporels et ce par divers moyens : l'affichage officiel comme les plaques routières ainsi que les plaques administratives, les affiches des enseignes etc. La ville se caractérise par une complexité socio-langagière, la ville de Tizi-Ouzou est l'exemple le plus illustratif des situations sociolinguistiques complexes : par la présence de plusieurs langues (le kabyle, Le français, l'arabe, l'anglais), dans un milieu social où les différentes pratiques langagières et leurs rapports n'ont plus de limite grâce à leur diversité.

Dans le cadre de ce travail de recherche, nous nous sommes intéressés aux enseignes commerciales de la ville de Tizi-Ouzou, se trouvant plus exactement, au Boulevard Krim Belkacem. Elles offrent à l'observateur (passants, clients...) des informations et des renseignements sur : le magasin, le propriétaire, le quartier, la ville, la région, etc. Ce choix est motivé par une passion pour les langues et leur emploi dans la vie quotidienne ainsi que dans les affiches commerciales. Dans la perspective d'étudier les pratiques langagières et le discours contenu dans les enseignes commerciales de la ville de Tizi-Ouzou, nous proposons de mener une étude à partir d'une approche de la sociolinguistique urbaine.

Ainsi, notre problématique s'articule autour des questions suivantes :

- Comment se font les marquages et l'appropriation des espaces des enseignes ?
- Quelles sont les pratiques langagières contenues dans les affichages de celles-ci (enseignes) ?
- Ces affichages reflètent-ils la situation sociolinguistique de la ville de Tizi-Ouzou ?
- Qui motive cette pratique et le choix de la langue utilisée ?

Pour répondre à notre problématique nous émettons les hypothèses suivantes :

- L'usage de variations de langues dans l'affichage des enseignes.
- Ce choix se ferait en fonction des représentations linguistiques des commerçants ou dans un but commercial.

- Les pratiques langagières dans leur environnement détermineraient le choix linguistique de leur affichage.

- L'affichage refléterait la situation sociolinguistique de la ville.

Pour répondre à toutes ces questions, nous adoptons la méthode quantitative et qualitative. Notre corpus contient des photos d'enseignes, ainsi que des questionnaires destinés aux commerçants des enseignes du boulevard Krim Belkacem.

Ce travail est réparti en 3 chapitres :

Le premier chapitre, rend compte de la situation sociolinguistique de la ville de Tizi-Ouzou. Le second chapitre est une présentation des éléments théoriques et conceptuels liés à la sociolinguistique urbaine, et à l'enseigne commerciale en ville.

Enfin, le troisième et dernier chapitre, construit autour des considérations méthodologiques et l'analyse du corpus recueilli.

Chapitre 1 :

La situation sociolinguistique de la ville de Tizi-Ouzou

Introduction

L'Algérie possède une diversité culturelle résultant de siècles d'histoire et de contacts entre différents peuples. Cette diversité a conduit à un plurilinguisme remarquable. En effet, l'Algérie plus exactement la ville de Tizi-Ouzou offre un panorama assez riche en matière de plurilinguisme ; nous y trouvons : l'arabe, le français, le kabyle et l'anglais.

1. L'arabe

1.1. L'arabe populaire (derdja):

L'arabe dialectal est à l'origine dérivé de l'arabe standard ; c'est une langue parlée par la population, et guère utilisée dans le domaine formel. Elle est considérée comme "langue maternelle" pour les arabophones, « *l'arabe dialectal est la langue maternelle de 72% de la population algérienne.* » (Leclerc, 2007). L'arabe populaire varie selon la région. Les partisans de l'arabisation expliquent que cette langue contient un mélange de langues,

Selon Taleb Ibrahim : « *les dialectes orientaux ou maghrébins se sont démarqués de la norme cultivée et écrite par de sensibles différences phonétiques, voire phonologique.* » (K.Taleb EI Ibrahim, 1997 :28)

1.2. L'arabe standard (Scolaire):

Dérivée de l'arabe arabe classique, c'est l'arabe standard une langue utilisée dans les situations de communications formelles mais rarement dans les conversations ordinaires. Gilbert Ganguillaumes affirme que : « (...) *sans référence culturelle propre, cette langue est aussi sans communauté. Elle n'est la langue parlée de personne dans la réalité de la vie quotidienne (...) derrière cette langue nationale, il n'y a pas de « communauté nationale » dont elle serait la langue tout court, dont elle serait bien sur la langue maternelle.* ». En un mot, elle n'est pas la langue maternelle des algériens. Avant l'indépendance, l'arabe standard était peu diffusé du fait de sa mise à l'écart par le régime colonial. Elle a connu des transformations et des évolutions, Après l'indépendance, l'Etat algérien a adopté l'arabe standard comme langue officielle dans le but d'unifier le peuple algérien et de supprimer l'usage du français dans le paysage sociolinguistique algérien.

2. Le berbère (tamazight) :

Les Berbères ou Amazighs sont membres des peuples autochtones d'Afrique du Nord. Tamazight est la langue maternelle d'une partie de la population algérienne. Selon Y. Derradji, n'oublie pas (2004 ; p10). Étymologiquement, le mot berbère vient des barbares. Par extension, le mot signifie "sauvage" ou "non civilisé". C'est pourquoi les Berbères se désignent eux-mêmes par le terme "Imazighen" ; et au singulier, "Amazigh" qui signifie "homme libre". Elle existe en plusieurs variétés régionales assez différenciées au plan sociolinguistique : "le kabyle" ou "taqbaylith" (en Kabylie), le chaoui ou tachaouit (en Aurès), "le Mzab" (en Mzab) et le targui ou tamachak des Touareg du grand sud (Hoggar et Tassili) et "Le chleuh".

Tamazight a été marginalisé par l'état algérien des années après l'indépendance. La communauté Kabyle n'a cessé de revendiquer son existence. Ainsi, après de longues années de résistance et de lutte (année 80, le printemps noir 2001) le pouvoir algérien promulgue tamazight "langue nationale et officielle".

3. La langue française :

Le français est une langue romane qui est d'origine indo-européenne, Cette langue d'origine étrangère est le résultat inévitable de plusieurs années de colonisation (1830-1962). Elle est utilisée comme moyen de communication, dans des situations formelles ou informelles. Selon Safia RAHAL, dans « *la francophonie en Algérie : Mythe et Réalité ?* » 25 et 26 septembre 2001.).

Trois genres de sortes de locuteurs francophones existent en Algérie :

- les francophones réels : Ils utilisent le français dans la vie quotidienne.
- les francophones occasionnels : ils l'utilisent dans des situations de communication formelles et informelles.
- les francophones passifs : qui comprend le français, mais ils ne le parlent pas.

De plus, cette langue marque encore sa présence dans les appellations de rues et les enseignes commerciales, ainsi que dans la littérature algérienne. Nous constatons que le contact de l'arabe algérien et le berbère avec le français ont engendré la pénétration de ce dernier dans ces deux systèmes linguistiques.

Enfin, cette diversité de langues a eu des répercussions notables sur les pratiques langagières des locuteurs algériens et cette diversité n'est pas sans conséquence ; En effet, les locuteurs font constamment appel, dans leurs conversations, à divers phénomènes tels que: l'alternance codique, l'emprunt, le code switching ...etc.

4 .L'Anglais :

Est considéré par l'état algérien et dans les textes officiels comme « une langue étrangère ». Elle intervient comme une langue d'enseignement à l'université dans la faculté des lettres et des langues au département d'anglais et même dans d'autres départements comme langue étrangère .Elle est enseignée à l'école au primaire , au collège et lycée comme langue d'apprentissage « langue étrangère ».

Conclusion :

En somme, l'Algérie, en général, Tizi-Ouzou, en particulier, est plurilingue : plusieurs langues comme le français, le tamazight, l'arabe et l'anglais coexistent dans la société. Elles sont utilisées dans le domaine formel et / ou informel. Chacune jouit d'un statut particulier : Tamazight et l'arabe standard sont considérées comme "langues nationales et officielles" ; l'anglais et le français sont des langues étrangères

Chapitre 02 :

**La sociolinguistique urbaine / L'enseigne
dans la ville.**

Introduction :

La ville se révèle être un objet réel de recherche sociolinguistique : les sociolinguistes se sont penchés sur l'étude de la langue au sein de la ville où manifestent les différents axes tels que l'identité urbaine, la ségrégation, la stratification sociolinguistique, les représentations sociolinguistiques urbaines et spatiales, la mise en mot de l'espace, la territorialisation, la signalétique et autres.

Voir comment les langues fonctionnent et comment sont spatialisées dans la ville ?

C'est dans ce brassage de langues et de cultures dans la ville que la sociolinguistique urbaine a choisi son objet d'étude. Cette nouvelle approche se veut révélatrice des langues et des cultures dans la ville.

Dans ce chapitre nous avons jugé utile de définir la sociolinguistique urbaine, le champ et les concepts de notre recherche, dans laquelle (la sociolinguistique urbaine) nous avons inscrit notre objet d'étude pour comprendre la relation qui peut exister entre la langue et la société : la langue ne peut être dissociée du contexte dans lequel elle fonctionne.

I. La sociolinguistique urbaine :

La sociolinguistique urbaine est issue de la dialectologie, dont une variabilité langagière est observée en milieu urbain. Ce champ d'étude regroupe deux tendances : la première pose des problèmes théoriques, méthodologiques et épistémologiques ; la deuxième est beaucoup plus problématique. C'est aussi une branche de la sociologie qui tend à comprendre les interactions et les transformations qui existent entre les formes d'organisation sociale et les formes d'urbanisme. D'après Raymonde SECHET et Vincent VESCHAMBRE « *la sociolinguistique urbaine inclut dans sa problématisation des faits socio-langagiers, les spécificités organiques et fonctionnelles de l'espace urbain* ». (2006: p397)

Certes, l'espace (il suffit de penser au modèle diatopique) est une dimension abordée par la discipline, mais il est fondamentalement abordé comme une donnée et non comme un produit. Et surtout, ce concept, ici, il ne peut pas être un concept opératoire pour la discipline en raison des différentes significations, montre que l'espace est un, c'est-à-dire que même s'il peut être considéré comme le résultat de toute activité humaine, il ne peut que être unique.

Cette intuition est certainement partagée par les sociolinguistes qui placent la notion de processus au centre de leur réflexion, ce qui implique elle-même l'idée qu'en réalité rien n'est donné". La sociolinguistique urbaine reconnaît, dans ses postulats, la diversité des espaces alloués aux villes, qui, à son tour, est porteuse de sens et de valeur dans les pratiques discursives. Le discours (y compris le discours sur la(les) langue(s) et leurs usages) la représente. C'est-à-dire comment les discours sur la ville modifient la perception de la réalité urbaine, et comment, à travers les pratiques linguistiques, cette perception se verbalise par rapport au langage réel, finit par se confondre au sens strict avec la réalité. ; Cela signifie que les discussions sur la ville finissent par devenir « la ville »... une ville pourtant différente pour chacun de ses acteurs.

« Une sociolinguistique urbaine a pour tâche d'étudier [...] de manière non hiérarchisée et non exclusive, la mise en mots de la covariance entre la structure spatiale signifiante et la stratification sociolinguistique, le contexte social des discours (notamment épilinguistiques) de la ville posée comme une matrice discursive » (Bulot, 2004 : 111).

I.1. La langue :

D'après le dictionnaire de la linguistique et des sciences du langage « *la langue au sens le plus courant est un instrument de communication, un système de signes vocaux spécifiques en nombre d'une même communauté* ». (Dubois, 1994 articles langue)

Puisque le langage se fait dans un contexte social, il est régi par des normes et les relations de pouvoir, les actes de langage affectent à leur tour ce contexte. Il Peut changer, évoluer et même détruire la personne à qui il est destiné.

En linguistique, Ferdinand de Saussure, abandonna le "sujet parlé" "comme domaine d'investigation. Il a développé un modèle résumé de langue. Cette abolition de la personnalité du sujet parlant.

Ce contraste se retrouve également dans la plupart des écrits de son élève Antoine Meillet, qui a longtemps considéré le langage comme un fait social, « *les limites de diverses langues tendent à coïncider avec celles des groupes sociaux (...). Le langage est éminemment un fait social* » (*Année sociologique, 9e année, 1904-1905, Édition de 1921*)

On appelle langue maternelle la langue parlée dans le pays d'origine du locuteur qui l'a acquise dans le processus d'apprentissage de cette langue dès son plus jeune âge. De nombreuses langues existantes sont des langues parlées et écrites dans différents pays.

Les langues mortes ne sont plus utilisées comme formes de communication orales ou écrites, mais il existe encore des traces de ces langues utilisées il y a des milliers d'années : textes littéraires, documents archéologiques, monuments, etc.

I.2. Le monolinguisme / le bilinguisme / le plurilinguisme :

Selon le dictionnaire de la linguistique et des sciences du langage « *le terme s'appliquant à des individus ou des populations qui ne parlent qu'une seule langue, par opposition à bilingue ou plurilingue* ». (Larousse 2012, Larousse, 1994 pour la première édition.)

Le terme bilinguisme renvoie à une situation où des individus exercent une pratique langagière dans deux langues différentes, autrement dit, en qualifie un être de bilingue s'il a des compétences langagière dans deux langues différentes et dans diverses situations de communication. C'est le cas de certains interlocuteurs algériens qui parlent, utilisent le kabyle et le français par exemple.

Georges MOUNIN (1974, p.45) : « *Le fait pour un individu de parler indifféremment deux langues, également coexistence de deux langues dans la même communauté pourvu que la majorité des locuteurs soit effectivement bilingue* ».

Selon Leonard Bloomfield : « *La possession d'une compétence du locuteur natif dans deux langues c'est la possibilité d'un individu à utiliser deux systèmes linguistiques* ».

E. Haugène affirme que « Le bilinguisme commence lorsque l'individu peut produire des énoncés ayant un sens dans une langue autre que sa langue maternelle, il existe deux types de bilinguisme »

L'arabe algérien est la langue principalement parlée par la population dans la vie quotidienne, c'est la langue de communication (informelle) des algériens : dans les familles, les marchés, les cafés, etc. Cependant, il convient de noter que l'arabe algérien est une variante de l'arabe dialectal avec des influences berbères et françaises, ce qui rend son utilisation spécifique à l'Algérie. Quant à l'arabe standard (dans le domaine formel) il est enseigné à l'école et utilisé dans les médias officiels, les documents gouvernementaux et les discours officiels.

Même si l'arabe algérien est la langue dominante, de nombreux algériens sont également bilingue ou plurilingue, en particulier dans les zones urbaines parmi les populations scolarisés instruites. Le français a laissé une empreinte significative en Algérie pendant la colonisation française, il est encore utilisé dans les domaines de l'enseignement supérieurs, de l'administration, des affaires, et des médias.

En 2002, l'Algérie a reconnu le tamazight (berbère) comme une langue nationale, reflétant la diversité linguistique du pays. Le tamazight est parlé par une partie de la population algérienne, principalement parmi les berbères et il est également enseigné dans certaines écoles.

En conclusion, le bilinguisme et le plurilinguisme en Algérie est un phénomène complexe qui découle de l'histoire coloniale du pays et de sa diversité linguistique. L'arabe algérien, le français, l'arabe standard, et le tamazight coexistent dans la société algérienne créant un mélange linguistique dynamique qui reflète l'identité culturelle et historique complexe de l'Algérie.

I.3. La communication :

La communication est le catalyseur de tous les mouvements d'une communauté, elle fait partie de la société. En effet, depuis la découverte de l'écriture et puis après de l'imprimerie, les hommes ont laissé leurs vies primitives, ils sont passés à une autre étape, celle d'étendre la communication à tous les domaines sociaux comme le commerce, la politique, les arts et tout ce qui nous met en contact avec autrui.

L'écriture est certes le système de signe qui permet de transmettre les idées, elle nous met dans le bain de la pensée des transpositeurs, en fait « *L'écriture est non seulement un procédé destiné à fixer la parole, un moyen d'expression permanent, mais il donne aussi accès direct au monde des idées : il reproduit bien le langage articulé, mais il permet d'appréhender la pensée et de lui faire traverser l'espace et le temps* ». (Ifrah, 1994 :491).

La communication graphique est apparue depuis une dizaine d'années ; de nouveaux modes de communication sont en train de voir le jour, de nouvelles manières de penser, nous arrivons à une nouvelle sorte de communication qui est la «communication graphique » (Higounet, 1959 :05) qui consiste à élaborer des formes, des éléments graphiques (images,

typographies, photos, couleurs...etc.). Dans le but de communiquer une information à un public ; C'est communiquer par l'image, le texte et les formes.

I.4. L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou :

LEIMDORFER.F souligne que: « *La ville est un espace exemplaire ou typique de rapports sociaux. Elle est d'abord le lieu d'un espace public, d'une séparation du public et du privé* ». 2005, pp129-145. Les écrits urbains ont une corrélation parfaite avec les facteurs sociaux qui sont observés à travers la division géographique rigoureuse. Cette pratique scripturale semble être socialement construite sur les fonctions et les objectifs de divers messages.

En effet, les écrits de la ville sont accessibles et ouverts à tous les yeux : ils sont publics. Les écrits individuels sont distingués des écrits institutionnels. Messages écrits individuels, ou « in-vivo », tel que défini par L-J. Calvet, sont des messages linguistiques démontrant une appropriation spécifique du langage et du système graphique par les individus participant aux processus de communication socialisée.

Les institutions émettent des écrits institutionnels ou « in-vitro » ; c'est la langue officielle. Avec ces deux styles d'écriture, une identité partagée émerge, avec une meilleure représentation des caractéristiques partagées par chaque groupe.

En conséquence, le lecteur doit rejoindre un groupe d'affiliation afin de partager des attitudes et des représentations sociales qu'il peut reconnaître.

Mais, avec la diversité des identités sociales, il devient difficile pour une citadine, par exemple, de s'intégrer facilement et de s'adapter à la ville. Les écrits peuvent également être utilisés pour combler les écarts sociaux et culturels entre les différents groupes.

I.5.L'identité urbaine / La culture urbaine :

L'identité s'édifie sur le rapport dialogique soi-autrui, "Ego-alter" (Kaufmann, 2006). Elle est scandée par des « *socialisations contradictoires* » et des solidarités partielles. Cette idée fait référence à l'identification d'une personne avec un groupe social et un certain territoire dans une ville.

Selon le T. Bulot, (1999, p19-34) « *l'une des spécificités de l'urbanité est que les habitants d'une ville ont conscience de leur appartenance qui est uniforme et isolable* ». Cette appartenance identitaire d'une personne se voit à travers la pratique du langage.

Affirmer son identité dans une ville, signifie prendre position et se distinguer des autres ; après tout, le langage est utilisé comme un moyen de se différencier. Il est considéré comme le visage révélé de l'identité et de son véhicule, c'est-à-dire que parler d'une manière donnée permet d'identifier un groupe ou une communauté spécifique.

Le concept de culture urbaine est souvent présent dans les zones urbaines, bien qu'il se distingue par la cohabitation de différentes populations (différences linguistiques, ethniques et sociales) et donc des différences culturelles.

La culture urbaine est née du mélange de plusieurs autres cultures ; elle est façonnée par l'interaction des individus ; elle se construit en groupes urbains dans lesquels chaque membre représente sa propre culture, c'est une façon d'intégrer et de vivre dans la ville. L'usage des langues dans la culture est un critère majeur de la différenciation, selon T. Bulot, « *ce qui marque, aujourd'hui, cette culture et les pratiques langagières qui y sont liées est la mobilité sociale* », qui explique pourquoi le déplacement des gens d'un endroit à l'autre introduit de nouvelles cultures et pratiques langagières et contribue à la complexité culturelle de l'espace et de la ville.

II. L'enseigne dans la ville :

L'enseigne commerciale constitue une mise en évidence et parfois, une concurrence des langues dans la ville. Elle est appréhendée comme une sorte de mise en mots d'une réalité sociolinguistique urbaine. Elle constitue une part essentielle de notre environnement : guider et informer sur les services produits.

II.1. Aperçu historique de l'enseigne commerciale :

Ce n'est qu'au XVe siècle que nous avons commencé à voir l'émergence et le développement des marques que nous connaissons aujourd'hui ! , autrefois représentées par un signe simple, elles ne pouvaient être utilisées que pour identifier l'activité d'une entreprise ou pour diriger les résidents. L'expansion urbaine et commerciale a donné naissance à une nouvelle vague d'inventivité : des peintures sur le bois ont été faites sur les fronts des

entreprises (épiceries, boucherie, etc.) ainsi que des publicités plus créatives, surnommées « publicités vivantes », avec des animaux suspendus dans des cages. Les enseignes sont rendues obligatoires pour les aubergistes en France en 1577, suite à une décision du roi Henri III. Nous devons attendre le début du XXe siècle pour voir apparaître les ancêtres de la publicité illuminant moderne. Et c'est peut-être le Français George Claude qui a inventé le premier type de néon en 1910. Le premier dispositif a été installé sur l'un des bâtiments du Boulevard Haussmann, faisant de Paris l'épicentre de cette invention. Après avoir été exporté aux États-Unis, il devient rapidement un nom de famille et se propage à l'échelle mondiale. Malgré un arrêt difficile en raison de la seconde guerre mondiale, la notion est devenue « plus belle ». Les marques luminescentes sont encore très populaires, aujourd'hui. Son établissement est également soumis à des règlements spéciaux : il y a des droits d'extinction, qui sont proportionnels à la taille de l'organisation.

L'enseigne a connu une évolution depuis son état primitif, d'être sculpté ou peint sur la façade des magasins pour devenir enfin, un élément d'ornement de décor de cette dernière et ceci par l'écrit ou par la forme de l'objet visuel, c'est-à-dire, dessiné ou taillé.

Elle est (l'enseigne) passé d'un rôle désignatif indicatif à celui de moyen de décor, de publicitaire au gré du progrès technologique pour arriver enfin aux enseignes lumineuses.

II.2. Qu'est ce qu'une enseigne commerciale :

Émile Ginot définit l'enseigne : « *Nous définirons d'abord l'enseigne, d'après son sens étymologique, signum, un signe quelconque destiné à distinguer un objet entre plusieurs autres de même nature.* » (1901 :7) Et il reprend "*ou, pour parler avec Ménage une marque particulière qui, aidant à discerner quelques personnes ou quelque chose, la fait connaître*".

Dans le dictionnaire le Petit Robert du XXe siècle, l'enseigne est désigné comme étant un : "*Panneau portant un emblème, une inscription, un objet symbolique, qu'un commerçant, un artisan met à son établissement pour se signaler au public.*» (2010 : 882).

Elle est aussi une marque ou une inscription qui sert à indiquer la présence de tel ou tel commerce. Elle garantit une relation intime entre vendeur et acheteur et se présente généralement comme un panneau portant l'emblème ou un objet symbolique qu'un commerçant ou un artisan accroche pour la visibilité de son magasin ou à son institution. Elle est un véritable moyen pour attirer et informer les clients.

Dans le dictionnaire encyclopédique Larousse elle est définie comme étant un « *signe constitué par un emblème, une inscription ou un objet permettant de signaler l'établissement de commerce à l'intention du public* ». Selon DUMONTM l'enseigne est un « *signe permettant de reconnaître le commerce qui est porteur et le distingue des autres* ». (2010 : 26).

II.3. La fonction communicative et publicitaire de l'enseigne commerciale:

1-La fonction informative et publicitaire : L'objectif principal d'une enseigne commerciale est d'informer et d'éclairer ou de renseigner les personnes qui passent par une activité commerciale. En outre de cette fonction bénéfique, les panneaux d'affichage ont essentiellement une fonction publicitaire pour attirer les clients.

2-Fonction identitaire et culturelle : Dans le texte des signalétiques, les commerçants introduisent souvent des marques qui reflètent leur culture, leurs croyances et leurs idéologies afin qu'ils puissent exprimer leur identité et leur culture.

3-La fonction expressive : Cette fonction exprime la présence du destinataire (le commerçant) dans le texte de l'annonce en utilisant des indices tels que : un pronom possessif, un nom qui lui appartient.

4- La fonction conative : Lorsque le destinataire (le client) est implicitement inclus dans la langue des instructions de l'expéditeur, cela explique l'intention d'avoir un effet sur lui.

5-La fonction poétique : Le texte de la publicité est souvent utilisé pour séduire le client en utilisant des termes et / ou des expressions qui suscitent la curiosité, y compris le désir d'acheter, en employant des figures de style.

Conclusion :

L'enseigne occupe une place particulière dans la culture matérielle. Elle symbolise l'unicité d'une activité commerciale par rapport à une autre comme signe du progrès économique et commercial de la communauté. À l'origine, elle prenait la forme d'objets symboliques ou de signalisation. Elle est considérée comme un support publicitaire. Ce dernier représente une forme de communication de masse qui contient une charge sémantique au niveau linguistique, dont le but est d'attirer l'attention d'un public cible tel que les consommateurs, les utilisateurs, etc. La publicité est largement une technique empirique, notamment en économie, sociologie et psychologie.

À travers les écrits urbains, l'homme met en mot la réalité de ce qui l'entoure et les devantures des magasins se font supports de cette expression et de cette interprétation de la vie sociolinguistique reflétant ce milieu. Agnès Millet dit à ce sujet : « la ville semble le lieu d'une communication sans fin où l'écriture, le dessin se réinventent sans cesse en figure pour mieux dire son appartenance et sa différence. La ville se fait support multiple de ce que l'on pourrait appeler avec J, M Flock un langage visuel. » (1993 :26)

Chapitre 03 :

Considérations méthodologiques et analyse du corpus

Introduction :

Ce chapitre se veut une présentation des considérations méthodologiques de la recherche : notre travail de terrain, les moyens méthodologiques mis en œuvre pour répondre aux interrogations posées, la démarche adoptée pour l'exploration de notre terrain d'enquête, le protocole de l'enquête menée par le biais d'un questionnaire qui privilégie l'aspect qualitatif interprétatif d'une recherche en sociolinguistique urbaine ; ainsi que l'analyse du corpus.

Nous situons notre objet d'étude dans le cadre de la sociolinguistique urbaine dans la mesure où notre problématique relève de la structure sociale des pratiques linguistiques des groupes en ville. L'approche sociolinguistique nous permet de comprendre la diversité linguistique des enseignes et les pratiques linguistiques en ville

Nous avons opté dans cette étude pour la méthode qualitative et quantitative.

I. Considérations méthodologiques :

1. Description du terrain de recherche :

Le boulevard Krim Belkacem est l'une des principales rue commerçantes de Tizi-Ouzou .Outre les principaux magasins de la ville, ce boulevard offre un paysage sociolinguistique hétérogène ou privé, caractérisé par une répétition linguistique diversifiée, variable selon l'affichage est public ou non. Il est fréquenté (le boulevard) par des personnes de toutes origines, même si la majorité de ses visiteurs sont des étudiants, car il est situé entre deux universités (Université Mouloud Mammeri Hesnaoua et Bastos).

Nous avons choisi la méthode de l'enquête car « (...) elle permet d'étudier comment ces populations font, pensent ou ressentent ». En d'autres termes, de cette manière, nous pouvons nous déplacer sur les lieux et atteindre directement la population cible, afin de comprendre les réponses, les témoignages et les interventions des sujets. Cela nous permettra de mieux comprendre et interpréter les déclarations et les attitudes des répondants ultérieurement lors de l'analyse de notre corpus.

2. Description du corpus :

La sociolinguistique étudie le langage ou la langue dans la société. Une tentative majeure est d'aborder ces systèmes linguistiques en considérant les facteurs sociaux qui pourraient justifier leur évolution. Aussi, pour mener des recherches, les sociolinguistes utilisent des techniques de recherche appropriées telles que les questionnaires.

Afin de mener une étude objective, nous avons choisi la méthode de recherche par le questionnaire, il sera notre intermédiaire avec le commerçant. le questionnaire occupe une position de choix parmi ces instruments de recherche mis à la contribution par le sociolinguiste, car il permet d'obtenir des données recueillis de façon systématique et ce traitant à une analyse quantitative. À l'aide de cet outil de recherche et d'enquête, nous cherchons à découvrir les motivations, les expressions et les attitudes envers le langage que les commerçants choisissent d'utiliser.

Nous avons dû utiliser dans certains cas la méthode questionnaire-entretien, qui « ... consiste à poser verbalement les questions et à noter les réponses. Cela demande plus de temps du côté du chercheur, quand l'interlocuteur ne sait pas lire et/ou écrire ».

Notre corpus est composé d'un ensemble de questionnaire : il y'a des questions fermées et ouvertes ainsi qu'un ensemble de photos d'enseignes du boulevard Krim Belkacem. En ce qui concerne les écrits de la partie graphique, nous procédons à une analyse statistique afin de quantifier l'utilisation des langues dans les enseignes commerciales, ainsi qu'à une analyse qualitative a fin de décrire les faits linguistique et sociolinguistiques qui pourraient répondre à notre problématique. Les questions ouvertes à leurs sujets seront soumises à une analyse qualitative pour identifier les raisons, les attitudes et les représentations linguistiques susceptible, de justifier les langues utilisées par les commerçants.

3. Présentation du questionnaire :

Notre questionnaire distribué à 20 commerçants aux Boulevard Krim Belkacem est réparti en trois parties : des questions sur les informations personnelles des commerçants (l'âge, le sexe, le niveau d'étude et le lieu de résidence), d'autres questions sur les pratiques langagières et des questions sur l'enseigne. Dans ces questions, nous trouvons des questions fermées et des questions ouvertes.

Conclusion :

Nous avons mené une enquête au boulevard Krim Belkacem à la nouvelle ville de Tizi-Ouzou dans le but de dégager , de déterminer les pratiques linguistiques et langagières manifestées (contenues) dans les enseignes commerciales , les attitudes et représentation linguistiques des commerçants à l'égard des langues utilisées dans les affichages à savoir le kabyle , l'arabe ,le français et l'anglais. Enfin les variables ou facteurs qui vont influencer ces usages. Pour ce faire, nous avons interrogé 20 commerçants par le biais d'un questionnaire. Nous avons aussi pris en photos les affichages des enseignes commerciales situées au boulevard pour une description interprétative et qualitative.

II Analyse du Corpus :

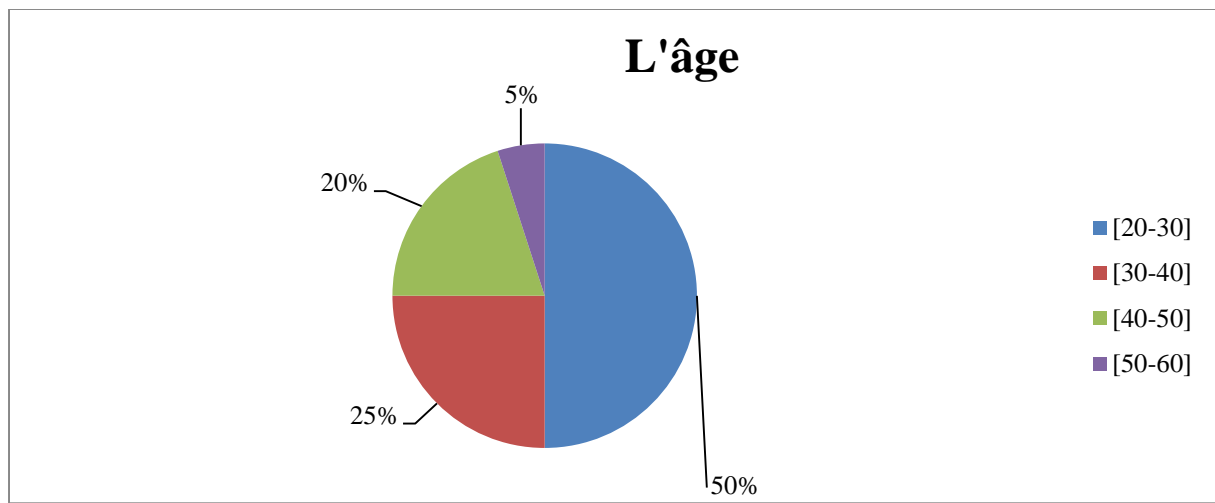
II.1. Analyse du questionnaire (analyse des données)

II.1. 1 Informations personnelles :

a-L'âge :

L'âge	20-30ans	30-40ans	40-50ans	50-60 ans
Pourcentage	50%	25%	20%	5%

Représentation graphique :



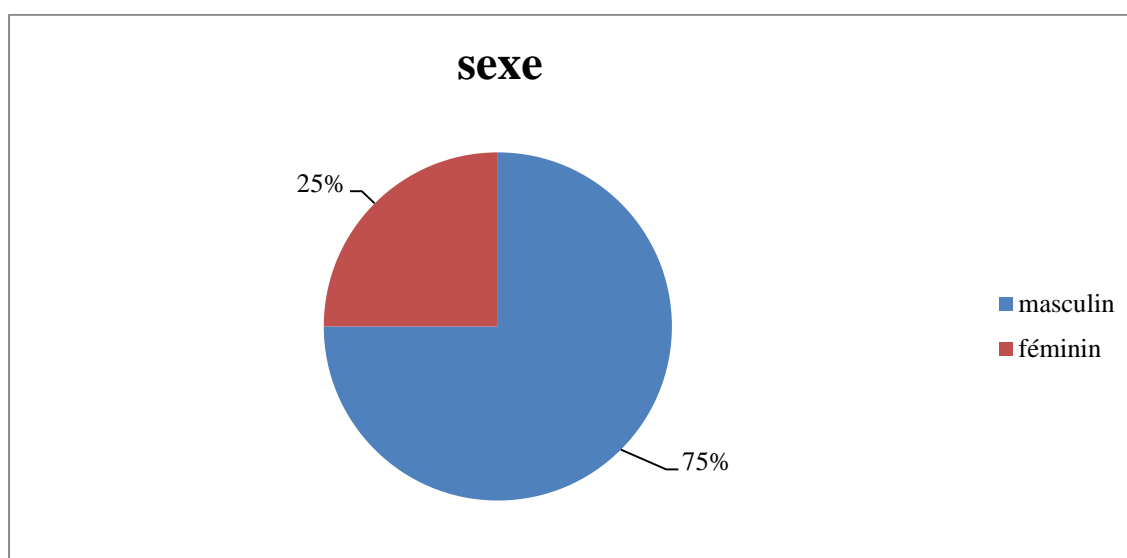
Commentaire :

Nous avons classé les commerçants selon la catégorie d'âge. Nous avons constaté que cette catégorie varie entre 20 ans et 60 ans. Nous y voyons une prédominance de l'âge (entre 20 ans et 30 ans) soit un taux de 50%. Les commerçants âgés entre 40 ans et 50 ans représentent 20% et un taux de 5% pour les commerçants âgés plus de 50 ans. Enfin, ceux entre 30 et 40 ans représentent un taux de 25%.

b-Sexe :

Sexe	Féminin	Masculin
Pourcentage	25%	75%

Représentation graphique :



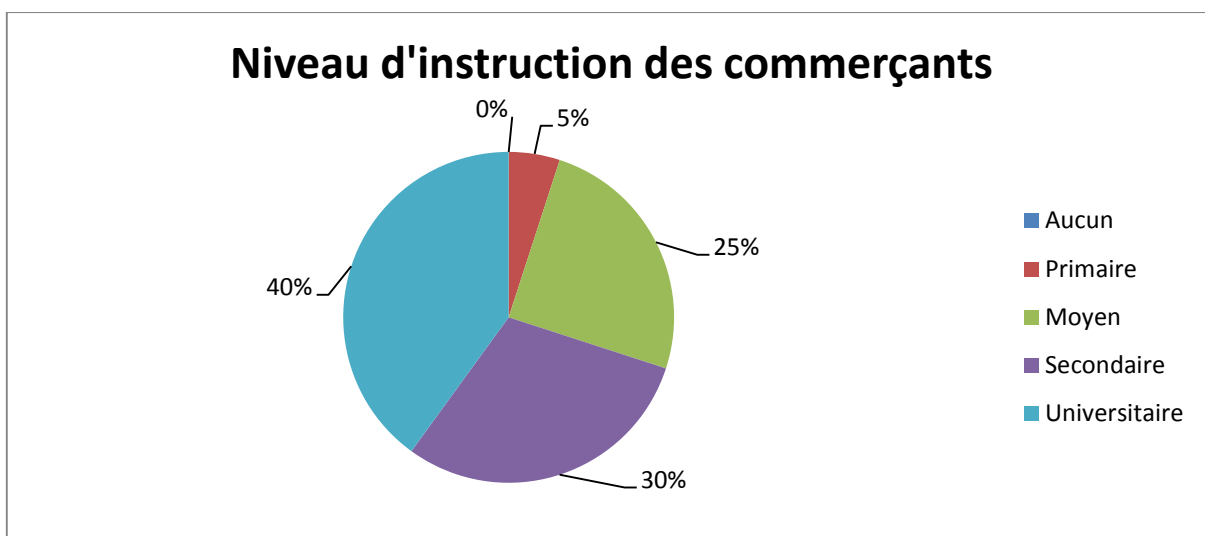
Commentaire :

La plupart de nos enquêtés sont des hommes (soit 75%), et 25% sont des femmes.

c-Niveau d'instruction :

Niveau	Aucun	Primaire	Moyen	Secondaire	Universitaire
Pourcentage	00%	5%	25%	30%	40%

Représentation graphique :



Commentaire :

D'après nos données, 40% de nos enquêtés sont passés par l'université .30% ont un niveau secondaire. 25% niveau moyen. Enfin, 5% de nos informateurs ont un niveau primaire

d-Lieu de résidence :

Ce tableau ci-dessous représente le lieu de résidence de chaque commerçant du boulevard Krim Belkacem :

Lieu de résidence	Nombres
Tizi ville	8 commerçants
Tizi Rached	1 commerçant
Fréha	2 commerçants
Bvd Krim Belkacem	3 commerçants
Mekla	1 commerçant
Béni Zmenzer	1 commerçant
Tirmitine	1 commerçant
Draa ben khedda	1 commerçant
Autre	2 commerçants
TOTAL	20 commerçants

Commentaire :

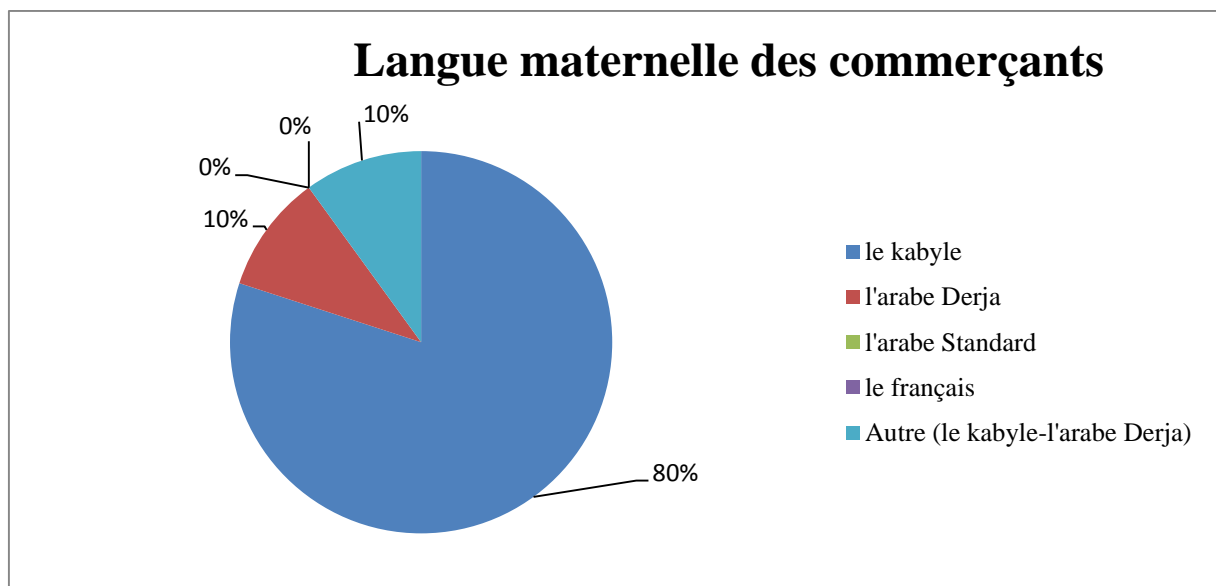
On n'observe que huit commerçants (du Boulevard Krim Belkacem) habitent dans les environs, c'est-à-dire à proximité, en ville (en zone urbaine). 3 d'entre eux habitent au boulevard Krim Belkacem. Quant aux autres commerçants, ils résident en dehors de la ville (dans les villages, en zone rurale).

II.1.2. Les pratiques langagières :

Q1 : Quelle est votre langue maternelle?

Langue Maternelle	Le kabyle	L'arabe derdja	L'arabe standard	Le français	Autre
Pourcentage	80%	10%	00%	00%	10%
TOTAL	100%				

Représentation graphique :



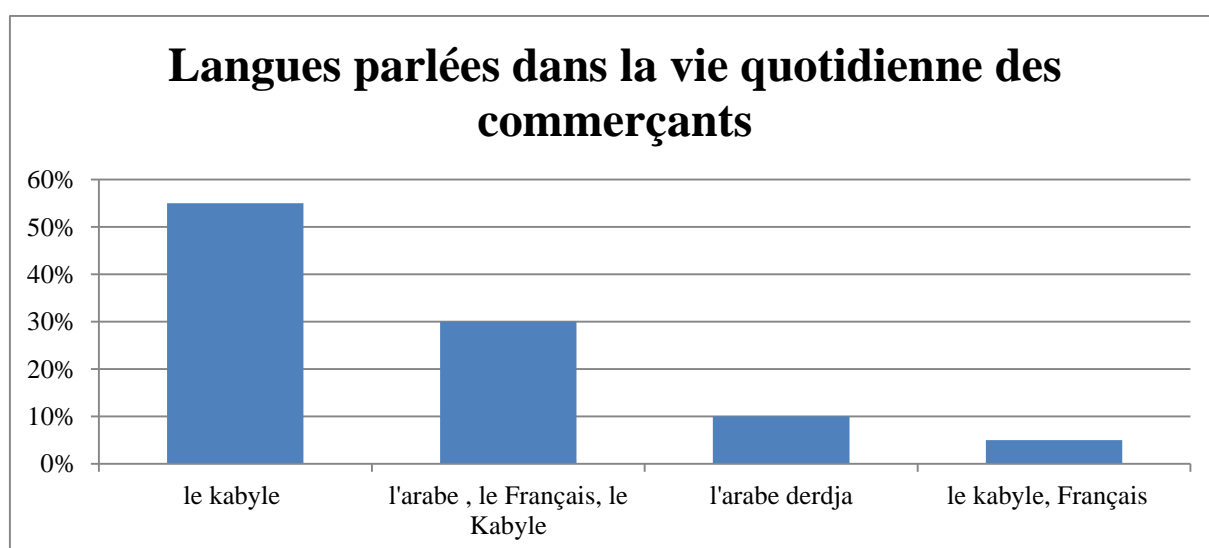
Commentaire :

80% des commerçants ont pour langue maternelle " le kabyle", 10% l'arabe derdja. Quant au 10% des commerçants restant attestent qu'ils ont 2 langues maternelle le kabyle et l'arabe derdja

Q2 : Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne ?

Langue	Le kabyle	L'arabe derdja	Le kabyle, le français	L'arabe, le français, le kabyle
pourcentage	55%	10%	5%	30%
TOTAL	100%			

Représentation graphique :



Commentaire :

La grande majorité de nos commerçants soit 55% dit utiliser le kabyle dans leur vie quotidienne parce qu'ils sont kabyles et sont dans une ville kabylophone où presque tout le monde parle le Kabyle. Si le client ne comprend pas, le commerçant devra recourir à d'autres langues. Car il y a des gens qui viennent d'autres villes, ou d'autres pays : comme la France, le Canada, etc.

30% utilisent soit l'arabe derdja, le kabyle ou le français.

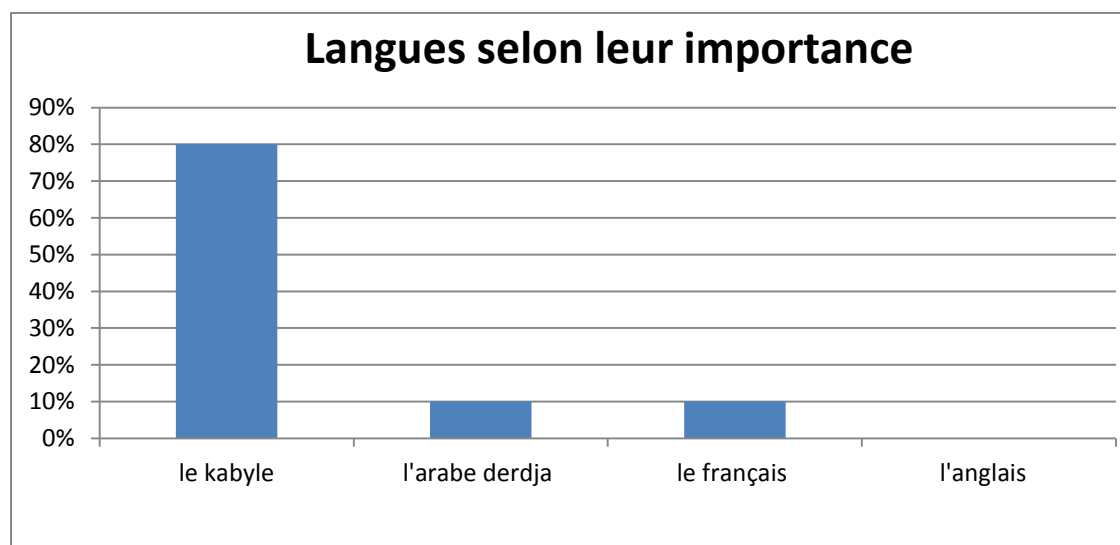
L'arabe derdja est utilisé de manière exclusive par 10% des commerçants.

5% restant des commerçants disent parler le kabyle et le français.

Q3 : Classez les langues selon leur importance :

Langue importante	Le kabyle	L'arabe	Le français	L'anglais
Pourcentage	80%	10%	10%	00%

Représentation graphique :



Commentaire :

D'après les réponses que nous avons recueillies, nous constatons que 80% des commerçants considèrent que la langue kabyle est la plus importante, et justifient cela du fait que cette langue est leur langue maternelle et aussi la majorité des clients la parle.

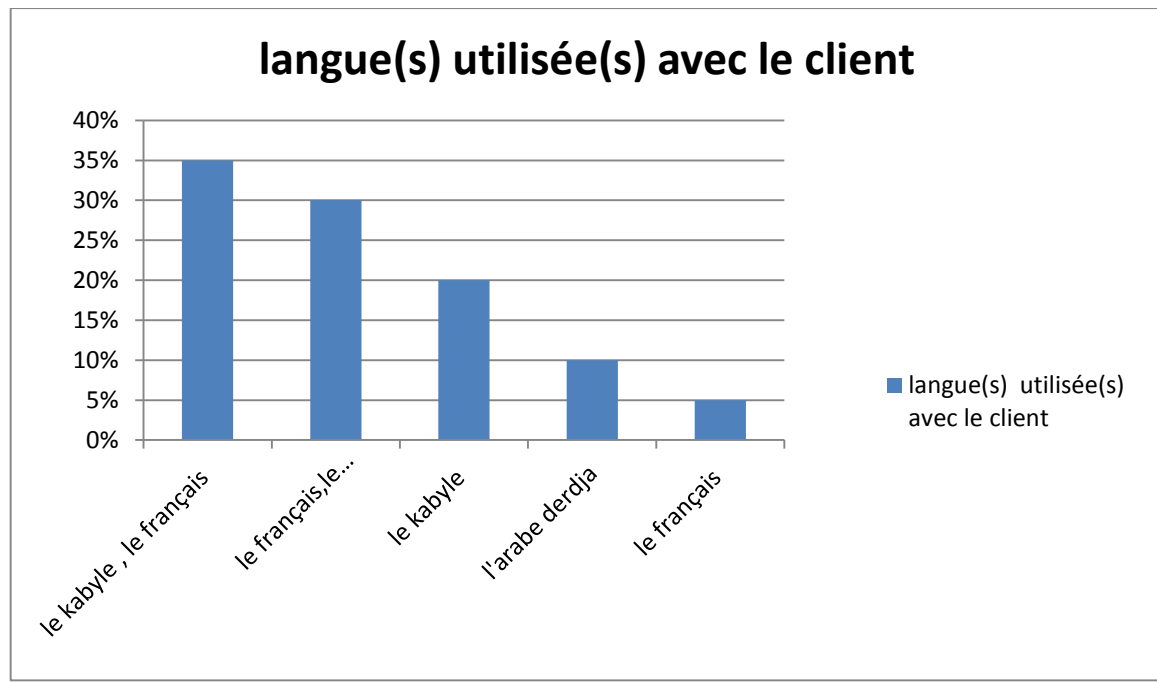
En deuxième position, nous avons l'arabe derdja et le français avec 10%. Quant à l'anglais, d'après leurs réponses, il (l'anglais) n'est pas une langue importante du fait qu'elle n'est utilisée ni par le commerçant, ni par le client dans leur échange.

II.1.3 Questions sur l'enseigne :

Q1 : En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle ? Pourquoi ?

La/es langue/s utilisée/s avec la clientèle	Pourcentage
Français	5%
Arabe derdja	10%
Kabyle	20%
Français, arabe derdja, kabyle	30%
Français, kabyle	35%
TOTAL	100%

Représentation graphique :



Commentaire :

On observe que 35% des commerçants utilisent le kabyle et le français pour eux ils sont les plus utilisées et comprises par le client. 20% ne parle qu'en kabyle il s'agirait pour eux de la langue maternelle des kabylophones.

Le français et l'arabe derdja sont utilisés par 30% des commerçants, ce choix est justifier du fait que ces langues sont utilisées par la population kabyle (le client).

10% font de l'arabe derdja un usage exclusif.

5% des vendeurs s'adressent à leur client en français parce que selon eux les clients parlent ces langues.

Q2 : Quelle (s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l’affichage de votre commerce ? Pourquoi ce choix ?

Langues choisie(s)	Pourcentage	Pourquoi ?
L’anglais	25%	-Car notre magasin est unique pour le différencier des autres magasins qui pourraient avoir le même pseudo. -c’est une marque de mode fashion. -c’est une langue internationale.
Le français	40%	-Convient à l’activité et comprise par de nombreux clients. -C’est une langue internationale.
L’arabe derdja	10%	-parce que c’est ma langue maternelle et il y’a un rapport avec l’image de l’enseigne d’où le “Sahara” est un indice... pour la vente du thé et des cacahouètes. - la vraie raison pour laquelle j’ai choisi cette langue, car je vends tout ce qui est traditionnel surtout pendant le mois sacré le ramadhan.
Le français et l’arabe	5%	-Nous avons utilisé ces deux langues car elles sont les plus parlées par nos passagers.
Le français, le kabyle (Tifinagh)	5%	-j’ai utilisé le français car elle est plus facile et plus comprise par nos clients.
Le français arabisé	5%	-“ qualité” El Djawda tout ce qu’il ya à l’intérieur de mon magasin est une qualité.
Autres (espagnole, italien...)	10%	-“ casa “ c’est maison, en espagnole mais nous avons fait un lien avec le Maroc Casablanca tous les vêtements que je ramène viennent du Maroc.
TOTAL		100%

Commentaire :

Nous remarquons que le français est le plus utilisé dans l'affichage des enseignes seul ou avec une autre langue. Suit de l'anglais avec 25% des commerçants. L'arabe derdja et le kabyle sont moins utilisés par rapport aux langues étrangères : " le français " et " l'anglais ".

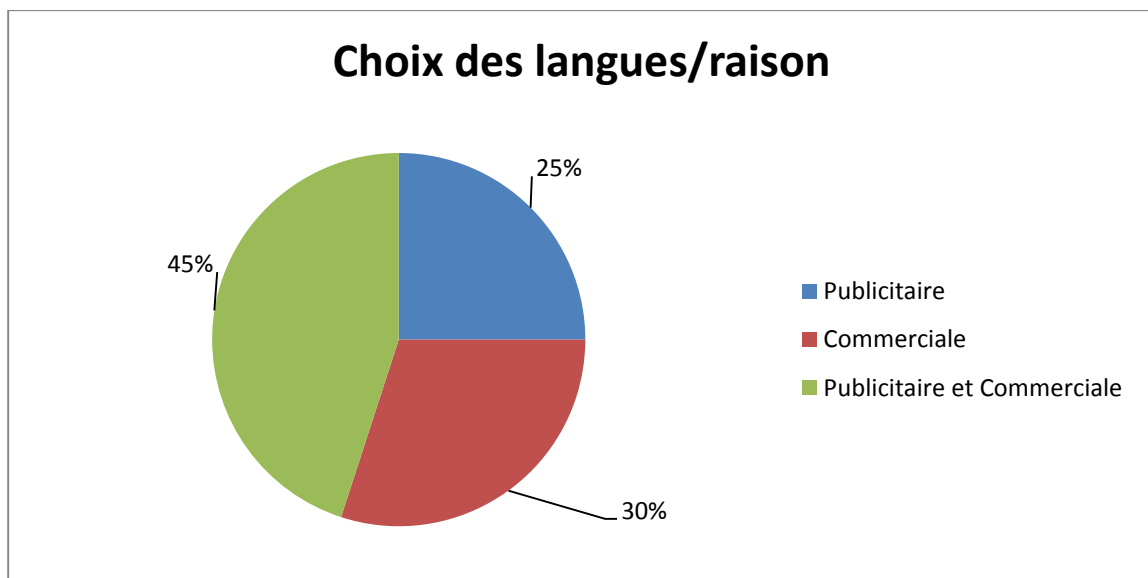
Ces choix sont justifiés du fait que les langues étrangères " le français et " l'anglais " sont des langues internationale, de pratique.

Le français est une langue parlée par beaucoup de clients. Quant aux kabyle et l'arabe derdja, celles-ci, seraient la langue maternelle du commerçant.

Q3 :Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison ?

Choix des langues utilisées /raison	Publicitaire	Commercial	Publicitaire et Commercial
Pourcentage	25%	30%	45%
TOTAL	100%		

Représentation graphique :



Commentaire :

25% des commerçants attestent que le choix de la langue ou des langues utilisées (s) dans l’affichage de leur enseigne est purement publicitaire.

30% d’entre eux affirment que c’est purement commercial.

Enfin, 45% optent pour les deux ‘publicitaire’ et commercial’.

Q4 : Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs ? Si oui, quelle langue?

Oui / Non	Langues	Pourcentage
Oui	L’espagnole	35%
	L’arabe derdja	
	L’anglais	
Non	/	65%

Représentation graphique :



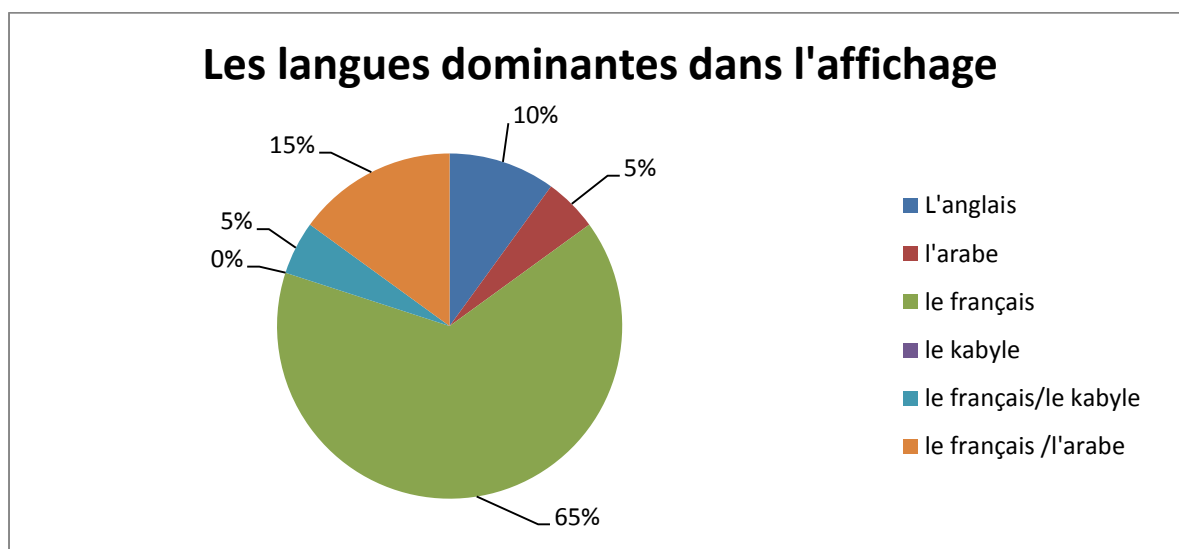
Commentaire :

35% des commerçants disent choisir une autre langue selon la région où ils s'installent. Par exemple il ya ceux qui pensent que s'ils s'installent dans des régions ou dans des wilayas dites arabophones , ils ne comprendront pas le français et le kabyle de ce fait , ils utiliseront l'arabe dans l'affichage de leur enseigne . Par contre 65% d'entre eux disent qu'ils garderont le même écrit et le même message(la même langue) là ou ils iront .

Q5 : Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces ?

Langue dominante	Pourcentage
L'anglais	10%
L'arabe	5%
Le français /l'arabe	15%
Le kabyle	00 %
Le français / le kabyle	5%
Le français	65%
TOTAL	100%

Représentation graphique :



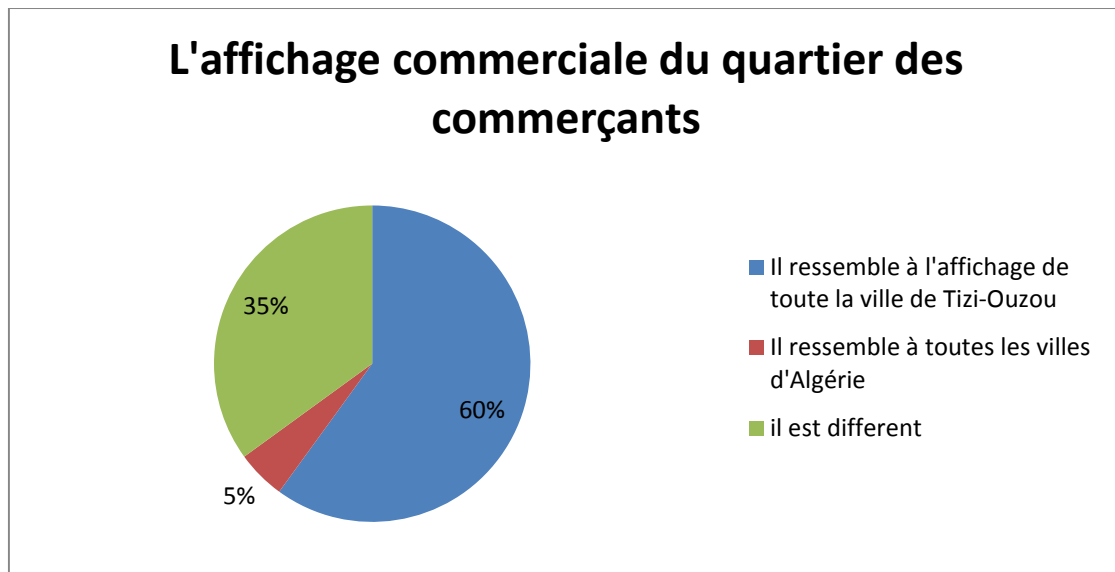
Commentaire :

Nous constatons encore une fois que le français est la langue la plus utilisée dans les affichages des commerces de manière exclusive (seule) ou bien associée à une autre langue comme l'arabe ou le kabyle.

Q6 : Comment trouvez-vous l'affichage commerciale de votre quartier ?

L'affichage	Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi Ouzou	Il ressemble à toutes les villes d'Algérie	Il est différent
Pourcentage	60%	5%	35%
TOTAL	100%		

Représentation graphique :



Commentaire :

La majorité des commerçants interrogés (soit 60%) affirment que l'affichage des enseignes de leur quartier ressemble à celui de la ville de Tizi- Ouzou.

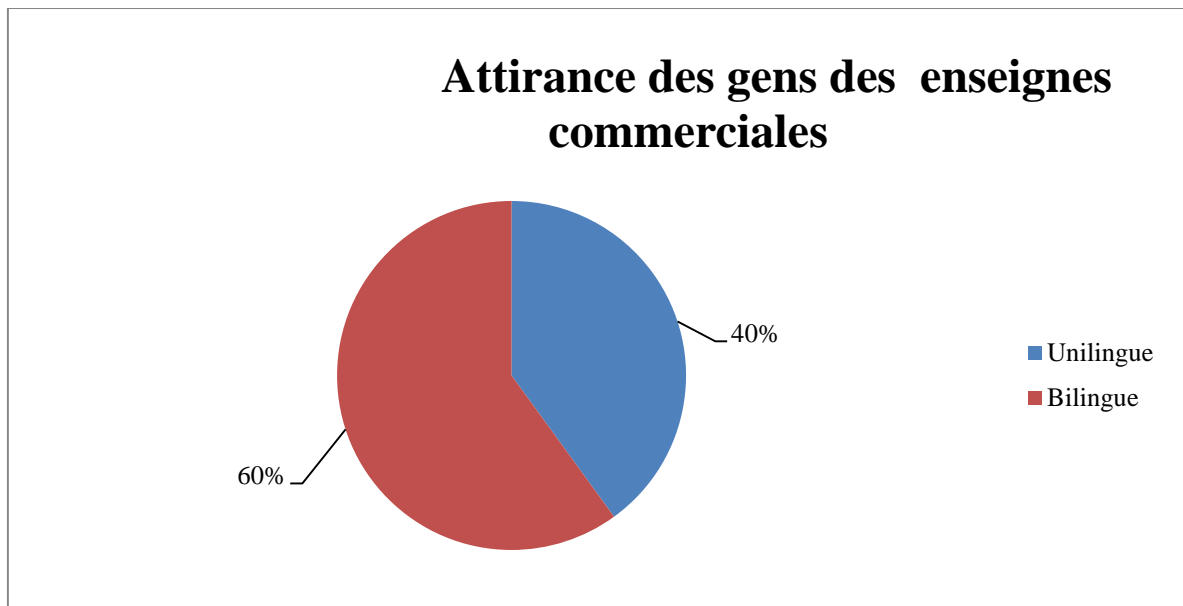
5% d'entre eux attestent qu'il ressemble à toutes les villes d'Algérie.

Enfin 35% des informateurs disent qu'il est différent.

Q.7 : Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues ? ou bilingues ? De quelle(s) langue(s) s'agit-il ?

Les enseignes	Unilingues	Bilingues
Pourcentage	40%	60%
Total	100%	

Représentation graphique :



Commentaire :

40% des commerçants pensent que les gens sont attirés par les enseignes unilingues dont l'affichage est soit en kabyle ou en français.

60% pensent qu'ils (les gens) sont plutôt attirés par les enseignes bilingues(arabe / français) ou (kabyle / français) ou bien (anglais / français) , (anglais / kabyle) .

II-2- La description des enseignes :

II. 2.1. Les enseignes monolingues :

Enseigne écrite en	Enseigne monolingue			
	arabe	kabyle	français	anglais
nombre	2	00	49	8
pourcentage	3%	00 %	83%	14%
TOTAL des enseignes relevées	59			

a) L'arabe :



L'arabe est présent à hauteur de 3%, ce qui suggère une présence modérée "timide" de la langue arabe dans l'affichage des commerces du boulevard Krim Belkacem car elle est moins pratiquée par les commerçants et les locuteurs Tizi-Ouziens ceci dénote une attitude de rejet à son égard. Son choix est motivé par le fait que cette langue (l'arabe est considéré comme l'une des constantes de l'identité et la nation algérienne).

b) Le Kabyle :

Le Kabyle n'est pas utilisé seul (usage exclusif) dans les affichages du Boulevard Krim Belkacem .Ce qui traduit un paradoxe du fait qu'il s'agit d'une région kabyle mais on ne le trouve pas (le kabyle) sur les affichages. (Seule, usage exclusif)

c) Le français :

















Nous remarquons que le français est la langue la plus choisie et utilisée, par les commerçants de ce boulevard dans l'affichage de leur enseigne. Elle (le français) est représentée par 80% des enseignes monolingues observées.

d) Anglais :





Usage de l'Anglais :

L'anglais représente 17% des enseignes monolingues, ce qui indique également une utilisation significative de cette langue. Cela peut être lié à la mondialisation et à la communication avec des clients étrangers ou à des préférences spécifiques de certaines entreprises.

Enseigne écrites en	Enseignes bilingues					
	Anglais - Arabe	Français-Arabe	Français - Anglais	Français -Kabyle	Français- Italien	Français – Espagnole
nombre	1	8	11	4	1	2
pourcentage	4%	30%	41%	15%	3%	7%
TOTAL des enseignes relevées	27					

2. 2 Les enseignes bilingues :

a) L'anglais –le français :







L'usage des langues "français-anglais" est le plus observé, représenté par 41% de l'ensemble des enseignes bilingues. Cela peut être expliqué par le fait qu'il s'agit de deux langues "prestiges", "langues internationales".

B) L'anglais – l'arabe :



Nous constatons un usage très "timide" de l'arabe et de l'anglais par les commerçants dans leur affichage, soit un commerce dans tout le boulevard.

C) Le français – l'arabe :





Prévalence du français-arabe :

On retrouve également une part importante des signes écrits en « français-arabe », soit 30 %.

D) Le français – le kabyle :



L'usage des signes amazighs (Tifinagh) et kabyles sont (écrits en latin) sont aussi présents dans les affiches des enseignes à coté du français (soit 15% des affiches) du boulevard Krim Belkacem.

E) Le français – l'italien :



F) Le français –l’espagnole :



Les langues ‘français – espagnole’ et ‘français – Italien ‘ sont moins fréquentes, représentant respectivement 7% et 3%. Cela pourrait indiquer que ces langues sont moins utilisées dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Leur choix est purement commercial.

2.3 Les enseignes plurilingues :

Une observation notable dans cette étude est l'absence d'enseignes plurilingues, c'est-à-dire l'usage de trois langues ou plus dans les affichages des enseignes. Cette absence peut indiquer que, dans le domaine étudié, les acteurs(lescommerçants) n'ont pas opté pour une communication multilingue complexe, préférant plutôt se concentrer sur des combinaisons de langues plus simples. Cette constatation pourrait avoir des implications sur la communication et la compréhension des messages par un public diversifié. Elle soulève également des questions intéressantes sur les raisons possibles derrière ce choix, telles que des considérations économiques, culturelles ou stratégiques. Une analyse plus approfondie de la communication multilingue dans ce contexte pourrait fournir des informations supplémentaires sur la dynamique linguistique et culturelle qui prévaut dans ce domaine.

II.3. Quelques observations :

3.1 Le français -arabisé :



‘El Djawda 2’ : est un magasin d’épices, de fruits secs, de miel ainsi de l’huile d’olive, Cela signifie : ‘la qualité’, ici le commerçant utilise un terme arabe ‘’ال جودة’’ mais écrit en latin, en français. Cela pourrait s’exprimer du fait que le propriétaire se penche (à des préférences) beaucoup plus au français qu’à l’arabe.

3.2. Le kabyle francisé :



La aussi, nous remarquons l’usage de termes kabyles ‘’Izem’’ (le lion) écrit en caractère, ’’ ZzinNtsseda’’ (la beauté de la lionne) écrit en caractère latin, en français.



‘‘ Samir Gym ‘est une salle de détente et d’aérobic et de musculation comme, c’est écrit sur l’enseigne, avec l’utilisation de la couleur et les corps d’athlètes, pour rendre les clients curieux, le prénom ‘‘ Samir’’ est le propriétaire de la salle, et en même temps un coach. On trouve l’utilisation d’une seule langue qui est le français. Ce choix d’inscription émane d’une volonté de revendiquer son appartenance identitaire, d’un côté et pour rendre son magasin distinct et exceptionnel par rapport aux autres magasins. Pour ce faire, le commerçant inscrit son nom afin de s’approprié cet espace urbain.

3.3 Le marquage par le nom de la personne :



‘‘Imprimerie Taleb ‘‘ est une boutique d’impression comme son nom l’indique est écrit même en Tifinagh, et le nom de famille ‘‘Taleb ‘‘est celle du propriétaire. Elle est écrite en gras et en bilingue, (le français et tfinagh tamazight). Le choix de ce type

d'affichage nous renseigne sur le propriétaire et son identité personnelle (le nom) et culturelle (kabyle).

3.2. Le kabyle francisé :



La aussi, nous remarquons l'usage de termes kabyles "Izem" (le lion) écrit en caractère, "Zzin Ntseda" (la beauté de la lionne) écrit en caractère latin, en français.

3.4. La fonction désignative de l'enseigne :

Les noms des magasins sont souvent accompagnés par des extensions explicatives portant des informations sur le type de commerce, portent des formes simples et renvoient généralement au type d'activité exercé par le commerçant. À titre d'exemple : Librairie, agence immobilière, Cyber café, salle de sport, poulets et œufs, ...etc.

Conclusion :

Tizi-Ouzou est une wilaya plurilingue qui coexistent plusieurs langues comme : le kabyle, l'arabe, le français, et l'anglais.

De ce fait les commerçants d'une manière ou d'une autre sont influencés par cette diversité linguistique et utilisent une variation de langues dans les affichages des enseignes.

En effet, nous trouvons l'usage dominant de la langue française, suivi du kabyle souvent utilisé pour revendiquer son appartenance identitaire et culturelle. Nous trouvons ensuite l'arabe et l'anglais et même l'espagnole et l'italien de façon "timide" et restreint pour certains commerçants, ce choix est motivé par une raison commerciale et / ou publicitaire. D'autres, affirment que leur choix est motivé de fait qu'il s'agirait de leur langue

maternelle dans le cas du ‘‘ kabyle ‘‘ ou bien comme signe de rejet de l’arabe par l’usage du français et que ce dernier est considéré comme une langue ‘‘ internationale ‘‘ , ‘‘de prestige’’; une langue utilisée par certains kabylophones dans la vie quotidienne.

Conclusion Générale

Conclusion :

L'enseigne est un phénomène urbain qui a ses fonctions et son propre mode de communication, elle est soumise à tous les regards, écrites en différentes langues et touchent tous les aspects de la société. Il s'agit d'écrits à travers lesquels les individus tentent d'affirmer leurs existences et leurs appartenances à un groupe ou à une société par l'appropriation d'un ou plusieurs systèmes d'écriture.

Les affichages commerciaux et particulièrement les enseignes commerciales de la ville de Tizi-Ouzou nous renseignent généralement sur l'activité de commerce exercé par le commerçant, ainsi le nom de la personne et le nom que porte le lieu d'activité en question.

L'enseigne est un moyen de communication visuelle destiné à informer le passant sur une activité commerciale.

Elle est le moyen par lequel le commerçant tente de véhiculer sa culture, ses coutumes et ses idéologies.

Nous avons inscrit notre recherche dans le cadre de la sociolinguistique urbaine qui a comme objectif l'étude de la langue au sein de la ville.

Dans ce travail, nous nous sommes intéressés aux enseignes du boulevard Krim Belkacem dans la ville de Tizi-Ouzou afin de répondre aux questions suivantes :

Pour ce faire, nous avons distribué des questionnaires à des commerçants de ce boulevard et recueilli des photos des enseignes.

Après une analyse qualitative, quantitative et descriptive du corpus, nous sommes arrivés aux résultats suivants :

- Le discours véhiculé par ces enseignes transmettent des fonctions dans toutes ses dimensions : informative, culturelle, identitaire et communicative qui justifient d'une manière générale la réalité des pratiques langagières présentes dans la ville de Tizi-Ouzou.

- L'usage d'une variété de langues dans les affichages des enseignes à savoir la langue kabyle, l'arabe, le français, l'anglais et même l'espagnole et l'italien.

- Nous avons observé après l'analyse des données des questionnaires et des photos d'enseignes, que les affichages des enseignes, dans la ville de Tizi-Ouzou en général et au boulevard Krim Belkacem, en particulier, sont en majorité en langue française dans un usage exclusif (seule) ou accompagnée d'une autre langue dans les enseignes bilingues.

Le choix de cette forme est motivé, selon certains commerçants, du fait que le français est considéré comme “ une langue de prestige”, une langue utilisée par les locuteurs Tizi-Ouziens dans leur vie quotidienne ; Ou simplement utilisée dans un but commercial et /ou publicitaire, pour d’autres.

Pour ce qui est de la langue arabe nous avons constaté une carence et un usage limité.

Son choix est motivé pour sa légitimité pour son caractère sacré et officiel dans le pays pour l’arabe standard .En ce qui concerne l’arabe derdja du fait que celle-ci est utilisée par certains locuteurs Tizi-Ouziens et passants arabophones étrangers.

L’usage d’autres langues étrangère comme l’anglais, constitue la nouveauté des enseignes en ville ; Son usage est motivé du fait, qu’il est comme” une langue internationale “, “une langue moderne “, dans l’imaginaire linguistique du commerçant ou dans un but purement commercial et /ou publicitaire.

Quant à l’usage du kabyle, il est motivé par la volonté de valorisation de soi et à l’affirmation de l’identité berbère ce qui traduit une volonté de la promouvoir dans le milieu urbain Tizi-Ouziens.

-L’usage de deux langues dans les affichages des enseignes, bilingues, est considéré comme la condition pour réussir la communication. C’est souvent le français qui est alterné avec toutes les langues du milieu social, ce qui témoigne le statut social privilégié de cette langue dans la ville de Tizi-Ouzou.

Cette enquête nous a permis de confirmer nos hypothèses que le choix de l’usage d’une ou des langues dans les affichages des enseignes se ferait en fonction des représentations linguistiques des commerçants ou dans un but commerciale et /ou publicitaire. Il serait aussi motivé par les pratiques langagières et la présence de plusieurs langues dans leur environnement social : il refléterait de ce fait la situation sociolinguistique de la ville de Tizi-Ouzou.

Bibliographie

- A- DAHMANI Mohamed et al., 1993: Tizi-Ouzou : fondation, croissance, développement, Editions Aurassi, Tizi-Ouzou
- B- Bayon, Christian (1996), Sociolinguistique, société, langue et discours, Paris : Nathan, édition 2
- C- BLOOMFIELD Leonard, 1933, Language, New York, Holt, Rinehart & Winston.
- D- Christine Hélot, *Du bilinguisme en famille au plurilinguisme à l'école*, 2007. Paris, France : L'Harmattan
- E- DUMONT.M (1998) « les enseignes de Dakar ; un essai de sociolinguistique africaine » Harmattan.Editions, Paris, L'Harmattan
- F- Ghislaine. R et Matalan. B, « les enquêtes sociolinguistiques, théorie et pratique » Armand Colin, Col « U », Paris, 1978.
- G- Haugene, E. (1953). La langue norvégienne en Amérique : une étude sur le comportement bilingue. Vol. 1 : La communauté bilingue ; Vol. II. Les dialectes américains du norvégien. Bloomington : Presse universitaire de l'Indiana.
- H- TALEB IBRAHIMI Khaoula, Les Algériens et leur(s) langue(s). Eléments pour une approche sociolinguistique de la société algérienne Alger, les éditions dar El-Hikma, 1995,
- I- Zaboot, T. 2001. Un code-switching algérien : le parler de Tizi-Ouzou, Thèse de doctorat de linguistique, Sorbonne – Paris V, 1990.
- J- Le Petit Robert. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française, nouvelle édition millésime 2013, Paris, Dictionnaires Le Robert, c2011, 2837 p.
- K- Emile GINOT, Les enseignes: leur origine et leur rôle, BNF, 1901. Bibliothèque du "Mercure poitevin" Appartient à l'ensemble documentaire(1 août 2016)
- L- Bulot, T. (2003b). Les frontières et territoires intra-urbains : évaluation des pratiques et discours épilinguistiques. [Le città plurilingui. Lingue e culture a confronto in situazioni urbane / Multilingual cities. Perspectives and insights on languages and cultures in urban areas]. Udine : Forum in corso di stampa. 15 pages.
- M- Charles Higounet, 1959 :05, Paris : Presses Universitaires de France
- N- Leimdorfer François, Les sociologues et le langage, Paris, Maison des sciences de l'homme, 2010, 290 p
- O- KAUFMAN Jean-Claude, 2006: L'invention de soi. Une théorie de l'identité, Editions Armand Colin, Coll. Individu et Société, Paris.
- P- Gumperz, J. J., & Cook-Gumperz, J. (1982). Introduction. Dans J. J. Gumperz (Éd.),
- Q- Langue et identité sociale, Cambridge University Press.
- R- Labov, W. (1972). Modèles sociolinguistiques. University of Pennsylvania Press.
- S- Bourdieu, P. (1991). Langage et pouvoir symbolique. Harvard University Press.
- T- Fishman, J. A. (1972). La sociologie du langage : Une approche interdisciplinaire des
- U- Sciences sociales du langage dans la société (Vol. 35). Newbury House Publisher.
- V- Milroy, L., & Milroy, J. (1991). L'autorité en langue : Enquête sur la prescription et la

Normalisation linguistique. Routledge.

W- LECLERC J. Algérie dans « l'aménagement linguistique dans le monde, Québec, TLFQ, université Laval, 24 février 2007. « [http:// www. Ulaval.ce/ax/AFRIQUE/ Algérie-1demo. Htm](http://www.Ulaval.ca/ax/AFRIQUE/Algérie-1demo.Htm) ».26/01/2008

Annexes

Questionnaire :

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : " L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou : Cas des commerces du Boulevard KRIM BELKACEM."

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles :

1-Âge :

2-Sexe :

Féminin Masculin

3-Niveau d'instruction:

Aucun Primaire Moyen

Secondaire Universitaire

4 - Lieu de résidence :

.....
.....

2) Questions sur les pratiques langagières /linguistiques :

1 -Quelle est votre langue maternelle ?

Le kabyle

l'arabe standard

Le français

l'arabe derdja

Autre :

2 -Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne ?

.....
.....

3-Classez ces langues selon leur importance :

Le kabyle

l'arabe

le français

l'anglais

3) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle ?

Le kabyle

L'arabe derdja

L'arabe standard

Le français

Pourquoi ?

.....
.....
.....

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l’affichage de votre commerce ? Pourquoi ce choix ?

.....
.....
.....
.....
.....

3-Pensez –vous que ce choix est purement publicitaire et/oucommercial ou bien est-il motivé par une autre raison ?

.....
.....
.....
.....

4-Auriez -vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs ?

Oui

Non

Si oui, Quelle langue ?

.....
.....

5-Quelles sont les langues dominantes dans l’affichage des commerces ?

Le kabyle

le français

L’arabe (Lequel ?) :.....

L’anglais

6- Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier ?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie

-Il est différent

7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues ? Ou bilingue ? De quelle (s) langue(s) s'agit-il ?

Le kabyle

L'arabe derdja

L'arabe standard

Le français

L'anglais

Arabe / français

Kabyle / français

Français /anglais

Arabe/anglais

Ou autre

Questionnaire: "Tizi Kitchen ware"

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : "L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou : Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem."

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous :

1) Informations personnelles:

1-Âge: 27ans

2. Sexe:

Masculin

Féminin

3-Niveaud'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4-Lieu de résidence: Tizi-Ouzou

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques :

1-Quelle est votre langue maternelle:

Kabyle

Français

Arabe Derja

Arabe standard

anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
-------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	-------------------------------------

Le français Le kabyle L'arabe derdja L'arabe standard l'anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:

<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Le français le kabyle l'anglais l'arabe

3) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------

Le français La kabyle L'arabe derdja L'arabe standard Anglais

Pourquoi?

Pour pouvoir subvenir au besoin des clients en leur expliquant à travers l'exposition de divers produits avec une langue qu'ils peuvent comprendre.

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?

Et pourquoi ce choix?

Car notre magasin est unique pour le différencier des autres magasins qui pourraient avoir le même pseudo.

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Le choix est purement publicitaire car elle attire la prospérité.

4-Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------------	--------------------------

Oui Non

Si oui, quelle langue?

Tout dépend de l'endroit où on est.

5-Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
-------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------	-------------------------------------

Le français

Le kabyle

L'arabe
lesquels
:.....
.....

L'anglais

6- Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie

-Il est différent

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue (s) ?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**

<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Le français	Le kabyle	L'arabe derdja	L'arabe standard	L'anglais
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'Arabe/le français	Le kabyle/le français	L'Anglais/le français	L'arabe/l'anglais	Autre

Questionnaire: ‘ ‘ Kheymachaye sahraoui ‘ ‘

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou: Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles :

1-Âge: 53ans

2. Sexe:

Masculin

Féminin

3-Niveaud' instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

Université

4-Lieu de résidence: Touggourt et en ce moment DBK

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques :

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le française

Le kabyle

L'Arabe d'erdja

L'arabe standard

l'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?



Le français



Le kabyle



L'arabe derdja



L'arabe standard



L'anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:



Française



Kabyle



Anglais



Arabe

2) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?



Le français



Le kabyle



L'arabe derdja



L'arabe standard



L'anglais

Pourquoi?

Car la plupart des clients parle arabe.

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?

Et pourquoi ce choix?

L'arabe, car c'est ma langue maternelle.

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Publicité pour le thé saharien.

4- Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

Oui Non

Si oui, quelle langue?

5- Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces?

Le français

Le kabyle

L'arabe (lesquels ?) :...
derdja
.....

L'anglais

6- Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie

-Il est différent

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue(s)?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Français	Kabyle	Arabe derdja	Arabestandard	Anglais
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arabe/français	Kabyle/Français	Anglais / Français	Arabe / Anglais	Autre

Questionnaire: 'seigneurie peinture bâtiment'

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou : Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles :

1-Âge: 44ans

2. Sexe:

Féminin

Masculin

3-Niveau d'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4 -Lieu de résidence:Mekla

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques:

1-Quelle est votre langue maternelle:

Français

Kabyle

Arabederdja

Arabestandard

Anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?



Le français

Le kabyle

L'arabe derdja

L'arabe standard

Anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:



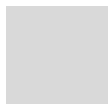
Français Kabyle

Anglais

Arabe

3) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?



Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

Anglais

Pourquoi?

Car tout dépend de la compétence linguistique de la clientèle.

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?

Et pourquoi ce choix?

Français, car il s'agit d'une marque Française.

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

C'est une marque connue.

4-Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
--------------------------	-------------------------------------

Oui

Non

Si oui, quelle langue?

5- Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Le français

Le kabyle

L'Arabe

Anglais

Autre

6- Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie

-Il est différent

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues ? Ou bilingue(s)?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**



Le français



Le kabyle



L'arabederdja



L'arabe standard



l'anglais



L'Arabe/ le français



Le Kabyle/français



L'Anglais/français



L'Arabe /anglais



Autre

Questionnaire :(laboratoire d'analyse)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou : Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles:

1-Âge:28ans

2. Sexe:



Féminin



masculin

3-Niveau d'instruction:



Aucun



Primaire



Collège



Secondaire



université

4-Lieu de résidence: Krim Belkacem, Tizi-Ouzou

2) Questions sur les pratiques langagières /linguistiques :

1-Quelle est votre langue maternelle:



Le français



Le kabyle



L'arabe derdja



L'arabe standard



anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Français	Kabyle	Arabe derdja	Arabe standard	anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	1	3	4
Le français	Le kabyle	L'anglais	L'arabe

3) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le français	Le kabyle	L'arabederdja	L'arabestandard	anglais

Pourquoi?

Car le kabyle est notre langue maternelle et le français car c'est la langue la plus parlée dans notre société

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?

Et pourquoi ce choix?

Français et l'arabe car c'est les deux plus utilisées dans notre lieu

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Purement publicitaire.

4- Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

Oui

Non

Si oui, quelle langue? L'arabe

1- Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces?

Français

Kabyle

Arabe

Anglais

Autre

2- Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie

-Il est différent

3- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue? De quelle(s) langue s'agit-il?

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabe standard

l'anglais

L'arabe/le français

le kabyle/le français

l'anglais/le français

l'arabe/anglais

Autre

/

Questionnaire:(Pinka)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou : Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles:

1-Âge: 27ans

2. Sexe:

Féminin

masculin

3-Niveau d'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4-Lieu de résidence: Tizi-Ouzou ville

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques :

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabeStandard

l'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?



Le français

Le kabyle

L'Arabederdja

L'arabe standard

l'anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:



Le français

Le kabyle

L'anglais

L'arabe

3) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?



Le français

Le Kabyle

L'Arabe derdja

L'Arabestandard

l'anglais

Pourquoi?

Tout dépend du client qu'on reçoit, tous les clients sont différents.

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?

Et pourquoi ce choix?

Kabyle, car c'est notre langue maternelle, après tout dépend du lieu.

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Purement publicitaire.

4-Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

Oui

Non

Si oui, quelle langue? Français

5-Quelles sont les langues dominantes dans l’affichage des commerces?

Le français

Le kabyle

L’arabe derdja

L’anglais

6- Comment trouvez-vous l’affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l’affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d’Algérie

-Il est différent

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue(s) ?
De quelle(s) langue (s) s'agit-il?**

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le français	Le kabyle	L'arabederdja	L'arabestandard	l'anglais
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'arabe/le français	Le kabyle/français	Le français/Anglais	L'arabe/Anglais	Autre

Questionnaire:(Zlabiyaetcherbat)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou: Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles:

1-Âge: 34ans

2. Sexe:

Masculin

Féminin

3-Niveau d'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4 -Lieu de résidence :Thala Alam

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques :

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le français

Le kabyle

L'arabe d'erdja

L'arabestandard

anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------

Le français Le kabyle L'arabederdja L'arabestandard L'anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:

<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Le français Le kabyle L'anglais L'arabe

3) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------

Le français Le kabyle L'arabe Derdja L'arabestandard L'anglais

Pourquoi?

Tous les clients sont différents

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?

Et pourquoi ce choix?

Arabe, français je vends des aliments traditionnels arabes consommés durant le mois sacré.

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Car c'est des aliments que tout le monde consomme durant le Ramadan et même après.

4-Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
--------------------------	-------------------------------------

OuiNon

Si oui, Quelle langue? Français

5-Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------

Français

Kabyle

Arabe

Anglais

Autre

6- Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie

-Il est différent

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue(s)?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**



Le français



Le kabyle



**L'arabederdj
a**



L'arabestandard



l'anglais



L'arabe/français



le kabyle/le français



l'anglais/le français



l'arabe/Anglais



Autre

Questionnaire:(Boucherie Royale)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou: Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles:

1-Âge:35ans

2. Sexe:

Féminin

masculin

3-Niveau d'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4-Lieu de résidence: Thala Lmardja , Alger

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques:

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

Autre:.....

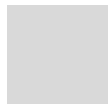
2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?



Le français



Le kabyle



L'arabe derdja



L'arabestandard



l'anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:



Le français



Le kabyle



L'anglais



L'arabe

2) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?



Français



Kabyle



ArabeDerdja



Arabe standard



anglais

Pourquoi?

Il s'agit des langues les plus parlées ici.

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?

Et pourquoi ce choix?

Le français car elle est lus comprise par les clients.

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Attirer l'attention des clients

4- Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------------	--------------------------

Oui

Non

Si oui, quelle langue?

Espagnole

5- Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Le français

Le kabyle

L'arabe
lesquels
? :
.....
....

L'anglais

6- Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie

-Il est différent

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue(s)?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

L'arabe/Français

le kabyle / français

l'anglais /français

l'arabe/anglais

Autre

Questionnaire:(EIDjawda)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou :Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles:

1-Âge: 28ans

2. Sexe:

Féminin

masculin

3-Niveau d'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

-Lieu de résidence: Fréha

3) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques:

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

L'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?

Français

Kabyle

Arabederdja

Arabe standard

anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:

Le Français

le kabyle

l'anglaisl'arabe

3

3) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?

X

X

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

Pourquoi?

La plus part de mes clients effectuent leurs achats en ces deux langues

2-Quelle(s) langue(s)avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?

Et pourquoi ce choix?

L'Arabe écrit en Français, car tout ce qu'il y a à l'intérieur est précieux.

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Purement publicitaire.

4-Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

Oui

X

Non

Si oui, quelle langue?

/

5- Quelles sont les langues dominantes dans l’affichage des commerces?



Le français



Le kabyle



L’arabe
lesquels
: derdja



L’anglais

6- Comment trouvez-vous l’affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l’affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou



-Il ressemble à toutes les villes d’Algérie



-Il est différent



**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue(s)?
De quelle(s) langue(s) s’agit-il?**



Le français



Le kabyle



L’arabe derdja



L’arabe standard



l’anglais



L’arabe/Français



le kabyle/français



le kabyle/français



l’anglais /Français



l’arabe/Anglais

Questionnaire:(ExoticParfumerie)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou: Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles:

1-Âge: 28ans

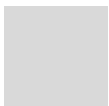
2. Sexe:

Féminin

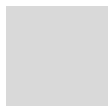


Masculin

3-Niveaud'instruction:



Aucun



Primaire



Collège



Secondaire



université

4-Lieu de résidence: Fréha

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques :

1-Quelle est votre langue maternelle:



Le français



Le kabyle



L'arabederdja



L'arabestandard



l'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?



Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:



Français

Kabyle

Anglais

Arabe

3) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?



Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

Pourquoi?

Carc'estnotrelanguematernelle.

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?

Et pourquoi ce choix?

Le français car, c'est une langue qui marche dans le commerce

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Purement publicitaire.

4- Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------------	--------------------------

Oui

Non

Si oui, quelle langue?

L'anglais

5- Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Français

Kabyle

Arabe

Anglais

Autre

6- Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie

-Il est différent

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue(s)?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

L'arabe/le français

le kabyle/le français

l'anglais/le français

l'anglais /l'arabe

Autre

Questionnaire :(Imprimerie Taleb)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou : Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles:

1-Âge: 42ans

2. Sexe:

Féminin

masculin

3-Niveau d'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4-Lieu de résidence: Béni Zmenzer

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques :

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?



Le français



Le kabyle



L'arabederdja



L'arabestandard



l'anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:



Français



Kabyle



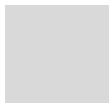
Anglais



Arabe

3) Questions sur l'enseigne :

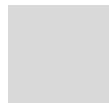
1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?



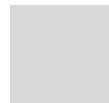
Le français



Le kabyle



L'arabederdja



L'arabestandard



l'anglais

Pourquoi?

Car c'est notre langue maternelle

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?

Et pourquoi ce choix?

Le français car, c'est une langue qui marche dans le commerce et le berbère car nous sommes en Kabylie

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Purement commercial.

4-Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

Oui

Non

Si oui, quelle langue?

/

5-Quelles sont les langues dominantes dans l’affichage des commerces?

Le français

Le kabyle

L’arabe
lesquels
:
.....
.....

L’anglais

6- Comment trouvez-vous l’affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l’affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d’Algérie

-Il est différent

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue(s)?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

L'arabe/Français

le kabyle/Français

l'anglais/français

l'arabe /Anglais

Autre

Questionnaire :(LibrairieLibrePensé)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou : Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles:

1-Âge: 50ans

2. Sexe:

Masculin

Féminin

3-Niveau d'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4 -Lieu de résidence: Tirmitine

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques :

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

L'anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:

Le français

Le kabyle

L'anglais

L'arabe

3) Questionsurl'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

Pourquoi?

Car c'est les trois plus parlées

**2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?
et pourquoi ce choix?**

Le français car, c'est une langue qui marche le plus.

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Purement commercial.

4-Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

Oui

Non

Si oui, quelle langue?

/

5-Quelles sont les langues dominantes dans l’affichage des commerces?

Le français

Le kabyle

L’arabe
lesque
ls ? :
.....
.....

L’anglais

6- Comment trouvez-vous l’affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l’affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d’Algérie

-Il est différent

7- Selon vous, les gens sont attirés par l'enseigne unilingue? Ou bilingue(s)? De quelle(s) langue(s)s'agit-il?



Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais



L'arabe/le Français

le kabyle/le Français

l'anglais/ le Français

l'anglais/l'Arabe

Autre

Questionnaire:(Zzin NTtsseda)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou: Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles :

1-Âge:48ans

2. Sexe:

Féminin

masculin

3-Niveaud'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4-Lieu de résidence : Ouaguenoune

2) Questions sur les pratiques langagières /linguistiques:

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le français	Le kabyle	L'arabederdja	L'arabestandard	l'anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	4	3
Français	Kabyle	Anglais	Arabe

2) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Français	Kabyle	Arabederdja	Arabestandard	l'anglais

Pourquoi?

Car c'est notre langue maternelle

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce? Et pourquoi ce choix?

Kabyle, Zina et Tassedda sont les prénoms de mes deux filles.

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison ?

Purement commercial.

4-Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?



Oui

Non

Si oui, quelle langue?

/

5-Quelles sont les langues dominantes dans l’affichage des commerces?



Le français

Le kabyle

L’arabe
:
lesquel
s ? :
.....
.....

L’anglais

6- Comment trouvez-vous l’affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l’affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou



-Il ressemble à toutes les villes d’Algérie



-Il est différent



**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue(s) ?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabe standard

l'anglais

L'arabe/le français

le kabyle/le français

l'anglais/le français

l'anglais /l'arabe

Autre

Questionnaire:(Festiv'sPack)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou: Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles :

1-Âge: 28ans

2. Sexe:

Féminin

Masculin

3-Niveaud'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4-Lieu de résidence: Krim Belkacem

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques :

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le français

Le kabyle

L'arabederdj
a

L'arabestandard

l'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le français	Le kabyle	L'arabederdja	L'arabestandard	l'anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	2	4	3
Le français	Le kabyle	L'anglais	L'arabe

3) Question sur l'environnement :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le français	Le kabyle	L'arabederdja	L'arabestandard	l'anglais

Pourquoi?

Car Tout le monde la maîtrise

2-Quelle(s)langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?

Et pourquoi ce choix?

Anglais et Français cela fait moderne en plus cela permet de nous distinguer des autres enseignes et commerçants.

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Dominance de la langue Française.

4-Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------------	--------------------------

Oui

Non

Si oui, Quelle langue?

L'arabe

5-Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Le français

Le kabyle

L'arabe

L'anglais

Autres

:
lesquels
?:
.....

6- Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie

-Il est différent

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue (s)?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

L'arabe/le français le kabyle/le français l'anglais/le français l'arabe/l'anglais

Autre

Questionnaire:(SuperetteIzem)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé :
L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou : Cas des commerces du Boulevard Krim
Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles:

1-Âge: 35ans

2. Sexe:

Féminin

Masculin

3-Niveau d'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4 -Lieu de résidence: Krim Belkacem

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques :

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Le français Le kabyle L'arabederdja L'arabestandard anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:

<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Français Kabyle Anglais Arabe

3) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Français Kabyle Arabederdja Arabestandard Anglais

Pourquoi?

Maitrisée par tout le monde ici

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce ?

Et pourquoi ce choix?

Français par but de compréhension

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Purement commerciale

4- Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

Oui

Non

Si oui, quelle langue?

/

5- Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces?

Français

Kabyle

Arabe

Anglais

6- Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie

-Il est différent

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues ? Ou bilingue (s)?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

L'Arabe/le Français

le Kabyle/le français

l'Anglais /le français

l'Anglais/l'arabe

Autre

Questionnaire:(VeroModa)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou: Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles:

1-Âge: 28ans

2. Sexe:

Féminin

masculin

3-Niveau d'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4 -Lieu de résidence: Krim Belkacem

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques :

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'Arabe standard

l'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?



Le français



Le kabyle



L'arabederdja



L'arabestandard



l'anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:



Le français



Le kabyle



L'anglais



L'arabe

2) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?



Le français



Le kabyle



L'arabe derdja



L'arabestandard



l'anglais

Pourquoi?

C'est une boutique Chic

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?

Et pourquoi ce choix?

Espagnole, c'est un nom qui me plait beaucoup

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Purement commerciale

4- Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

Oui

Non

Si oui, quelle langue?

/

5- Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces?

Le français

Le kabyle

L'arabe

:
lesquel
s ? :

.....
.....

L'anglais

6- Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie

-Il est différent

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue(s)?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	-------------------------------------

Le français Le kabyle L'arabederdja L'arabestandard l'anglais

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

L'arabe/le français le kabyle/le Français l'anglais /le français l'arabe /Anglais Autre

Questionnaire: (BabyShop)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou: Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles:

1-Âge: 50ans

2. Sexe:

Féminin

masculin

3-Niveau d'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4-Lieu de résidence: Tizi-Ouzou

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques:

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?



Le français



Le kabyle



L'arabederdja



L'arabestandard



l'anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:



Le français



Le kabyle



L'anglais



L'arabe

2) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?



Le français



Le kabyle



L'arabe derdja



L'arabestandard



l'anglais

Pourquoi?

Tout dépend du client

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?

Et pourquoi ce choix?

Anglais, c'est une langue internationale.

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est- il motivé par une autre raison?

Purement commerciale

4-Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

Oui

Non

Si oui, quelle langue?

/

5-Quelles sont les langues dominantes dans l’affichage des commerces?

Le français le kabyle

l’anglais

Autre

l’arabe

Lesquels ?

.....

6- Comment trouvez-vous l’affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l’affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d’Algérie

-Il est différent

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue(s) ?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**



Le français

Le kabyle

L'arabe derdja

L'arabestandard

l'anglais



L'arabe/le français

le kabyle/le français

le français/l'anglais

l'arabe/l'anglaisAutre

Questionnaire:(CasaModa)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou: Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles :

1-Âge: 56ans

2. Sexe:

Féminin

masculin

3-Niveau d'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4-Lieu de résidence: Tizi-Ouzou

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques:

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le français

Le kabyle

L'arabe derdja

L'arabestandard

l'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?



Français



Kabyle



Arabe derdja



L'arabestandard



l'anglais

3-Classezces langues selon leur importance:



Le françaisle



kabyle



l'anglais



l'Arabe

3) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle (s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?



Le français



Le kabyle



L'arabe derdja



L'arabestandard



l'anglais

Pourquoi?

Toutdépendduclient

2-Quelle(s)langue(s)avez-vouschoisie(s)dansl'affichagedevotrecommerce?Etpourquoicechoix?

Espagnol, Casas signifie Maison référence à la plus célèbre ville du Maroc Casa blanca et Moda signifie mode

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Commerciale

4- Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

Oui

Non

Si oui, quelle langue?

/

5- Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces?

Le français

Le kabyle

L'arabe : lesquels ? :

.....

L'anglais

6- Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie

-Il est différent

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue(s)?
De quelle(s) langue(s)s'agit-il?**



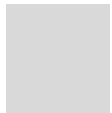
Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais



L'arabe/le français

Le kabyle/le français

français/anglais

Arabe/anglais Autre

Questionnaire:(Restaurantl'Olivier)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou: Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles:

1-Âge: 34ans

2. Sexe:

Masculin
Féminin

3-Niveau d'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4-Lieu de résidence: Tizi-Ouzou

2) Questionsurlespratiqueslangagières/linguistiques:

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le
Français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?



Le français



Le kabyle



L'Arabe derdja



L'arabestandard



l'anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:



Le français



Le kabyle



L'anglais



L'arabe

2) Questions sur l'enseigne :

En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?



Le français



Le kabyle



L'arabederdja



L'arabestandard



l'anglais

Pourquoi?

Tout dépend du client.

**1-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?
Et pourquoi ce choix?**

En Français, il s'agit du symbole de la paix et du succès et aussi de notre Kabylie.

2-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Purement commerciale

3-Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

Oui

Non

Si oui, quelle langue?

/

4-Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces?

Le français

Le kabyle

L'arabe

L'anglais

Autre

5- Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie

-Il est différent

**6- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue(s)?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabestandard

l'anglais

L'arabe/le français

le français/l'Anglais

le kabyle/le français

l'arabe/Anglais

Autre

Questionnaire:(Samir Gym)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou: Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous

1) Informations personnelles :

1-Âge: 40ans

2. Sexe:

Féminin

masculin

3-Niveau d'instruction:

Aucun

Primaire

Collège

Secondaire

université

4-Lieu de résidence: Tizi-Ouzou

2) Questions sur les pratiques langagières /linguistiques:

1-Quelle est votre langue maternelle:

Le français

Le kabyle

L'arabederdja

L'arabe standard

l'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?



Le français



Le kabyle



L'arabe derdja



L'arabestandard



anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:



Français



Kabyle



Anglais



L'arabe

3) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?



Le français



Le kabyle



L'Arabe derdja



L'arabestandard



l'anglais

Pourquoi?

Tout dépend du client pour l'explication des exercices sportifs.

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce ?

Pourquoi ce choix?

En Français, car c'est la langue est la plus maîtrisée.

3-Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Purement commerciale.

4- Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Oui	Non

Si oui, quelle langue?

/

5- Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le français	Le kabyle	L'arabe	L'anglais
		...	

6- Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de TIZ-IOUZOU	<input checked="" type="checkbox"/>
-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie	<input type="checkbox"/>
-Il est différent	<input type="checkbox"/>

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue(s)?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**



Le français

Le kabyle

L'arabe derdja

L'arabe standard

l'anglais



L'arabe/le français

le kabyle/le français

l'anglais/français

l'arabe/anglais

Autre

Questionnaire :(Optic glaces)

Dans le cadre d'un travail de recherche universitaire intitulé : L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou: Cas des commerces du Boulevard Krim Belkacem

Nous vous prions de répondre aux questions ci-dessous.

1) Informations personnelles :

1-Âge: 32ans

2. Sexe:



Féminin



masculin

3-Niveau d'instruction :



Aucun



Primaire



Collège



Secondaire



Universitaire

4-Lieu de résidence : Tizi-Ouzou

2) Questions sur les pratiques langagières/linguistiques :

1-Quelle est votre langue maternelle:



Le français



Le kabyle



L'arabe d'erdja



L'arabestandard



l'anglais

Autre:.....

2-Quelle est la langue que vous parlez dans votre vie quotidienne?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------

Le français Le kabyle L'arabe d'erdja Anglais

3-Classez ces langues selon leur importance:

<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Français Kabyle Anglais Arabe

3) Questions sur l'enseigne :

1-En quelle(s) langue(s) vous vous adressez à la clientèle?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Le français Le kabyle L'arabe d'erdja L'arabestandard l'anglais

Pourquoi?

Tout dépend du client

2-Quelle(s) langue(s) avez-vous choisie(s) dans l'affichage de votre commerce?

Et pourquoi ce choix?

Français, la langue est majoritairement comprise par l'ensemble des clientèles.

3- Pensez-vous que ce choix est purement publicitaire et/ou commercial ou bien est-il motivé par une autre raison?

Commercial, je vends des lunettes de vue et de soleil.

4-Auriez-vous choisi une autre langue si votre commerce était situé ailleurs?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oui	Non

Si oui, quelle langue?

L'arabe, si l'on se trouve dans un pays arabophone

5-Quelles sont les langues dominantes dans l'affichage des commerces?

<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le français	Le kabyle	L'arabe	L'anglais

6-Comment trouvez-vous l'affichage commercial de votre quartier?

-Il ressemble à l'affichage de toute la ville de Tizi-Ouzou

-Il ressemble à toutes les villes d'Algérie

-Il est différent

**7- Selon vous, les gens sont attirés par les enseignes unilingues? Ou bilingue(s)?
De quelle(s) langue(s) s'agit-il?**



Le français



Le kabyle



L'arabederdja



L'arabestandard



l'anglais



L'arabe/le français



le kabyle/le français



l'anglais /le français



l'arabe/anglais



Autre

Tables des matières

Table des matières

Introduction générale.....	03
----------------------------	----

Chapitre 1 : La situation sociolinguistique de la ville de Tizi-Ouzou

Introduction	05
1.1L'arabe populaire (Derdja)	05
1.2L'arabe standard (Scolaire)	05
1.3Le berbère (tamazight)	06
1.4La langue française	06
1.5 L'anglais.....	07
Conclusion.....	07

Chapitre 02 :La sociolinguistique urbaine / L'enseigne dans la ville.

Introduction	09
I. Définition de la sociolinguistique urbaine	09
I.1. La langue.....	11
1.2. Le monolinguisme/ Le bilinguisme /Le plurilinguisme	11
1.3. La communication.....	12
L'environnement graphique de la ville de Tizi-Ouzou	13
1.5. L'identité urbaine/ La culture urbaine.....	13
II. L'enseigne dans la ville	14
II.1. Aperçu historique de l'enseigne commerciale.....	14
II.2. Qu'est-ce que l'enseigne commerciale	16

II.3.La fonction communicative de l'enseigne commerciale et publicitaire	16
1- La fonction informative et publicitaire	16
2- La fonction identitaire et culturelle	16
3- La fonction expressive	16
4- La fonction conative	16
5- La fonction poétique	16
Conclusion.....	17

Chapitre 03 :Considérations méthodologiques et analyse du corpus

Introduction	19
I. Considération méthodologique	19
1. Description du terrain de recherche	19
2. Description du corpus	20
3 .Présentation de mon questionnaire	20
Conclusion	21
II Analyse du Corpus	22
II. 1. Analyse du questionnaire (analyse des données)	22
II.1. 1 Informations personnelles.....	22
a-L'âge	22
b-Sexe	22
c- Niveau d'instruction.....	23
d- Lieu de résidence	24

II.1.2 Les pratiques langagières	25
II.1.3 Questions sur l'enseigne.....	28
II.2.La description des enseignes	37
II.2.1 Les enseignes monolingues.....	37
a- L'arabe.....	37
b- Le kabyle	38
c- Le français	38
d- L'anglais	45
2.2 Les enseignes bilingues	47
a) L'anglais –le français	49
b) L'anglais –l'arabe	52
c) Le français –l'arabe	50
d) Le français –le kabyle	52
e)Le français –l'italien	53
f) Le français –espagnol	53
2.3 Les enseignes plurilingues	53
II .3 Quelques observations	54
3.1 Le français –arabisé	55
3.2 Le kabyle francisé	56
3.3 Le marquage par le nom de la personne	56
3.4 La fonction désignative de l'enseigne.....	56
Conclusion	57

Conclusion Générale 58

Bibliographie 61

Annexes

