



# Remerciements

*Nous tenons à remercier notre encadreur, Mr. Akli, pour l'intérêt qu'il a apporté à la réalisation de ce travail. Nous le remercions également pour toutes les directions et les conseils qu'il nous a donnés durant tout le long de la réalisation de ce mémoire.*

*Nous souhaitons remercier les membres de jury pour avoir accepté de corriger et de donner leur honnête opinion sur ce travail.*

*Nous remercions nos familles et nos amis qui nous ont soutenus moralement et physiquement durant tout notre cursus académique jusqu'à présent.*

*Enfin, nous remercions l'ensemble des informateurs qui ont accepté de nous aider à recueillir les données, sans vous nous n'aurions pas pu réaliser ce travail.*

## Dédicace

*À ma famille qui m'a toujours soutenu et encouragé à faire de mon mieux et arriver aujourd'hui à réaliser ce mémoire.*

*Sabrina.*

# Dédicace

*Je dédie ce travail, à toute ma famille, en particulier ma mère et mon père, qui m'ont toujours soutenu, tout au long de ces années d'études, en m'encourageant à aller de l'avant, inlassablement. En apportant tout le nécessaire pour atteindre ce moment, à chérir avec fierté aujourd'hui, et leur dédions cette réalisation, à la poursuite de plus de succès et de réalisations.*

*Mohamed*

# Sommaire

<b>Introduction générale</b>	10
<b>Chapitre 1</b>	
<b>I.</b> 17	
<b>II.</b> 19	
<b>III.</b> 22	
<b>IV.</b> 24	
<b>V.</b> 28	
<b>VI.</b> 37	
<b>VII.</b> 40	
<b>VIII.</b> 41	
<b>Conclusion</b>	42
<b>Chapitre 2</b>	9
<b>I. Description de l'enquête de terrain</b>	45
<b>II. Analyse des données</b>	48
<b>II.1. Analyse des données de l'observation</b>	48
<b>II.2. Analyse des entretiens</b>	58
<b>Conclusion</b>	68
<b>Conclusion générale</b>	73
<b>Annexes</b>	84
<b>Agzul s tmaziyt</b>	86
<b>Lexique français-tamaziyt</b>	88
<b>Corpus</b>	92

# **Introduction générale**

## Introduction générale

Le paysage linguistique et graphique en Algérie reflète la situation sociolinguistique du pays, qui se caractérise par un plurilinguisme complexe. En effet, on y retrouve aux côtés des langues nationales et officielles du pays -l'arabe et tamazight- des langues étrangères à savoir le français et l'anglais, ajoutant à cela tout un tat de variétés formé à la base de contact entre ces différentes langues. QUEFFELEC explique cela en disant que : « *La complexité de la situation linguistique algérienne réside moins dans l'hétérogénéité linguistique que dans la contradiction très forte entre le « théorique », c'est-à-dire les normes officielles (im) posées par le discours idéologique du Pouvoir et l'usage réel « in vivo » des différentes langues* »<sup>1</sup>

La langue, comme nous le savons tous, dépasse le cadre de la communication, elle fait partie de nos représentations culturelles et sociales et elle reflète l'identité de ses locuteurs. Cela résulte en la formation des opinions, des jugements et des attitudes vis-à-vis des langues présentes, surtout lorsqu'il s'agit des langues à différentes fonctions. En Algérie par exemple, d'un côté, les langues nationales n'ont pas les mêmes considérations et les mêmes valeurs chez les locuteurs, d'un autre côté, en comparant les langues nationales aux langues étrangères, on y retrouve aussi des différences de statut et de valeur. Cette situation diglossique a été analysée plus profondément par CHACHOU, selon elle : « *Notons cependant qu'en Algérie, la réalité est complexe, car il s'agit d'une polyglossie où les langues sont en concurrence entre elles, comme le sont l'arabe institutionnel avec le français et l'arabe algérien avec les langues berbère. Les premières dans la sphère officielle et la seconde dans la sphère non officielle* »<sup>2</sup>.

Cette distinction entre les langues est clairement visible si l'on compare les distributions fonctionnelles de ces langues. L'arabe moderne ou standard est utilisé dans le cadre formel (administration, enseignement, justice...), tandis que l'arabe dialectal, qui est la langue maternelle de la moitié des algériens, n'est utilisé que dans le cadre informel. Le berbère qui a franchi un long chemin, d'une langue maternelle à tradition orale à une langue nationale et officielle ne semble pas avoir la même valeur que l'arabe. On la retrouve principalement dans le cadre informel et quelques

---

<sup>1</sup> QUEFFELEC, A., et Al., *Le français en Algérie. Lexique et dynamique des langues*, Ed. Duculot, Paris, 2002, p.69

<sup>2</sup> CHACHOU, I, *La situation sociolinguistique en Algérie*, L'Harmattan, Paris, 2013, pp. 18-19.

domaines formels comme l'enseignement dans certaines régions, les médias comme la télévision et la radio, le domaine culturel comme le théâtre, la production cinématographique... Le français qui est une langue étrangère héritée du colonialisme français, est utilisé dans l'enseignement supérieur et la recherche scientifique, l'administration, l'économie et la presse.

En s'inscrivant dans le cadre de la sociolinguistique, nous nous intéressons aux attitudes et représentations linguistiques des locuteurs par rapport aux langues utilisées dans le marché linguistique algérien, plus particulièrement aux attitudes et représentations linguistiques face aux langues des enseignes commerciales en Kabylie.

### **Problématique**

Nous comptons dans cette recherche à dégager les motivations et les attitudes des commerçants vis-à-vis des langues des enseignes dans les deux extrémités est-ouest de la wilaya de Tizi Ouzou et les comparer afin de mieux comprendre la situation linguistique et les comportements langagiers des habitants de la wilaya.

Notre problématique s'articule autour des questions suivantes : Par quelle langue les enseignes sont-elles écrites ? Ces enseignes sont-elles monolingues, bilingues ou trilingues ? Qu'est-ce qui a motivé ce choix de langue ? Quelles sont les attitudes des locuteurs vis-à-vis des enseignes écrites en tamazight ?

### **Hypothèses**

1. Les enseignes commerciales sont écrites en langue française car cette langue est plus valorisée par les kabyles, elle est considérée comme une langue de prestige.
2. On choisit la langue qui est lue et comprise par la majorité de la population.
3. Les locuteurs ont une attitude défavorable vis-à-vis des enseignes écrites en tamazight.

### **Choix du sujet**

L'étude des attitudes et représentations linguistiques est très importante, car elle permet de comprendre les comportements langagiers des locuteurs, et nous

apporte des informations qu'on peut exploiter lors d'autres recherches sur la langue à savoir la planification linguistique...

Anne-Marie HOUDEBINE explique la nécessité de l'étude des attitudes et des représentations linguistiques pour comprendre la dynamique linguistique et langagière des individus : « *L'analyse de l'imaginaire linguistique, des imaginaires, attitudes, représentations, opinions, croyances, etc.- tous ces termes se valent venus d'ici et là, qui tentent de cerner ce champ- a pour principal objectif, selon moi de permettre de dégager une partie de causalité de la dynamique linguistique et langagière. D'où la nécessité d'étudier les comportements et les attitudes des locuteurs, d'observer les productions et de ne pas se contenter de recueillir les paroles des sujets afin d'en dégager leurs représentations, celles-ci pouvant varier selon les situations, les interactions...* »<sup>3</sup>

Nous avons choisi de mener notre étude spécifiquement sur les attitudes et représentations linguistiques vis-à-vis des enseignes car l'écriture sur les enseignes est l'une des représentations linguistiques des locuteurs, c'est un moyen d'expression que les membres d'une communauté linguistique utilisent pour manifester leur préférences linguistiques.

### **Cadre méthodologique**

Pour le recueil des données, nous avons opté pour la méthode mixte qui consiste à intégrer la méthode qualitative et quantitative dans le processus de la collecte des données. Cette méthode est généralement utilisée pour mieux comprendre la question de recherche car elle permet d'interpréter les données quantitatives, de généraliser statistiquement les résultats qualitatifs et d'explorer et mesurer un phénomène.

### **La méthode qualitative**

La méthode qualitative est mise en œuvre généralement par le biais de l'entretien, ce choix a été imposé par des raisons théoriques et pratiques ; il nous a permis de recueillir les données verbales, c'est-à-dire, les attitudes attestées verbalement, et consciemment par les enquêtés. Nous avons opté pour l'enquête par entretiens car ils sont souvent le moyen utilisé dans les enquêtes sur les

---

<sup>3</sup> HOUDEBINE, A.M., « Théorie et méthodologie de l'Imaginaire linguistique », In. *Imaginaires linguistiques en Afrique*, CANUT, C. (éd), Ed. L'Harmattan, Paris, 1998, pp. 19-26.

représentations, en effet, BLANCHET et GOTMAN qui soulignent que : « Ces enquêtes sur les modes de pensée supposent la production de discours à dominance modale, obtenus à partir d'entretiens centrés sur les conceptions, les raisonnements et les logiques subjectives de l'interviewé »<sup>4</sup>

Nous avons choisi de mener notre enquête par des entretiens semi-directifs parce que dans le domaine des sciences humaines c'est généralement le meilleur moyen qui permet de récolter le maximum de données tout en maintenant un certain air pour l'enquêté de s'exprimer naturellement, le chercheur dans ce cas n'a qu'à diriger la conversation ou l'entretien dans la direction qui lui permettra d'obtenir des informations exhaustives par un guide d'entretien préalablement rédigé.

Cela est mis en évidence dans cette citation de VAN CAMPENHOUDT et QUUVY : « L'entretien semi directif, ou semi-dirigé, est certainement le plus utilisé en recherche sociale. Il est semi-directif en ce sens qu'il n'est ni entièrement ouvert ni canalisé par un grand nombre de questions précises. Généralement, le chercheur dispose d'une série de questions-guides, relativement ouvertes, à propos desquelles il est impératif qu'il reçoive une information de la part de l'interviewé. Mais il ne posera pas forcément toutes les questions dans l'ordre où il les a notées et sous la formulation prévue. Autant que possible il « laissera venir » l'interviewé afin que celui-ci puisse parler ouvertement, dans les mots qu'il souhaite et dans l'ordre qui lui convient. Le chercheur s'efforcera simplement de recentrer l'entretien sur les objectifs chaque fois qu'il s'en écarte et de poser les questions auxquelles l'interviewé ne vient pas lui-même, au moment le plus approprié et de manière aussi naturelle que possible. »<sup>5</sup>

De plus les réponses verbales que nous avons obtenues, nous avons aussi pris note de leurs réactions et leurs comportements chose qui ne serait possible avec un autre moyen. Il nous a permis d'expliquer les questions aux enquêtés pour éviter quelque confusion.

### **La méthode quantitative**

Nous avons choisi la méthode quantitative pour appuyer nos résultats sur des données quantitatives concrètes et accabler les lacunes de la première méthode (à savoir la possibilité que les informateurs ne disent la vérité pour une raison ou une autre).

---

<sup>4</sup> BLANCHET, A. et GOTMAN, A., L'enquête et ses méthodes : l'entretien, Université de Lausanne, Lausanne, 1992, p. 8.

<sup>5</sup> VAN CAMPENHOUDT, L. et QUIVY, R., *Manuel de la recherche en sciences sociales*, 4<sup>e</sup> Édition, Ed. Dunod, Paris, 2011, p. 171.

Nous avons utilisé l'observation dans le cadre de cette méthode pour le recueil des données statistiques. À travers cette méthode, nous avons pris connaissance du paysage linguistique en observant les enseignes commerciales et en prenant conscience des langues par lesquelles elles étaient écrites. Nous avons envisagé un guide de l'observation qui consiste à cerner un échantillon représentatif des enseignes commerciales dans les points d'enquête et les prendre en photo pour pouvoir les analyser comme étant des documents écrits et picturaux et obtenir des résultats statistiques.

Selon VAN CAMPENHOUDT et QUIVY « *L'observation comprend l'ensemble des opérations par lesquelles le modèle d'analyse (constitué d'hypothèses et de concepts avec leurs dimensions et leurs indicateurs) est soumis à l'épreuve des faits, confronté à des données observables. Au cours de cette phase, de nombreuses informations sont donc Rassemblées. Elles seront analysées systématiquement au cours de l'étape suivante* »<sup>6</sup>.

### **La transcription des entretiens**

Nous avons transcrit huit entretiens, pour cela nous avons opté pour la transcription fidèle, c'est-à-dire, nous avons transcrit mot-à-mot les propos des enquêtés. Nous n'avons pas corrigés les erreurs de langues qu'ils ont commises. Les pauses de paroles ont été marquées par des points de suspensions, les onomatopées et les hésitations nous les avons marquées selon le modèle suivant : euh..., bon..., bah..., emm..., les émotions nous les avons marqué en Italique dans des crochets, par exemple : [*rire*].

Nous avons utilisé deux polices différentes, car les enquêtés ont tendance à utiliser deux langues dans leurs discours : pour les passages en langues française nous avons utilisé la police Times New Roman, et pour les passages en kabyle nous avons opté pour la police Arial et le mode italique. Nous avons utilisé le mode gras pour marquer les questions et les interventions des enquêteurs.

Au début de chaque entretien, nous avons marqué le point d'enquête et identifié l'informateur. Pour la désignation de l'enquêteur nous avons utilisé nos initiales soit M.I. ou S.H., pareil pour les informateurs, nous les avons indiqués par leurs initiales.

---

<sup>6</sup>VAN CAMPENHOUDT, L. et QUIVY, R., Idem, p. 141.

### **Présentation du terrain de recherche**

Nous avons choisi de mener notre enquête dans quatre points différents de la wilaya de Tizi Ouzou. Ces locations ont été choisies par leurs emplacements géographiques, nous avons choisi des villes dans les deux extrémités est-ouest de la wilaya. Ce choix a été fait pour pouvoir comparer les attitudes et les représentations des locuteurs de ces régions et vérifier si l'emplacement géographique joue un rôle sur les attitudes et les représentations de ces derniers.

### **Azazga**

Azazga est une commune de la wilaya de Tizi Ouzou. Elle est située à 30 km au sud du littoral méditerranéen, à 30 km à l'est de Tizi Ouzou et à 90 km à l'ouest de Béjaïa. Située en amont de l'Oued Sebaou, Azazga a su tirer profit de sa position géographique entre les deux principales villes de Kabylie (Tizi Ouzou et Béjaïa). Elle est devenue un important centre urbain.

D'une superficie de 77,05 km<sup>2</sup>, la commune se trouve à 550 mètres d'altitude, entourée de montagnes, de forêts, de terres agricoles, de rivières et du fleuve Sébaou. Le point culminant d'Azazga, situé à Ait Bouhini est à 1 000 mètres d'altitude.

L'agglomération d'Azazga rassemble en 2008, près de 40 000 habitants. La ville d'Azazga avec 25 000 habitants est classée quatrième de Grande Kabylie.<sup>7</sup>

### **Azeffoun**

Azeffoun Est une commune algérienne, ville côtière de la wilaya de TiziOuzou, située à 70 km au nord-est de TiziOuzou et à 95 km à l'ouest de Béjaïa. La population de la commune d'Azeffoun est estimée de 16847 habitants en 2008 sur une superficie de 126,7 km<sup>2</sup>. L'économie de la ville d'Azeffoun repose beaucoup sur le tourisme, la pêche et l'agriculture vu que c'est une petite ville côtière.<sup>8</sup>

### **Boghni**

Boghni est une commune de la wilaya de Tizi Ouzou, en Algérie, située à environ 38 km au sud-ouest de Tizi Ouzou, à 15 km à l'ouest d'Ouadhia et à 13 km à l'est de Draa El Mizan. Sa population a été estimée de 31 263 habitants en 2008, sur une superficie de 51,5 km<sup>2</sup>.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Azazga, In. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Azazga>, consulté le 23/11/2022.

<sup>8</sup> Azeffoun, In. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Azeffoun>, consulté le 23/11/2022.

<sup>9</sup> Boghni, In. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Boghni>, consulté le 23/11/2022.

## Draa El Mizan

Draa El Mizan est une commune de la wilaya de Tizi Ouzou en Algérie, située à 42 km au sud-ouest de Tizi Ouzou et à 110 km au sud-est d'Alger, dans la région de la Grande Kabylie. Sa population a été estimée en 2008 de 38 886 habitants sur une superficie de 80,84km<sup>2</sup>. Draa El Mizan est une région qui a connu plusieurs événements historiques marquants. <sup>10</sup>

## Présentation de l'échantillon

Pour l'échantillon représentatif, nous avons choisi d'interroger des propriétaires des locaux car notre étude porte sur les enseignes commerciales. Ils sont eux qui choisissent la langue des enseignes de leur commerce. Nous les avons interrogés sur les motivations de ce choix de langue. Nous avons décidé de prendre quatre informateurs dans chaque point d'enquête. Notre échantillon se compose donc de 16 informateurs. Nous avons aussi pris un échantillon représentatif des enseignes commerciales dans chaque ville : 30 enseignes commerciales dans chaque ville.

## Présentation des informateurs

Point d'enquête	Informateur	Sexe	Age	Langue maternelle	Langues parlées	Niveau d'instruction
Azazga	O.S.	M	34 ans	Kabyle	Kabyle, français, anglais	Universitaire
	N.K.	F	36 ans	Kabyle	Kabyle, français, arabe	Universitaire
	A.M.	M	51 ans	Kabyle	Kabyle, français, arabe	Universitaire
	C.R.	M	27 ans	Tamazight (kabyle)	Kabyle, français, arabe, anglais.	Lycée
Azeffoun	G.	M	29 ans	Tamazight (kabyle)	Kabyle, français, arabe	Universitaire
	O.	M	42 ans	Tamazight (kabyle)	Kabyle, arabe, français	Collège
	I.M	M	33 ans	Tamazight (kabyle)	Tamazight, arabe, Français,	Collège

<sup>10</sup> Draa El Mizan, In. [https://fr.wikipedia.org/wiki/Dra%C3%A2\\_El\\_Mizan](https://fr.wikipedia.org/wiki/Dra%C3%A2_El_Mizan), consulté le 23/11/2022.

	O.	M	33 ans	Kabyle	Kabyle, arabe, français	Collège
Boghni	Z.A.	M	29 ans	kabyle	Kabyle, arabe	Universitair e
	Y.H.	M	47 ans	Kabyle	Kabyle, français, arabe	Collège
	A.A.	F	28 ans	Kabyle	Kabyle, français, arabe	Universitair e
	A.Y.	M	30 ans	Kabyle	Kabyle	Collège
Draa el Mizan	K.M.	M	34 ans	Kabyle	Kabyle, français	Lycée
	B.	M	32 ans	Kabyle	Kabyle, français, arabe, (anglais occasionnellement )	Universitair e
	A.T.	M	34 ans	Kabyle	Kabyle, français, arabe, anglais	Lycée
	B.A.	M	34 ans	Kabyle	Kabyle, français, arabe	Universitair e

*Tableau 1: présentation des informateurs.*

## **Le plan de travail**

Notre travail est composé de deux chapitres :

### **Chapitre 1**

C'est un chapitre théorique et conceptuel où nous allons exposer le cadre théorique de notre recherche et définir les concepts clés relatifs à notre étude.

### **Chapitre 2**

Il est consacré à la partie pratique de notre étude, nous allons tout d'abord décrire le déroulement de notre enquête de terrain, puis nous allons analyser les données recueillies.

# **Chapitre 1**

## **Cadre théorique et conceptuel**

Avant toute recherche scientifique il est nécessaire de définir le cadre théorique dans lequel elle s'inscrit. Notre travail porte sur les attitudes et les représentations linguistiques des locuteurs par rapport à la langue des enseignants. C'est alors une étude qui s'inscrit dans le domaine de la sociolinguistique.

Dans ce chapitre, nous définirons quelques concepts clés relatifs à notre thème de recherche, puis nous allons définir la situation sociolinguistique en Algérie pour qu'on puisse expliquer les attitudes et représentations linguistiques dans un contexte bien déterminé.

## I. Sociolinguistique

### I.1. Définition de la sociolinguistique

La sociolinguistique est une discipline des sciences du langage, elle a émergé aux années soixante aux Etats Unies. Plusieurs chercheurs ont essayé d'élaborer une définition à cette science, chose qui s'est avérée relativement difficile vu qu'elle inclut plusieurs domaines d'études et plusieurs approches.

PETITJEAN définit la sociolinguistique comme suit : « *La socio-linguistique peut être conçue soit comme une discipline des sciences du langage, soit comme une discipline de la sociologie ou encore comme une interdiscipline qui se situerait, entre autres, à la croisée de ces deux domaines. En définissant clairement ce qui distingue les notions de pluridisciplinarité, d'interdisciplinarité et de transdisciplinarité, l'auteur insiste sur le fait qu'elles s'apparentent toutes trois à des processus qui traversent toutes les disciplines scientifiques, et non à des états spécifiques qui constitueraient le cœur définitoire de ce qui serait alors une interdiscipline qui se situerait, entre autres, à la croisée de ces deux domaines.* »<sup>11</sup> »<sup>12</sup> A partir de cette définition, nous pouvons dire que la sociolinguistique est une inter-discipline qui se rapproche de science du langage et de la sociologie qui a pour objet d'étude la langue dans un contexte socioculturel.

De son côté, LABOV affirme que l'objet d'étude de cette discipline est la structure et l'évolution du langage dans un contexte social, il souligne : « *Pour nous,*

---

<sup>11</sup> PETITJEAN, C., « De la sociolinguistique dans les sciences du langage aux sciences du langage en sociolinguistique. Questions de transdisciplinarité », In. *TRANDEL (Travaux neuchâtelois de linguistique)*, Institut des sciences du langage et de la communication, Université de Neuchâtel, No. 53, 2011, p. 4.

<sup>12</sup> LABOV, W., *Sociolinguistique*, Editions de Minuit, Paris, 1976, p. 258.

*notre objet d'étude est la structure et l'évolution du langage au sein du contexte social formé par la communauté linguistique. »*

## **I.2. Bref historique de la sociolinguistique**

La sociolinguistique est née à la base d'un conflit d'orientation théorique et méthodologique, qui remonte jusqu'au linguiste français MEILLET qui considère la langue comme un fait social et du fait doit être étudiée comme tel et non pas en dehors de tout facteur « extra linguistique » comme l'a proposé SAUSSURE. L'autre point de conflit seront la dichotomie langue/parole et celle de synchronie/diachronie. Selon Saussure et ses disciples, la langue seule est l'objet de la linguistique et tout ce qui génère de la parole est périphérique. Celle-ci -la langue- doit être étudiée en synchronie car tout ce qui est diachronique relève de la parole.

Cette critique de l'approche saussurienne continue avec des chercheurs comme : DELL HYMES, FISHMAN et LABOV qui sont considéré comme les fondateurs de la sociolinguistique.

## **I.3. Domaines de la sociolinguistique**

Vu que la sociolinguistique s'intéresse à des phénomènes linguistiques distincts, elle se subdivise en plusieurs domaines, selon BOYER<sup>13</sup>, on peut les classer comme suit :

- a. la sociolinguistique appliquée à la gestion des langues : qui concerne la planification linguistique.
- b. Analyse de la dynamique sociolinguistique des conflits diglossiques : les fonctions et les usages du langage dans la société.
- c. L'analyse de la variation sociolinguistique au sein d'une communauté linguistique ou d'un groupe.
- d. Analyse des phénomènes de créolisation et des créoles, c'est-à-dire, l'analyse des créations langagières hybrides.
- e. Analyse des phénomènes liés aux contacts de langues dans les situations de migration comme le bilinguisme, les interférences...

---

<sup>13</sup> BOYER, H., *Introduction à la sociolinguistique*, Ed. Dunod, Paris, 2001, pp.18-20.

- f. Le traitement lexicologique/lexicométrique des discours sociaux, qui s'intéresse généralement à l'analyse des discours politiques, les discours syndicaux et les discours médiatiques.
- g. L'analyse sociolinguistique des interactions verbales, c'est un domaine qui fait recours aux théories traditionnelles et pragmatiques des actes de langage.

## II. Contact des langues

Ce terme a été utilisé pour la première fois par le linguiste américain WEINREICH<sup>14</sup> (1953), c'est lorsqu'un individu se retrouve dans un milieu bilingue ce qui entraîne chez lui un changement psycholinguistique.

Ce phénomène agit sur le comportement langagier de l'individu, il résulte en ce qu'on appelle un état de bilinguisme dont le degré diffère d'une personne à une autre selon différents facteurs psychologiques, cognitifs, psycholinguistiques, socio-psycholinguistiques, sociolinguistiques, culturels, et linguistiques.

Le contact des langues engendre plusieurs autres phénomènes linguistiques comme les productions langagières hybrides, sur le plan individuel, à travers les interférences (phoniques, syntaxiques, lexicales) et l'alternance codique, et sur le plan collectif, comme dans le cas des emprunts, des créoles ou des pidgins.

### II.1. L'interférence

L'interférence est un phénomène linguistique issu du contact des langues, c'est le fait d'employer des traits linguistiques appartenant à une Langue A lorsqu'on parle une Langue B. Elle se manifeste chez des locuteurs bilingues qui utilisent des éléments morphologiques, syntaxiques, lexicaux, ou phonétiques de leur langue maternelle en utilisant la seconde langue ou vice versa.

*« L'interférence est l'utilisation d'éléments linguistiques appartenant à une langue tandis que l'en parle ou l'en écrit une autre »<sup>15</sup>*

---

<sup>14</sup> WEINREICH, cité dans HAMERS J.F., « Contact des langues », In. Sociolinguistique concepts de base, MOREAU M.L. (dir.), Ed. Mardaga, Bruxelles, 1997, pp. 94-95.

<sup>15</sup> MACKAY W., *Bilinguisme et contact des langues*, Ed. Klincksieck, Paris, 1976, p. 414.

Les interférences sont des pratiques inconscientes et involontaires de l'individu, issues de l'influence de sa langue maternelle « *la violation inconsciente d'une norme d'une langue par l'influence des éléments d'une autre langue.* »<sup>16</sup>

Le terme interférence est majoritairement employé en didactique des langues pour désigner le problème de faire recours à des éléments appartenant à la langue maternelle lorsque l'apprenant parle une langue étrangère, on peut prendre comme exemple le genre des noms, les apprenants kabyles de français pourraient utiliser l'article défini « le » au lieu de « la » si le mot en question est masculin en kabyle.

Elles sont considérées comme des erreurs à corriger car elles reflètent la non-maîtrise de la langue « *une déviation par rapport aux normes des deux langues en contact* »<sup>17</sup>.

## II.2. L'alternance codique

L'alternance codique ou code switching c'est l'utilisation de deux langues dans un seul discours. En d'autres termes, c'est lorsque les locuteurs bilingues, dans un seul contexte (conversation), insèrent une unité linguistique ou une séquence plus large appartenant à une autre langue tout en respectant les règles linguistiques de chaque langue. Selon HAMERS et BLANC : « *l'alternance de codes (code-switching) est une stratégie de communication utilisée par des locuteurs bilingues entre eux ; cette stratégie consiste à faire alterner des unités de longueur variable de deux ou plusieurs codes à l'intérieur d'une même interaction verbale* »<sup>18</sup>

On distingue trois types d'alternance codique selon la structure syntaxique des éléments alternés :

### II.2.1. L'alternance intra-phrastique

L'alternance intra-phrastique c'est lorsque le locuteur utilise une unité lexicale appartenant à une autre langue dans une seule phrase. « *Dans un rapport syntaxique très étroit du type complémentaire nom-complémentaire, verbe-complément...*

<sup>16</sup> HASSAN, A., « Interférence, linguistique contrastive et sa relation avec l'analyse des fautes », In. *La pédagogie des langues vivantes*, No.5, pp. 168-173, 1974, p.171.

<sup>17</sup> HAMERS, J. et BLANC M., *Bilinguisme et bilingualité*, Ed. MARDAGA, Bruxelles, 1983, p.178.

<sup>18</sup> Ibid., p. 199.

»<sup>19</sup> Ce type d'alternance est aussi appelé alternance lexicale. Elle est différente de l'emprunt car dans ce cas (alternance) on respecte les règles grammaticales de chaque langue.

Exemple : Walo, j'ai rien fait toute la journée.

### II.2.2. L'alternance inter-phrastique ou phrastique

L'alternance inter-phrastique se fait entre deux phrases ou propositions, c'est-à-dire, on utilise un code différent pour chaque phrase.

Exemple : Azekka ma tusiḍ-d, appelle-moi.

### II.2.3. L'alternance extra-phrastique

L'alternance extra-phrastique concerne les expressions idiomatiques, c'est l'insertion d'une expression idiomatique ou un proverbe appartenant à une autre langue dans son discours. « *Poplack (1980) distingue aussi une troisième catégorie, 'l'alternance extra-phrase' comme les 'fillers', 'tags', expression idiomatique, etc. que le locuteur peut introduire dans son discours* »<sup>20</sup>.

Exemple : je viendrai demain, Inchallah.

## II.3. L'emprunt

L'emprunt est un morphème ou une expression qu'un locuteur ou une communauté emprunte à une autre langue. Les emprunts sont généralement des éléments lexicaux empruntés pour combler les lacunes d'une certaine langue ou par « snobisme » c'est-à-dire des emprunts de luxe. Selon HAMERS<sup>21</sup> on distingue deux types d'emprunts :

### II.3.1. L'emprunt de langue

Il est appelé aussi transfert linguistique, c'est un mécanisme normal de l'évolution linguistique. C'est un emprunt ancien qui devient partie intégrante de la langue.

Exemple : akamyun, tabla, lḡameε...

<sup>19</sup> THIAM, N., « Alternance codique », In. *Sociolinguistique. Concepts de base*, op.cit., p. 32.

<sup>20</sup> HAMERS, J.F. et BLANC M., op.cit., p. 198.

<sup>21</sup> HAMERS, J.F., « Emprunt », In. *Sociolinguistique. Concepts de base*, op.cit., p. 137.

### **II.3.2. L'emprunt de parole ou le xénisme**

L'emprunt de parole est fréquent chez les bilingues, ils empruntent des éléments qui ne sont pas familiers aux monolingues, donc des éléments qui ne sont pas intégrés dans la langue. Dans ce cas, le locuteur ignore quelques règles linguistiques essentiellement phonologiques et morphologiques. Il existe deux (02) type d'emprunt de parole :

#### **II.3.2.1. L'emprunt par snobisme ou de luxe**

Ce sont volontiers, par admiration des mots ou des tournures à une langue que l'on considère plus fine, plus riche ou représentative d'une civilisation supérieure. On peut prendre l'exemple des locuteurs berbères qui préfèrent utiliser des mots français malgré l'existence de leurs équivalents en berbères comme les formes de salutations (bonjour, salut...) ou celle de politesse (pardon, s'il vous plaît, merci...).

#### **II.3.2.2. L'emprunt par euphémisme**

Il est utilisé lorsque le locuteur parle d'un sujet considéré comme tabou dans sa société, alors il fait recours à des emprunts pour se sentir plus à l'aise.

## **III. Bilinguisme**

### **III.1. Définition du bilinguisme**

Le bilinguisme a été l'objet d'étude de multiples travaux appartenant à des domaines de recherche différents, tels que la sociolinguistique, la psycholinguistique et la didactique. Ce phénomène existe dans le monde entier, en effet, aujourd'hui, il est quasiment impossible de trouver une communauté totalement monolingue.

MACKEY définit le bilinguisme comme « *un phénomène mondial. Dans tous les pays on trouve des personnes qui utilisent deux ou plusieurs langues à diverses fins et dans divers contextes* ». <sup>22</sup>

Certains chercheurs utilisent le terme bilinguisme pour désigner toute situation où deux ou plusieurs langues sont utilisées, d'autres préfèrent utiliser des termes comme trilinguisme, quadrilinguisme et plurilinguisme.

---

<sup>22</sup> MACKEY, W.F., « Bilinguisme », In. *Sociolinguistique. Concepts de base*, op.cit., p. 61

### **III.2. Causes de bilinguisme**

Les causes de bilinguisme sont nombreuses parmi lesquelles : vivre dans une société bilingue où la langue extérieure ne correspond pas à celle du foyer, des facteurs historique comme le colonialisme, l'émigration, des facteurs économiques...

### **III.3. Types de bilinguisme**

On distingue trois types de bilinguisme : bilinguisme individuel c'est lorsque l'individu est bilingue, le bilinguisme social qui est l'existence dans la même communauté des individus qui parlent des langues différentes et le bilinguisme étatique qui est aussi appelé officiel.

#### **III.3.1. Le bilinguisme individuel**

Comme son nom l'indique, il concerne l'individu, c'est lorsqu'une personne parle deux ou plusieurs langues. Le chercheur canadien Wallace LAMBERT<sup>23</sup> distingue plusieurs types de bilinguisme individuel, on peut citer : le bilinguisme précoce qui englobe deux autres types le bilinguisme précoce simultané et le bilinguisme précoce successif, le bilinguisme tardif, le bilinguisme additif et le bilinguisme passif. Ces types de bilinguisme diffèrent selon la période de l'apprentissage des deux langues, le degré d'apprentissage de chaque langue...

#### **III.3.2. Le bilinguisme social**

Le bilinguisme social ou de collectivité selon MACKEY<sup>24</sup>, met l'accent sur les forces linguistiques existantes dans une société. Dans la majorité des cas, le bilinguisme social est le fait de personnes qui ont comme langue maternelle des langues différentes et qui habitent le même espace géographique. Par exemple, un groupe linguistique apprend la langue de l'autre groupe, c'est le cas des berbères en Algérie qui apprennent l'arabe. Le nombre des bilingues peut varier, mais le principe est de retenir que, dans une société bilingue, une partie importante de la population parle une autre langue.

---

<sup>23</sup> LAMBERT, W., « Language as a Factor in Intergroup Relations » in *Language and Social Psychology*, Giles H. & St Clair R.N. (dir.), Oxford : Blackwell, 1979, pp. 186-192.

<sup>24</sup> MACKEY, W.F., « Bilinguisme », In. *Sociolinguistique. Concepts de base*, op.cit. p. 61.

### III.3.3. Le bilinguisme étatique

Le bilinguisme étatique (ou institutionnel) est le bilinguisme officiel assumé par un État, souvent le cas des pays anciennement colonisés. Les formes de bilinguisme étatique varient beaucoup d'un État à l'autre, car le bilinguisme officiel peut être symbolique ou simplement déclaratoire, être plus ou moins déséquilibré ou égalitaire, ou se transposer en une juxtaposition d'unilinguismes territoriaux. On peut aussi prendre l'exemple de l'Algérie qui reconnaît deux langues officielles mais qui n'ont pas réellement la même considération.

## IV. Diglossie

### IV.1. La diglossie selon FERGUSON

Le terme diglossie a été utilisé pour la première fois par Charles FERGUSON pour exprimer bilinguisme<sup>25</sup>. Selon lui, la diglossie c'est un : « *rapport stable entre deux variétés linguistiques, l'une dite 'haute' (high) et l'autre 'basse' (low), génétiquement apparentées (arabe classique et arabe dialectal, grec démotique et grec 'épuré', etc. et qui se situent dans une distribution fonctionnelle des usages (...)* »<sup>26</sup>

D'après Ferguson, la variété « haute » est utilisée lors du culte, dans les lettres, dans les discours, à l'université,... et jouit d'un prestige social accompagné d'une littérature reconnue et admirée dans une forme très standardisée (grammaire, dictionnaire,...) fréquemment apprise à l'école. Par contre, la variété « basse » est utilisée dans les conversations familières, dans la littérature populaire, dans le folklore, souvent uniquement orale, elle est acquise naturellement comme première langue du locuteur. « *Deux variétés d'une langue dont l'une est valorisée, 'normée', véhicule d'une littérature reconnue, mais parlée par une minorité, et dont l'autre est péjorée mais parlée par le plus grand nombre* »<sup>27</sup>.

Cette approche de Ferguson se limite au niveau fonctionnel et statutaire des variétés linguistiques génétiquement liées, elle a été critiquée par plusieurs linguistes parmi lesquels FISHMAN et CALVET.

<sup>25</sup>FERGUSON, C., cité dans CALVET, L.J., *La guerre des langues et les politiques linguistiques*, Ed. HACHETTE, 1999, p.43.

<sup>26</sup>Ibid.

<sup>27</sup> MACKAY, W.F, Ibid., p. 45.

## **IV.2. La diglossie selon FISHMAN**

FISHMAN part de la conception diglossique de FERGUSON et en modifie le sens tout en lui donnant des nuances très particulières. Il oppose ainsi le bilinguisme à la diglossie. Selon lui, le bilinguisme c'est la capacité de l'individu de parler plusieurs langues et la diglossie serait l'utilisation de plusieurs langues dans une société. Le bilinguisme est donc un fait individuel et la diglossie, par contre, est un fait social.

Il propose un modèle diglossique à des situations sociolinguistiques où deux langues (et non plus seulement deux variétés de la même langue) sont en distribution fonctionnelle complémentaire, selon cet auteur, il peut y avoir plusieurs codes qui sont opposés variété haute/variété basse. La diglossie existe dès qu'il y a une différence fonctionnelle entre deux langues peu importe qu'elles soient deux variétés d'une même langue ou deux langues complètement non liées.

Pour illustrer ça, il prend la situation linguistique du Paraguay d'avant 1992, avec la coexistence (inégalitaire) de l'espagnol et du guarani. Son modèle articule diglossie (comme fait social) et bilinguisme (fait individuel) selon les quatre cas de figures suivants :

### **IV.2.1. Diglossie et bilinguisme**

Usage de deux langues selon leurs distribution fonctionnelle, sont dans ce cas de figure, partagés par la totalité (ou presque) de la population. On peut prendre comme exemple, la Suisse où le standard allemand (langue de l'écrit et de l'école) et le (s) dialecte (s) suisse(s) alémanique(s) : se partagent le champ de communication sociale.

### **IV.2.2. Bilinguisme sans diglossie**

Ce serait le cas dans les situations de migration (comme aux Etats-Unis). Les migrants vivent un état de transition : ils doivent s'intégrer dans la communauté d'accueil avec la langue d'accueil même s'ils conservent la connaissance et une certaine pratique de la langue d'origine.

### **IV.2.3. Diglossie sans bilinguisme**

C'est une situation qu'on rencontrerait dans les pays en développement comme les pays africains où les populations rurales sont essentiellement

monolingues, même si sur le plan macro sociétal, il y a diglossie avec l'une des langues de la colonisation comme langue officielle, le plus souvent.

#### IV.2.4. Ni diglossie ni bilinguisme

Le dernier cas de figure envisagé par FISHMAN est plutôt théorique. Il ne pourrait concerner que de petites communautés linguistiques, restées isolées ; car d'une manière générale, dans la réalité, toute communauté tend à diversifier ses usages.

FISHMAN a ainsi dressé le tableau suivant pour montrer le rapport entre bilinguisme et diglossie<sup>28</sup> :

		+      Diglossie      -	
<b>BILINGUISME</b>	+	Bilinguisme et diglossie	Bilinguisme sans diglossie
	-	Diglossie sans bilinguisme	Ni diglossie ni bilinguisme

#### IV.3. La diglossie selon CALVET

CALVET de son côté, reproche à Ferguson le fait de mentionner la notion de fonctions et de prestige de langues sans pourtant en évoquer les causes : le pouvoir et autres raisons historiques au sein des communautés. Reprenant la perspective de FISHMAN sur le bilinguisme, CALVET distingue pour son compte, le bilinguisme individuel du bilinguisme social qu'il appellera désormais diglossie. Il constate que globalement, la diglossie consiste à des « *relations fonctionnelles et sociales entre langues ou variétés des langues différentes* »<sup>29</sup>. À l'issue de cette problématique du pouvoir

<sup>28</sup>FISHMAN, J.A., *Sociolinguistique*, Ed. Nathan et Labor, Paris et Bruxelles, 1971, p.89.

<sup>29</sup>CALVET L.J., op.cit., p. 49.

et des facteurs historiques, Calvet élabore une typologie<sup>30</sup>, de diglossies enchâssées inspirée des situations coloniales :

#### **IV.3.1. Diglossie à langue dominante unique**

Le français est par exemple la langue officielle dominante qu'aucune autre ne peut remplacer sur le territoire de la France, malgré l'existence de plusieurs langues minoritaires.

#### **IV.3.2. Diglossie à langues dominantes minoritaires**

Au Maroc et en Algérie le berbère et l'arabe dialectal sont statistiquement dominants mais sont dominés politiquement et culturellement par l'arabe standard et le français.

#### **IV.3.3. Diglossie à langue dominante minoritaire**

Le français se retrouve en position dominante officielle sur des territoires, en Afrique, où il se trouve en face de deux, quatre ou beaucoup plus de langues nationales, cette langue n'étant parlée que par à peu près 10% des locuteurs...

#### **IV.2.4. Diglossie à langues dominantes alternatives**

Dans des régions comme la Réunion, la Martinique, la Guadeloupe ou la Guyane, le créole, langue influencée par le français y est la langue première, mais n'est pas une langue de prestige et le français est plus répandu en proportion qu'en Afrique francophone, ce français peut être remplacé dans ses fonctions officielles par une autre langue.

#### **IV.2.5. Diglossie à langues dominantes régionales**

La Suisse ou la Belgique présentent des exemples de bilinguisme officiel (français/flamand pour la Belgique), alors que chacune de ces langues est archi dominante dans chacune de leurs régions francophones et flamandes respectives. Le français coexiste avec le flamand ou avec d'autres langues, l'allemand, l'italien, le romanche...

---

<sup>30</sup>Ibid., pp. 51-59.

## V. Attitudes linguistiques

Avant de définir la notion d'attitude linguistique nous allons tout d'abord définir l'origine de cette notion, qui est l'attitude en psychologie sociale.

### V.1. L'attitude en psychologie sociale

Les attitudes sont une notion majeure dans le domaine de la psychologie sociale. Plusieurs chercheurs ont donné une définition qui met le point sur l'un des aspects des attitudes. Pour arriver à expliquer ce phénomène, nous allons exposer les différentes définitions qu'on lui a données.

De manière générale, l'attitude est « *un état d'esprit à l'égard d'une valeur ou une disposition envers un objet social* »<sup>31</sup>.

PETTY met l'accent sur la notion de neutralité et d'intensité : « *l'évaluation générale et relativement durable que les gens ont par rapport à des objets, idées ou autres personnes. Ces évaluations peuvent être positives, négatives ou neutres et peuvent varier en intensité.* »<sup>32</sup>

BAKER de son côté, aborde l'action des attitudes sur le comportement : « *l'attitude est une construction hypothétique utilisée pour expliquer la direction et la persistance du comportement humain [...] en conséquence, les attitudes sont latentes, déduites de la direction et de la persistance des comportements humains* »<sup>33</sup>

Enfin une définition qui explique la structure même des attitudes : « *Une attitude représente un état mental et neuropsychologique de préparation à répondre, organisé à la suite de l'expérience et qui exerce une influence directrice ou dynamique sur la réponse de l'individu à tous les objets et à toutes les situations qui s'y rapportent.* »<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup>LEON, M.L., *Psychologie sociale : Concepts fondamentaux*, Ed. Principes Studyrama, Levallois-Perret, 2008, p. 249.

<sup>32</sup> PETTY, 2003, cité et traduit dans VALLERAND et al. « Attitudes », In. *Les fondements de la psychologie sociale*, 2ème Ed., Editions de la Chenelière, Montréal, 2006, p. 237.

<sup>33</sup> BAKER, C., *Attitudes and language*. Multilingual Matters Ltd, Clevedon/Adelaide, 1992, p. 10.

<sup>34</sup> ALLPORT, cité et traduit dans VALLERAND, R.J. et al. « Attitudes », In. *Les fondements de la psychologie sociale*, op.cit., p. 237.

## V.2. Les attitudes linguistiques

Les attitudes linguistiques sont les réactions des individus aux langues. Selon le dictionnaire de linguistique « *les attitudes langagières constituent l'ensemble des opinions explicites ou implicites sur l'usage d'une langue* »<sup>35</sup>.

Les attitudes linguistiques résultent d'un vécu expérientiel c'est-à-dire que de nombreux facteurs contextuels peuvent avoir un rôle important dans leur configuration. GALISSON et COSTE<sup>36</sup>, les définissent, de ce fait, comme étant des éléments toujours en formation, toujours inachevés, car elles sont le produit de l'interaction des individus avec des composantes constitutionnelles, éducatives, culturelles et personnelles. Ces auteurs insistent sur le fait que les attitudes linguistiques sont en lien avec des éléments intérieurs aux individus : sentiments, goûts et désirs, et comment les individus se les approprient : normes sociales et culturelles et modèles de comportement. Ainsi, elles ont une relation étroite avec l'ethnicité, l'âge, la famille, l'école, la religion et la planification linguistique.

Selon LAFONTAINE<sup>37</sup> les attitudes linguistiques se traduisent chez les locuteurs par deux phénomènes :

a. **L'auto dépréciation** est un sentiment d'insécurité linguistique. (voir V.7.1. L'insécurité linguistique.)

b. **La norme à prestige latent** c'est le fait d'associer des valeurs humaines et traditionnelles à une langue ou à une variété dominée. Ce prestige permet leur utilisation dans certains contextes informels et maintient leur existence face aux variétés dominantes.

## V.3. Les caractéristiques des attitudes linguistiques

Selon des auteurs, comme ÁLVAREZ<sup>38</sup> et VALLERAND et LAFRENAGE<sup>39</sup>... Les attitudes linguistiques ont des caractéristiques similaires à celles des attitudes en psychologie sociale.

---

<sup>35</sup> DUBOIS, J. Et al., *Dictionnaire de linguistique*, Ed. Larousse, Paris, 2002, p. 57.

<sup>36</sup> GALISSON, R., et COSTE D., *Dictionnaire de didactique des langues*, Hachette, Paris, 1976, pp. 53-54.

<sup>37</sup> LAFONTAINE, D., « Attitudes linguistiques », In. *Sociolinguistique. Concepts de base*, op.cit., p. 58.

<sup>38</sup> ÁLVAREZ, A., *Textos sociolingüísticos*, Editorial venezolana, Publicaciones del Vicerrectorado Académico de la Univers sociolingüísticos, Mérida, 2007, p. 65.

<sup>39</sup> VALLERAND, R. J. et Al., op.cit., p. 249.

D'abord, les attitudes linguistiques sont un fait social, cela implique des mouvements bidirectionnels de causes et des effets entre la société et l'individu. C'est-à-dire que de la même manière que des facteurs sociaux viennent influencer les attitudes linguistiques des individus, ces dernières vont produire à leur tour des faits sociaux très intéressants. Elles peuvent être individuelles ou collectives, cela signifie que des attitudes linguistiques peuvent être le fait d'un individu ou être partagées par plusieurs.

De plus, elles ont une valence (appelée aussi direction) ; c'est-à-dire qu'elles sont soit positives soit négatives. D'autre part, on peut dire qu'elles sont présentes ou absentes. Cette dichotomie joue donc à deux niveaux.

Ajoutant à cela, elles sont activées ou passives c'est-à-dire que leur existence chez l'individu peut le pousser à accomplir des actions en lien avec la nature de ses attitudes linguistiques ou bien, elles peuvent exister à l'intérieur de l'individu sans que cela implique la mise en place des actions concrètes. On peut avoir une attitude positive envers une langue, sans forcément agir en cohérence avec cette attitude. Leur degré d'intensité diffère aussi, on peut établir une graduation de leur valence.

En outre, les attitudes linguistiques ne sont pas innées, elles ont des raisons et des origines diverses, acquises au cours du développement psychosocial de l'individu. Quand on les décrit, il est donc indispensable de rendre compte du moment précis et de l'endroit précis où elles ont lieu. Et, grâce à leur malléabilité, elles peuvent changer, l'un des facteurs qui provoquent le changement est l'âge. Par Exemple, il y a une certaine maturité avec l'âge qui élimine l'insécurité des locuteurs envers les langues minoritaires. Plus l'individu est âgé, plus il s'identifie avec une certaine fierté à sa langue ou variété de langue, même dans les cas où cette dernière aurait pu être évaluée de manière négative au jeune âge de ce même individu, car elle ne représentait pas les groupes de pouvoir.

Enfin, les attitudes linguistiques ont une relation avec les performances des locuteurs ; les attitudes positives envers une langue favorisent l'apprentissage de celles-ci. Plus on aime la langue, plus on l'apprend facilement.

## V.4. Les fonctions des attitudes linguistiques

Les attitudes linguistiques ont diverses fonctions. D'une part nous agissons par le biais de nos attitudes sur notre environnement pour des fins d'intégration ou d'instrumentalisation. D'autre part, ce sont les attitudes qui agissent sur notre environnement en structurant nos communautés linguistiques.

### V.4.1. La fonction d'intégration

La langue n'étant pas seulement un outil de communication ou un code, elle décrit et reflète l'identité. Alors lorsqu'un individu veut intégrer une société, il adopte des attitudes favorables envers la langue de celles-ci.

En parlant une langue, en adoptant un accent ou en utilisant un vocabulaire spécialisé, l'individu prouve son appartenance à cette société. Inversement rejeter une langue, ou se défaire d'un accent sera la preuve d'une volonté de dissociation par rapport à une communauté.

### V.4.2. La fonction d'instrumentalisation

Contrairement à ce que nous avons mentionné dans la fonction d'intégration, il est possible d'avoir des attitudes favorables envers une langue et ne pas vouloir s'identifier avec la communauté qui la parle. Dans ce cas, on s'intéresse au code lui-même. La langue sera alors utilisée comme un outil, et les attitudes auront une fonction instrumentale envers cet idiome. Les attitudes instrumentales peuvent être décrites comme « *aid[ant] à adopter des stratégies appropriées permettant de maximiser notre adaptation sociale* »<sup>40</sup>

Cela concerne principalement l'apprentissage des langues secondes ou étrangères. Mais on peut aussi avoir des attitudes instrumentales envers un accent régional ou un jargon professionnel.

### V.4.3. La fonction d'expression

Selon VALLERAND, les attitudes linguistiques sont : « *l'extériorisation des croyances et des valeurs que l'on possède.* »<sup>41</sup>. C'est un rôle fondamental de renforcement de sa propre identité et dans l'identification avec les personnes ou les groupes qui partagent des attitudes similaires.

---

<sup>40</sup>Ibid., p. 252.

<sup>41</sup>Ibid.

Elles servent également à un processus de défense du soi, par la péjoration des usages des autres ou par la mélioration de son propre usage.

### **V.5. L'état des recherches sur les attitudes linguistiques**

A partir de 1960, les études portant sur les perceptions des locuteurs concernant les langues et leurs usages ont été traitées à travers la notion d'attitude. Elles explorent les images des langues pour expliquer les comportements linguistiques, en s'intéressant aux valeurs subjectives accordées aux langues et à leurs variétés, et aux évaluations sociales qu'elles suscitent chez les locuteurs.

Deux courants se sont particulièrement intéressés aux attitudes linguistiques: les interactionnistes issus de la psychologie sociale du langage et les variationnistes issus de la sociolinguistique.

#### **V.5.1. Les attitudes linguistiques en psychologie sociale du langage**

On s'intéresse aux attitudes linguistiques en tant que telles. On définit la nature des attitudes, leurs fondements et leurs intensités. Le locuteur est acteur de ces attitudes, modelant sa société en fonction de celles-ci. LAFONTAINE<sup>42</sup> attribue une approche interactionniste aux psychologues sociaux du langage car ils accordent une valeur primordiale à l'interaction. Ce courant explique le comportement langagier des locuteurs à un niveau général, relevant des usages de la langue et du langage.

#### **IV.5.2. Les attitudes linguistiques en sociolinguistique**

Les sociolinguistes se sont appuyés sur une théorie variationnistes. Le variationnisme, prôné en premier lieu par LABOV en 1976, se voue à l'étude des variations formelles, phonologiques, de la langue. LABOV, dans ces deux célèbres études, explique par les attitudes, la variété et les changements phonologiques au sein d'une même langue.

Dans ce courant, on s'intéresse aux résultats formels de ces attitudes, autrement dit, aux conséquences sur la langue elle-même, sa forme et ses usages.

---

<sup>42</sup>LAFONTAINE, D., *Le parti pris des mots : normes et attitudes linguistiques*, Ed. Mardaga, Bruxelles, 1986, p. 23.

Dans ce cas, le locuteur est sujet, il subit l'influence des attitudes partagées dans sa société, ce qui transforme sa façon de parler.

## V.6. Les méthodes de recherche

Il existe plusieurs méthodes de recherche en ce qui concerne les attitudes linguistiques, dans cette étude nous allons mettre en lumière trois méthodes principales : l'approche directe, l'approche indirecte et l'approche sociétale.

### V.6.1. L'approche directe

L'approche directe ou la méthode directe consiste à demander directement à l'enquêté quelles sont ses attitudes par rapport à une langue ou un élément linguistique précis. L'interrogé assume le rôle d'un juge, et ce sont ces jugements qu'il exprime verbalement et de façon consciente qui nous renseignent sur ses attitudes, sans aucun traitement additionnel de ses réponses.

La méthode directe est effectuée par le biais de questionnaires ou d'entretiens directs ou semi-directs. Durant l'interview, il faut que l'enquêté soit conscient de ce qu'il a à juger, et le chercheur doit interpréter ses réponses telles quelles. La méthode directe n'implique aucune forme de tromperie et repose sur un postulat de transparence de l'interrogé et de l'interrogateur.

Cette méthode a été critiquée par certains chercheurs, d'une part, à cause de la possibilité pour l'enquêté de ne pas totalement être honnête. Pour diverses raisons, l'interrogé peut donner une autre réponse différente que celle qu'il pense de manière profonde. Cela peut être le résultat de sa propre volonté, mais aussi d'une incapacité pour lui à formuler ses attitudes profondes, puisque inconscientes. D'autre part, cette méthode néglige les mesures physiologiques et comportementales des attitudes et ne prend en considération que les mesures verbales. En ce sens, la méthode directe ne permet pas de mettre en valeur « *la différence entre la façon dont les gens utilisent le langage et ce qu'ils imaginent sur leur comportement linguistique et celui des autres* »<sup>43</sup>.

### V.6.2. L'approche indirecte

Cette méthode dite de « locuteur masqué » tient son origine du linguiste canadien LAMBERT et ses collaborateurs. Elle remonte à 1960, lors de leur étude des

---

<sup>43</sup>BRIGHT, W., 1966, cité dans : LAFONTAINE, D., Ibid., p. 21.

attitudes des montréalais francophones et anglophones envers l'anglais et le français. Elle est née en réaction aux défauts de la méthode directe.

Le principe est de faire écouter aux interrogés plusieurs enregistrements, « contrastés d'un point de vue linguistique » afin que ceux-ci évaluent les qualités sociales du locuteur, sur des échelles du type de celle mise en place par LIKERT ou par OSGOOD. L'intérêt de cette méthode vient du fait que l'enquêteur cache que les locuteurs des différents enregistrements sont en fait une seule et même personne. Les qualités sociales évaluées par les enquêtés sont alors des qualités attribuées à la diversité des langues parlées et non pas aux locuteurs.

Le contraste linguistique entre les énoncés est la variable linguistique sur lesquelles sont recueillies les attitudes: idiome, accent, dialecte, variable phonétique, etc... Les échelles utilisées portent sur les qualités individuelles et sociales des locuteurs et leurs compétences, LAMBERT et al.<sup>44</sup> en avaient établi quatorze, de six degrés chacune : taille, attrait physique, aptitude à diriger, sens de l'humour, intelligence, religiosité, confiance en soi, fiabilité, jovialité, bonté, ambition, sociabilité, caractère et sympathie.

Pour que cette méthode soit efficace, parmi tous les énoncés, nous devons différencier uniquement la variable que nous voulons étudier. S'il s'agit de l'accent régional, l'énoncé doit respecter le même vocabulaire, la même vitesse d'élocution par exemple, pour que l'accent régional soit un facteur discriminant efficace.

### **V.6.2.1. Échelles de mesures**

Les échelles de mesure sont une technique employée dans les deux méthodes directe et indirecte. Elles se fondent sur des questionnaires auxquels les interrogés doivent répondre par un choix sur un continuum gradué, une échelle. Selon SALES-WUILLEMIN<sup>45</sup>, il existe plusieurs types d'échelles de mesure, parmi lesquelles :

#### **V.6.2.1.1. L'échelle de LIKERT**

Fonctionne en termes d'adhésion ou de dissociation par rapport à des affirmations. On met en place un continuum avec un nombre d'échelon impair (5, 7 ou 9) entre deux extrêmes que sont « tout à fait d'accord » et « pas du tout

---

<sup>44</sup>Ibid., p. 27.

<sup>45</sup>SALES-WUILLEMIN, E., « Méthodologie de l'enquête : De l'entretien au questionnaire », In, *cours de psychologie Sociale 1*, Presses Universitaires de France, pp.45-77, 2006. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00903244>, consulté le 28/11/2021.

d'accord ». Le nombre impair d'échelons implique la possibilité pour le répondant d'exprimer un avis ambivalent. En contrepartie l'absence de la possibilité de répondre « sans avis » peut contraindre l'interrogé à adopter une réponse « à la fois d'accord et pas d'accord » au milieu du continuum alors qu'il peut se considérer à la fois « ni d'accord ni pas d'accord » et ne pas être en ce cas ambivalent, mais neutre.<sup>46</sup>

#### **V.6.2.1.2. L'échelle d'OSGOOD ou de différentiateur sémantique**

Elle définit plusieurs continuums échelonnés entre deux adjectifs antonymes. Interrogé sur une même langue, par exemple, l'interrogé pourra exprimer son jugement en la qualifiant de plus ou moins belle/laide, facile/difficile, ou encore mélodieuse/dissonante, etc. Là aussi, la présence d'un nombre impair d'échelons n'implique pas forcément une possibilité de réponse neutre, mais plutôt une possibilité de réponse ambivalente.

#### **V.6.2.1.3. L'échelle de THURSTONE**

Elle se compose d'une liste d'affirmations à propos du référent attitudinal, en établissant les affirmations « objectivement » favorables, défavorables ou neutres. Il est possible d'étendre le spectre à plus de trois degrés : très défavorable, extrêmement défavorable, etc. Le but est de présenter aux interrogés une liste d'affirmations recouvrant de manière homogène le continuum favorable/défavorable préalablement établi. Les répondants n'ont alors qu'à cocher les affirmations avec lesquelles ils sont d'accord, reflétant leur position plus ou moins favorable. Cette échelle est la plus élaborée, elle demande plus d'investissement de la part du chercheur, réduit la tâche du répondant à un minimum en réduisant la réflexion, augmentant ainsi la spontanéité, par conséquent on obtient des réponses plus sincères.

### **V.6.3. L'approche sociétale**

Selon GARRETT<sup>47</sup>, la manière dont la société utilise une langue peut nous renseigner sur les représentations et attitudes linguistiques des membres de celle-ci. Ici, au lieu d'analyser les propos des locuteurs qui peuvent être falsifiés, nous nous basons sur leurs jugements métalinguistiques, conscients ou inconscients, exprimés

---

<sup>46</sup>L'échelle de Likert, In. <https://www.voxco.com/fr/blog/exemples-dechelle-de-likert/> consulté le 28/11/2021.

<sup>47</sup> GARRETT, P., *Attitudes to Language*, Cambridge University Press, Cambridge, 2010, p. 142.

dans les produits culturels (films, littérature, presse, médias), commerciaux (publicités, enseignes) ou d'usage public (textes officiels, lois, textes afférent à l'éducation).

A la fin des années quatre-vingt-dix apparaît l'étude du paysage linguistique qui s'attache à étudier « *le langage des panneaux routiers, des panneaux publicitaires, des noms de rues et d'endroits, des enseignes commerciales et des inscriptions sur les bâtiments Publics* »<sup>48</sup>. Cela permet de se rendre compte si, dans un contexte plurilingue, une langue est minorée et/ou si une autre prédomine, ainsi que de discerner les différents statuts assignés aux langues par leurs utilisateurs. L'étude du paysage linguistique peut se faire de manière quantitative, prenant en compte le nombre d'occurrences d'une langue ou d'une autre, mais peut aussi se baser sur des critères qualitatifs tels que la taille ou le style de la police d'écriture. A grande échelle le paysage linguistique peut nous renseigner sur les attitudes principales des habitants, et celles entretenues par les classes dirigeantes d'un pays ou d'une région.

## **V.7. Les manifestations des attitudes linguistiques sur les locuteurs**

### **V.7.1. L'insécurité linguistique**

L'insécurité linguistique c'est lorsque les locuteurs considèrent leur façon de parler comme un peu dévalorisante et considèrent une autre langue qu'ils ne pratiquent pas plus prestigieuse.

« *On parle de sécurité linguistique lorsque, pour des raisons sociales variées, les locuteurs ne se sentent pas mis en question dans leur façon de parler, lorsqu'ils considèrent leur norme comme la norme. A l'inverse, il y a insécurité linguistique lorsque les locuteurs considèrent leur façon de parler comme peu valorisante et ont en tête un autre modèle, plus prestigieux, mais qu'ils ne pratiquent pas.* »<sup>49</sup>. Dans cette définition de Calvet, la norme peut être une question de statut. Une langue peut être qualifiée de norme parce qu'elle est la norme académique, littéraire ou parce qu'elle est langue officielle d'un État. Elle peut aussi l'être parce qu'elle est la langue des élites intellectuelles ou politiques, parfois religieuses.

---

<sup>48</sup> LANDRY, R. et BOURHIS, R.Y., cités dans Garrett, Ibid., p. 151.

<sup>49</sup> CALVET, L. J., *La sociolinguistique*, Ed. Que sais-je ?, 5<sup>e</sup> édition, Paris, 2005, p. 47.

### V.7.2. L'hypercorrection

L'hypercorrection est l'un des effets de l'insécurité linguistique. Lorsque le locuteur dévalorise sa façon de parler, il tente d'imiter, de façon exagérée, les formes qu'il perçoit plus prestigieuses.

Elle peut donc se manifester par l'emploi des éléments appartenant à un registre soutenu, ou bien par l'utilisation d'une variété « standard » lorsqu'on a l'habitude d'utiliser un dialecte ou un topolecte... Plusieurs exemples ont été donnés par FACRAND : « [...] *L'emploi abusif du relatif dont (caricaturé par certains auteurs, qui place volontiers le redondant dont auquel dans la bouche de pandores bornés), forme censée appartenir un registre « formel ». Ou au plan phonétique, la tendance de certains locuteurs à multiplier les liaisons (quitter à commettre l'un ou l'autre cuir...), la réalisation de nombreuses liaisons facultatives étant associée à un registre « soigné ». , ou encore, du côté du lexique, l'emploi de mots châtiés ou vieilliss, que leur caractère précieux au scanner place en marge de la légitimité linguistique escomptée. »*<sup>50</sup>

Cet effort conscient de vouloir utiliser « la bonne langue » pour apparaître soi-disant plus sophistiqué entraîne chez les locuteurs un effet contraire indésirable, comme le signale Calvet : « *L'hypercorrection peut être perçue comme ridicule par ceux qui dominant la forme légitime et qui vont donc en retour juger de façon dévalorisante ceux qui tentent d'imiter une prononciation valorisée. Cet emboîtement peut se poursuivre à l'infini, et nous montre l'ancrage social profond des attitudes linguistiques.* »<sup>51</sup>

## VI. Les représentations linguistiques

### VI.1. Les représentations en psychologie sociale

Tout comme les attitudes, les représentations sont une notion de psychologie sociale. Le sociologue DURKHEIM<sup>52</sup> les définit comme des formes mentales, d'opinion et des savoirs équivalents à la notion d'idée ou système.

Selon JODELET, les représentations sont « *une manière d'interpréter et de penser notre réalité quotidienne, une forme de connaissance sociale et corrélativement, l'activité*

<sup>50</sup> FACRAND, M., « Hypercorrection », In. *Sociolinguistique. Concepts de base*, op.cit., p. 158-159.

<sup>51</sup> CALVET, L.J. et MOREAU, M.L., *Une ou des normes ? Insécurité linguistique et normes endogènes en Afrique francophone*. Paris : Agence de la francophonie, Institut des études créoles et francophones, Diffusion : Didier-Erudition, Aix-en-Provence, 1998, p. 56.

<sup>52</sup> DURKHEIM, É., « Représentations individuelles et représentations collectives », In. *Revue de Métaphysique et de Morale*, tome VI, Paris, 1898, pp. 273-302.

*mentale déployée par les individus et les groupes pour fixer leur position par rapport à des situations, événements, objets et communications qui les concernent* »<sup>53</sup>.

Depuis ces deux définitions nous soulignons le caractère immatériel des représentations, leur existence en tant qu'images et pensées dans les esprits et plus essentiellement leur caractère sociale et leur importance dans l'interprétation de la réalité.

### **VI.1.1. Les caractéristiques des représentations sociales**

Selon MOLINER<sup>54</sup>, les représentations sociales sont un ensemble des éléments organisés qui entretiennent des relations concernant un objet. C'est un produit social qui vise à définir l'identité sociale de chaque individu ou groupe et permet de sauvegarder la spécificité des groupes. Ainsi, elles permettent de produire des attentes et de guider le comportement, et rendent la réalité conforme à la représentation. Elles servent également à justifier les choix et les attitudes et à renforcer la position sociale du groupe.

Par ailleurs, c'est un moyen qui permet d'expliquer et comprendre la réalité, bien qu'elles soient un savoir non scientifique sur le monde, autrement dit, elles ne sont pas factuelles et peuvent être fausses.

### **VI.2. Définition des représentations linguistiques**

A partir des années 1960 les travaux portant sur les représentations linguistiques, menés par des auteurs comme TRUDGILL, GUENIER, MILORY et LABOV ont eu lieu, mais sous différents noms : opinion, image, vision ou idéologie. Ce n'est qu'à partir des années 1980 et 1990, grâce aux études d'HOUDEBINE, KELLER, BOYER et PEYTARD que cette notion de représentation linguistique a été introduite, et elle a remplacé tous les autres termes approximatifs qu'on employait auparavant. Henri Boyer considère les représentations linguistiques comme une partie des

---

<sup>53</sup> JODELET, D., « Représentation sociale : phénomène, concept et théorie ». In. S. Moscovici (éd.) *Psychologie sociale*, Presses Universitaires de France, Paris, 1984, p. 360.

<sup>54</sup> MOLINER, P., *Images et représentations sociales*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble, 1996.

représentations sociales : « *on peut raisonnablement considérer que les représentations de la langue ne sont qu'une catégorie de représentation sociales ...* »<sup>55</sup>

D'après Calvet : « *Les représentations sont constituées par l'ensemble des images, des positions idéologiques, des croyances qu'ont les locuteurs au sujet des langues ; Les représentations concernent au moins trois choses : la forme des langues (comment il faut parler), le statut des langues (ce qu'il faut parler) et leur fonction identitaire (ce que la communauté parle)* »<sup>56</sup>

Les représentations linguistiques sont les valeurs et les stéréotypes que les locuteurs attribuent à une langue et/ou aux personnes qui la parlent, ce sont ces représentations qui génèrent les pratiques linguistiques, qui génèrent aussi les attitudes vis-à-vis des langues en présence, « *il y a derrière chaque langue un ensemble de représentations explicites ou non, qui expliquent le rapport à cette langue sous forme d'attachement ou de répulsion.* »<sup>57</sup>Ce sont les idées préconçues sur la langue ou ses locuteurs qui font que celle-ci soit valorisée et adoptée ou refusée et rejetée.

### **VI.3. La distinction entre les attitudes et les représentations linguistiques**

Souvent on confond le concept d'attitude avec celui des représentations, cependant, les représentations sont les idées conçues ou l'image qu'on construit ou qu'on adopte sur cette langue et/ou ses locuteurs, tandis que les attitudes linguistiques sont les sentiments que nous éprouvons pour une langue, et la manière par laquelle nous exprimons nos représentations.

De plus, on peut aussi les distinguer à partir des méthodes théoriques et méthodologiques utilisées pour les dégager. « *Longtemps, la notion de représentation linguistique s'est confondue avec celle d'attitude.[...] La notion d'attitude linguistique, qui s'est développée à partir des recherches de W. Lambert (bien synthétisées par D. Lafontaine, 1986) sur la psychologie du bilinguisme au Canada, ressortit davantage aux théories et aux méthodes de la psychologie sociale, alors que celle de représentation doit plus à l'étude*

<sup>55</sup> 2 BOYER, H., « Matériaux pour une approche des représentations sociolinguistiques .Eléments de définition et parcours documentaire en diglossie », In. *Langue française* .N° 85, 1990, p.102.

<sup>56</sup> CALVET L.J., et MOREAU, M.L., op.cit.

<sup>57</sup> CALVET, L.J., op.cit. 1999, p. 82.

*contrastive des cultures et des identités et relèverait plutôt de concepts et méthodes ethnologiques.»<sup>58</sup>*

#### **VI.4. Stéréotype**

Les stéréotypes sont une image mentale qu'une personne se fait d'un groupe et/ou des membres qui le constituent. Ils jouent un rôle majeur dans le processus cognitif des attitudes linguistiques. C'est une forme spécifique d'expression des attitudes, c'est lorsque les membres d'un même groupe se mettent d'accord autour de certains traits discriminants pour décrire ceux qui sont différents d'eux ou ceux qui n'appartiennent pas à leur groupe.

Calvet souligne que : « *derrière les stéréotypes se profile la notion de bon usage, l'idée qu'il y a des façons de bien parler la langue et d'autres qui, par comparaison, sont à condamner. On trouve ainsi chez tous les locuteurs une sorte de norme qui les fait décider que telle forme est à proscrire, telle autre à admirer : on ne dit pas comme cela, on dit comme cela, etc.* »<sup>59</sup>

Les stéréotypes peuvent engendrer des sentiments d'insécurité linguistique, ainsi qu'un blocage ou un refus de pratiquer cette langue, ce qui résulte en une difficulté et/ou un refus de son apprentissage.

### **VII. Le discours épilinguistique**

#### **VII.1. Définition du discours épilinguistique**

Lorsqu'il s'agit d'attitudes linguistiques et/ou langagières, voire de pratiques linguistiques attestées ou non, le terme 'discours épilinguistique' signifie les faits discursifs relatifs à des jugements portés par les locuteurs sur ces mêmes pratiques. Autrement dit, on parle du discours épilinguistique lorsqu'on veut désigner les discours qui portent des jugements sur la langue elle-même, sur la façon dont le locuteur parle sa langue, ou sur la façon par laquelle l'autre parle. Selon CANUT, le discours épilinguistique « *se caractérisent par des évaluations (auto-évaluation / évaluation d'autrui) peuvent aussi faire l'objet d'un travail d'objectivation et de distanciation*

<sup>58</sup> GUEUNIER, N., « *Représentations linguistiques* », In. Sociolinguistique. Concepts de base, op.cit., pp.247-248.

<sup>59</sup> CALVET, L.J., et MOREAU, M.L., op.cit., p. 46.

relatives ou maximales. On peut aussi repérer l'enchâssement d'une « boucle réflexive » dans un discours épilinguistique »<sup>60</sup>

Le discours épilinguistique nous permet d'étudier plusieurs phénomènes langagiers à savoir les attitudes et représentations linguistiques, la variation linguistique, les fonctions des langues... « *Le discours sur les langues est un autre lieu révélateur des attitudes et représentations des locuteurs à l'égard de la langue. Ce discours qui peut être abordé tant du point de vue de son contenu que du point de vue des phénomènes d'énonciation qu'il met en place, permet de déterminer, de mettre en évidence, à la fois le statut symbolique des langues ou des variétés en usage dans une communauté donnée et la position sociale et culturelle que les locuteurs s'attribuent ou par laquelle ils se définissent, inconsciemment ou non.* »<sup>61</sup>

## VIII. Les enseignes commerciales

Une définition des enseignes commerciales nous semble nécessaire car notre travail porte sur les attitudes linguistiques par rapport à celles-ci. Nous allons aussi démontrer la pertinence des enseignes dans l'étude des attitudes et comment elles peuvent être révélatrices de ces dernières.

### VIII.1. Définition de l'enseigne commerciale

Une enseigne commerciale est une inscription, forme ou image apposée sur un immeuble, ou située sur un terrain, portant sur une activité qui s'y exerce. Elle permet aux clients d'identifier le local d'exploitation. C'est aussi une forme de publicité. Elle joue un rôle d'intermédiaire entre le vendeur et l'acheteur et permet d'assurer une relation intime entre ces derniers. Elles sont régulées par des lois spécifiques.

### VIII.2. L'enseigne commerciale et le langage

Dans leur article publié en 1997, LANDRY et BOURHIS<sup>62</sup>, mettent l'accent sur la fonction informative et symbolique du marquage linguistique de l'espace par

---

<sup>60</sup> CANUT, C., « Subjectivité, imaginaires et fantasmes des langues : la mise en discours « épilinguistique », In. *Langage et société*, MSH, No. 93, pp. 71-97, Paris, 2000, p. 76. <https://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2000-3-page-71.htm> consulté le 30/12/2021.

<sup>61</sup> MORSLY, D., « Attitudes et représentations linguistiques », In. *La Linguistique*, Ed. PUF, Vol. 26, 1990, pp. 77- 86, p. 80. <https://www.jstor.org/stable/30247933> consulté le 30/12/2021.

<sup>62</sup> LANDRY, R., BOURHIS, R.Y., Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality An Empirical Study, In. *Journal of Language and Social Psychology*, Vol. 16, No.1, Ed. Sage Publications, Montreal, 1997, pp. 23-49.

différents moyens comme les panneaux de signalisation, les noms des lieux et les enseignes étatiques et privées...

### **VIII.2.1.La fonction informative**

D'un côté le marquage de l'espace sert d'une marque distinctive du territoire géographique habité par une communauté linguistique donnée et cerner les limites territoriales du groupe linguistique qu'il abrite par rapport aux autres communautés linguistiques habitant des territoires voisins.

D'un autre côté, puisque les territoires linguistiques sont rarement homogènes, ce marquage peut nous renseigner sur la situation sociolinguistique et les différentes langues qui coexistent dans ledit territoire. Les enseignes peuvent être unilingue, bilingue, trilingue...selon les langues utilisées dans la région, ainsi, l'absence ou la prédominance d'une certaine langue est l'indicateur d'une situation de diglossie.

### **VIII.2.2.La fonction symbolique**

L'absence ou la présence de la langue d'un individu dans le marquage de l'espace, surtout dans les situations de plurilinguisme, a un effet sur ces sentiments. Par exemple, lorsqu'une langue minoritaire est employée dans les panneaux ou les enseignes étatiques ou privées, un sentiment d'inclusion est produit chez les membres de ce groupe minoritaire. C'est alors un moyen de montrer l'intérêt que porte le gouvernement ou la société en général sur les différents groupes ethniques ou linguistiques qui composent ladite société. Cela va encourager les membres de ce groupe linguistique à valoriser leur langue.

En revanche, l'exclusion d'une des langues présentes dans la société, entraînant une situation diglossique, pourra signifier que cette langue est moins valorisante et n'a aucun statut dans la société. Cela pourra engendrer deux situations : soit une insécurité linguistique au sein des membres dudit groupe qui va les pousser à adopter la langue dominante et abandonner leur langue maternelle, soit elle va consolider les relations entre les membres du groupe et des activistes vont émerger pour réclamer cette inégalité auprès du gouvernement.

## **Conclusion**

Les attitudes et les représentations linguistiques sont un domaine de recherche récent de la sociolinguistique qui tire son origine de la psychologie sociale. L'étude des attitudes et représentations linguistiques est multidimensionnelle, elle prend en considération les différents phénomènes langagiers, particulièrement ceux liés au multilinguisme. Elles sont manifestées chez les individus par un ensemble de comportements tels l'insécurité linguistique, l'hypercorrection ou l'hyper estimation de certaines variétés.

# **Chapitre 2**

## **Enquête de terrain et analyse des données**

Pour la partie empirique de notre travail, nous avons mené une enquête de terrain concernant les attitudes et les représentations linguistiques vis-à-vis des enseignes commerciales dans quatre points d'enquête dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Dans ce chapitre, nous allons décrire la manière de déroulement de l'enquête de terrain et le recueil des données, ensuite, nous allons procéder à l'analyse des données quantitatives puis qualitatives.

## **I. Description de l'enquête de terrain**

### **I.1. la pré-enquête**

Avant de mener notre enquête, nous nous sommes déplacés dans les quatre points d'enquête pour explorer et nous familiariser avec les régions que nous ne connaissons pas. Durant cette étape, nous avons sélectionné notre échantillon représentatif en discutant avec quelques commerçants et en expliquant le but de notre enquête. Nous avons pris rendez-vous pour la réalisation des entretiens après avoir pris leurs consentements pour enregistrer leurs propos sous-forme de document audio.

### **I.2. L'observation**

L'observation a été faite durant chaque visite dans les lieux d'enquête, nous avons observé les enseignes commerciales, et nous avons pris le maximum des photos afin de déterminer plus tard notre échantillon représentatif de 120 photos au total. Durant cette étape, nous avons rencontré quelques difficultés car certaines personnes ne nous ont pas permis de prendre des photos. Nous avons dû leur expliquer et les convaincre que ce n'était que pour une recherche scientifique et non pas pour d'autres raisons.

### **I.3. Les entretiens semi-directifs**

Comme nous l'avons mentionné dans l'introduction, l'entretien semi directif est utilisé dans les études en sciences humaines et sociales qui portent sur les représentations et les attitudes, car c'est le meilleur moyen pour la récolte des données qualitatives. Il permet au chercheur d'envisager les thèmes pertinents pour sa problématique de recherche sans toutefois le limiter dans des questions précises. Il a alors le libre choix de choisir la manière la plus convenable pour interviewer l'enquêté tout en restant dans le cadre de son thème.

Nous avons réalisé quatre entretiens dans chaque point d'enquête, ce qui fait 16 entretiens au total. La durée de chaque entretien varie entre trois à sept minutes. Nous avons enregistré pendant une durée d'une heure et trois minutes au total.

### **I.3.1. Le guide d'entretien**

Avant la réalisation des entretiens, nous avons envisagé un guide d'entretien qui se compose des différents thèmes à aborder. Nous l'avons structuré comme suit :

Le premier thème abordé les informations personnelles des enquêtés, la première question sera alors : **Présentez-vous s'il vous plaît ?**

A partir de cette question nous allons obtenir le nom, l'âge, le niveau d'instruction et leur région. Ces données sont nécessaires pour l'étude des attitudes, elle nous permet de tester leurs pertinences avec les comportements langagiers des locuteurs. Nous avons mentionné auparavant que les attitudes linguistiques ne sont pas innées donc elles peuvent être influencées par l'âge, le sexe, le contexte spatio-temporel...

Le deuxième thème abordé est celui de la langue maternelle : **quelle est votre langue maternelle ?**

Après avoir su la langue maternelle des locuteurs, nous pourrions dégager leurs attitudes envers elle. En cas de langue maternelle berbère, cette question nous permet aussi de savoir l'appellation favorisée par les enquêtés, c'est-à-dire, nous pourrions savoir s'ils préfèrent la désigner par : kabyle, berbère ou tamazight...

Le troisième thème que nous avons abordé c'est les différentes langues qu'ils utilisent au quotidien : **Quelles sont les langues que vous utilisez au quotidien ?**

Nous savons que la majorité des algériens pratiquent au moins deux langues, cette question nous permet de savoir quelles sont les langues qu'ils pratiquent, et dans quels contextes sont-elles employées. Cela va nous renseigner sur la fonction de chaque langue.

Le quatrième thème porte sur le nom du magasin ou de la boutique : **Quel est le nom de votre boutique ?**

Cette question est une question de transition, nous l'avons utilisée pour aborder le sujet des enseignes, plus précisément la langue des enseignes.

Le cinquième thème est celui de la langue utilisée pour la transcription de l'enseigne : **En quelle langue est-elle écrite ? Quelle transcription avez-vous choisie ?**

Ces deux questions sont inter-liées, premièrement nous allons nous renseigner sur la langue utilisée puis nous allons savoir la transcription qu'ils ont choisi car il se peut qu'ils ont choisi une transcription inhabituelle i.e. des fois on trouve des enseignes écrites en français mais avec des caractères arabes ou vice-versa une enseigne écrite en langue arabe mais transcrite en caractères latins. De plus, s'ils ont choisi la langue amazighe, nous allons nous renseigner sur la transcription choisie vu qu'il existe trois transcriptions différentes : transcription latine, arabe et tifinaghe.

La prochaine question porte sur les raisons pour lesquelles ils ont choisi telle ou telle langue : **Pourquoi vous avez choisi cette langue ?**

Cette question va nous enseigner sur les attitudes et les représentations des locuteurs vis-à-vis de la/ ou des langues utilisées.

Nous avons posé une autre question pour les locuteurs qui ont choisi plus d'une seule langue : **Par quel ordre sont-elles écrites ?**

Pour savoir l'enchaînement de ces langues et les raisons pour lesquelles ils ont décidé de mettre une langue en premier lieu ou en dernier lieu...

Le sixième thème abordé était le sujet des enseignes écrites en tamazight : **Que pensez-vous des enseignes écrites en tamazight ?**

Cette question va nous renseigner sur les attitudes et les représentations des enquêtés envers la langue amazighe.

Dans le même thème, nous avons posé la question suivante aux commerçants qui ont utilisé une autre langue que tamazight : **Voudriez-vous écrire votre enseigne en tamazight ?** Pour savoir la raison pour laquelle ils ne l'ont pas choisi et s'ils entendent choisir cette langue un jour.

La prochaine question porte sur la transcription qu'ils auraient choisi si leur réponse précédente était positive : **Quelle transcription choisiriez-vous ?**

Cette question a pour but de connaître leurs attitudes par rapport aux différentes transcriptions qu'on peut utiliser pour transcrire tamazight.

Le dernier thème est une question ouverte : **voulez-vous ajouter quelque chose ?** Elle est posée pour que les enquêtés puissent s'exprimer librement ou dire ce qu'ils ont oublié ou voulu de dire auparavant.

## **II. Analyse des données**

Dans cette partie, nous allons répondre à notre question de départ : « Quelles sont les attitudes et les représentations des locuteurs vis-à-vis des langues des enseignes commerciales ? »

Pour cela, nous allons tout d'abord analyser les données de l'observation en dépouillant les photos que nous avons prises, puis nous allons classer les enseignes selon différents critères : selon la langue, selon la disposition des langues et selon la graphie.

Ensuite, nous allons analyser les données de l'entretien pour dégager les attitudes et les représentations linguistiques des enquêtés et expliquer les résultats quantitatifs de l'observation par les données des entretiens.

### **II.1. Analyse des données de l'observation**

#### **II.1.1. Classification des enseignes selon les langues**

Dans cette partie, nous allons classer les données que nous avons recueillies dans le premier temps de notre enquête, c'est-à-dire, durant l'observation. Il s'agit de classer les 30 enseignes commerciales relevées dans chaque point d'enquête selon leurs types : monolingue, bilingue ou trilingues. Le tableau ci-dessus représente le nombre d'enseignes de chaque catégorie :

Point d'enquête	Enseignes unilingues	Enseignes bilingues	Enseignes trilingue
Azazga	19	11	0
	63,3%	36,7%	0%
Azeffoun	19	11	0
	63,3%	36,7%	0%
Boghni	12	16	2
	40%	53,3%	6,7%
Draa el Mizan	20	9	1
	66,7%	30%	3,3%

Tableau 2: classification des enseignants.

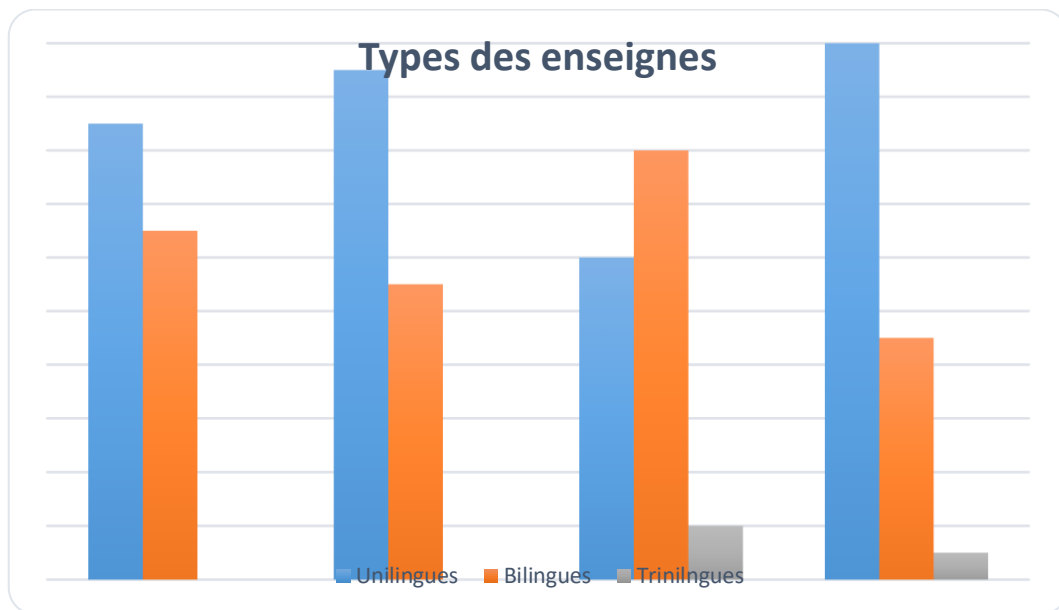


Figure 1: graphique des types des enseignants.

Nous remarquons que le nombre des enseignants unilingues est supérieur à celui des enseignants bilingues et trilingues, et ce dans les trois points d'enquête : Azazga, Azeffoun et Draa El Mizan, sauf à Boghni où nous constatons que le nombre des enseignants unilingues est égal à celui des enseignants bilingues.

### II.1.1.1. Classification des enseignes unilingues

Le tableau ci-dessous représente le nombre des enseignes unilingues dans les quatre points d'enquête :

Région	Nombres des enseignes unilingues		Fréquenc e	Pourcentag e
Azazga	Arabe	0	0/19	0%
	Kabyle	0	0/19	0%
	Français	19	19/19	100%
	Anglais	0	0/19	0%
Azeffoun	Arabe	0	0/19	0%
	Kabyle	0	0/19	0%
	Français	17	17/19	89,5%
	Anglais	2	2/19	10,5%
Boghni	Arabe	0	0/12	0%
	Kabyle	0	0/12	0%
	Français	10	10/12	83,3%
	Anglais	2	2/12	16,7%
Draa el Mizan	Arabe	2	2/20	10%
	Kabyle	0	0/20	0%
	Français	15	15/20	75%
	Anglais	3	3/20	15%

*Tableau 3: tableau des enseignes unilingues.*

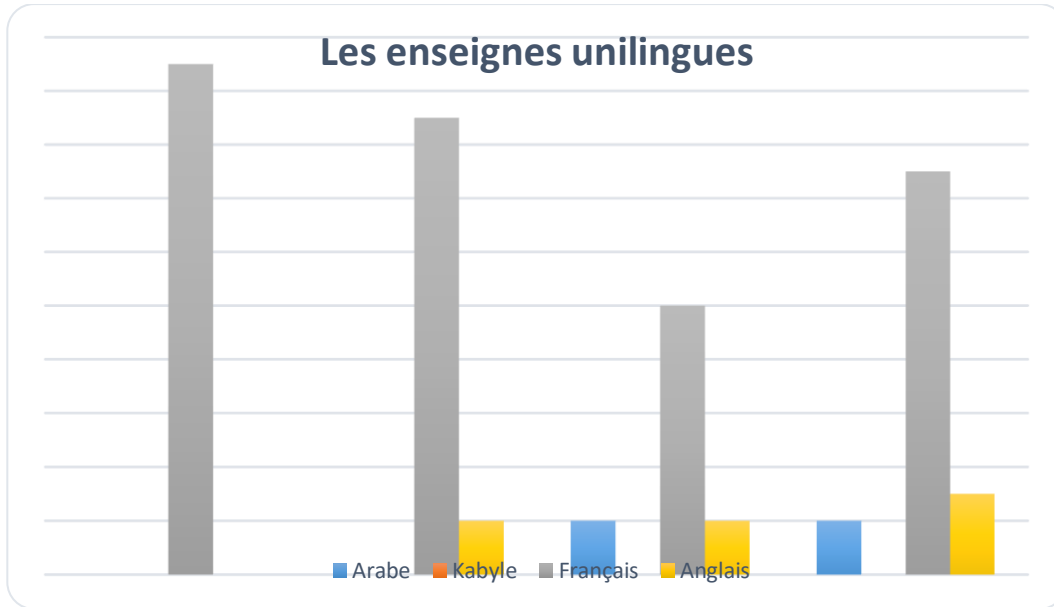


Figure 2: graphique des enseignes unilingues.

A travers ce tableau, nous remarquons la dominance des enseignes écrite en langue française, et ce dans toutes les localités avec les pourcentages suivants : 100% à Azazga, 89,5% à Azeffoun, 83,3% à Boghni et 75% à Draa El Mizan,

En second lieux en retrouve la langue anglaise avec les pourcentages suivants : 10,5% à Azeffoun, 16,7% à Boghni et 15 % à Draa El Mizan.

Les enseignes écrites en arabe sont rare à Draa El Mizan 10% et inexistantes dans les autres localités.

Nous n’avons trouvé aucune enseigne monolingue kabyle dans ces quatre points d’enquête.

### II.1.1.2. Classification des enseignes bilingues

Ce tableau représente les enseignes écrites en deux langues soit : français-kabyle, français-arabe ou français-anglais :

Région	Nombre des enseignes bilingues	Fréquenc e	Pourcentag e	
Azazga	Français -kabyle	2	2/11	18,18%
	Français –arabe	5	5/11	45,45%
	Français -anglais	4	4/11	36,3%
Azeffoun	Français -kabyle	6	6/11	54,5%

	Français -arabe	4	4/11	34,4%
	Français -anglais	1	1/11	9,09%
Boghni	Français -kabyle	6	6/16	37,5%
	Français –arabe	8	8/16	50%
	Français –anglais	2	2/16	12,5%
Draa el Mizan	Français -kabyle	0	0/10	0%
	Français -arabe	6	6/9	66,7%
	Français -anglais	3	3/9	33,3%

Tableau 4 classification des enseignes bilingues.

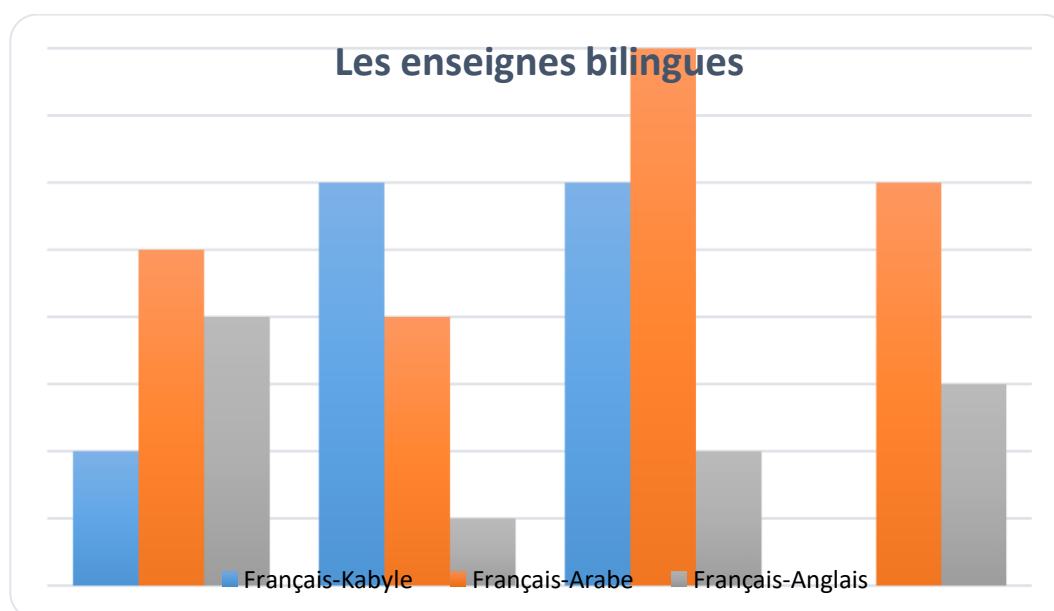


Figure 3: graphique des enseignes bilingues.

Le nombre des enseignes bilingues français-arabe est élevé dans les trois localités suivantes : Boghni et Draa El Mizan et à Azazga à 45,45%, 66,7% et 38,5% respectivement. Par contre à Azeffoun ce sont les enseignes écrites en français-kabyle qui dominent à 54,5%.

À Azazga et à Draa El Mizan on retrouve les enseignes écrites français-anglais en second lieu à 30,8% et 33,3%.

Les enseignes bilingues français-kabyles sont rares à Azazga 18,18% et inexistantes 0% à Draa El Mizan.

### II.1.1.3. Les enseignes trilingues

Les enseignes trilingues sont très rares dans les points d'enquêtes que nous avons choisis. En effet, nous avons retrouvé uniquement **deux** enseignes trilingues français-kabyle-arabe à Boghni et **une seule** français-anglais-arabe à Draa El Mizan. À Azazga et à Azeffoun nous n'avons trouvé aucune enseigne trilingue.

### II.1.2. Classification des enseignes selon la disposition des langues

La disposition des langues figurantes dans les enseignes bilingues ou trilingues peut être indicatrice des attitudes linguistiques des locuteurs. Après l'analyse de notre corpus, nous avons constaté qu'il existe deux sortes de disposition des langues : placer les enseignes au même niveau ou placer une langue en premier lieu suivie par les autres langues en dessous.

Lorsque les deux langues sont au même niveau, les locuteurs ont la même considération pour les deux langues, les mêmes attitudes. Nous avons relevé six enseignes de cette catégorie, soit 12,2% des (46) enseignes bilingues,

Parmi les (40) enseignes bilingues et trois enseignes trilingues, où les langues sont placées l'une en dessous de l'autre, nous constatons que les langues qui prennent la première position sont le française (22 enseignes, soit 51,16%) suivie par l'arabe (dix enseignes, soit 23,25%), tamazight (sept enseignes, soit 16,27%), enfin l'anglais (trois enseignes, soit 6,97%)

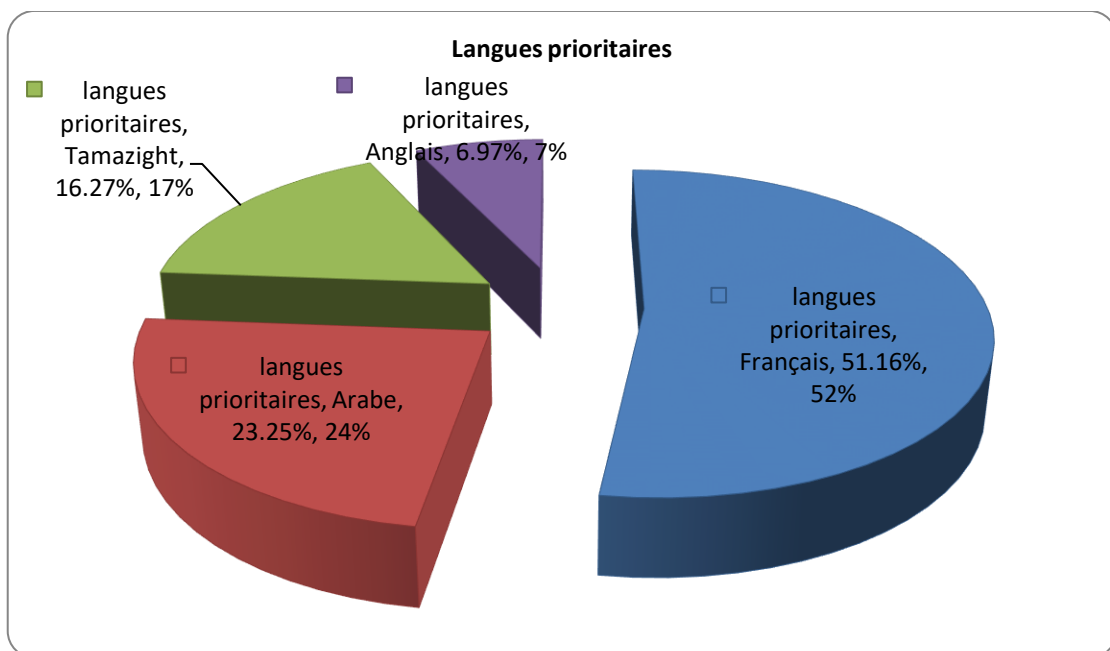


Figure 4 : graphique des langues prioritaires.

### II.1.3. Classification des enseignes selon la graphie

La première des choses qu'on peut remarquer en observant le paysage linguistique d'un espace plurilingue, c'est probablement les différents types de graphies existantes. Dans notre cas, nous avons constaté trois types de graphies : la graphie latine, l'alphabet arabe et le tifinaghe.

Nous pouvons classer les enseignes selon trois catégories : monographique, bigraphiques et trigraphique.

#### II.1.3.1. Les enseignes monographiques

Le tableau ci-dessous représente la classification des enseignes commerciales selon le type de la graphie utilisée pour la transcription des enseignes monographiques.

Point d'enquête	Transcription latine	Transcription arabe	Transcription tifinaghe
Azazga	25 100%	0 0%	0 0%
Azeffoun	25 100%	0 0%	0 0%
Boghni	22 100%	0 0%	0 0%
Draa el Mizan	21 87,5%	2 12,5%	0 0%

*Tableau 5 : tableau de la classification des enseignes monographiques.*

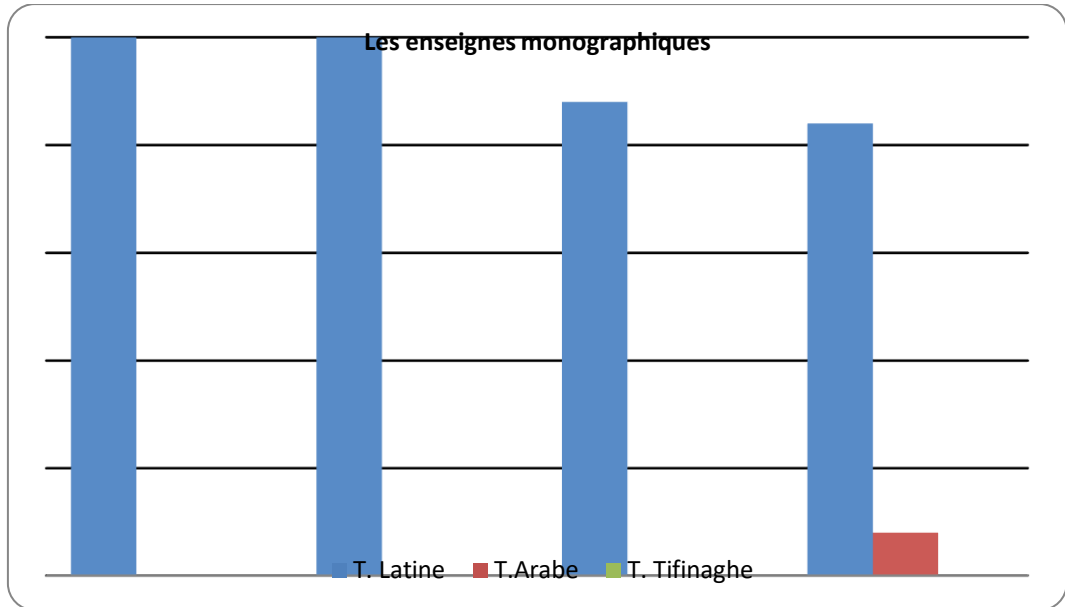


Figure 5: graphique des enseignes monographiques.

Nous constatons que la majorité des enseignes monographiques sont écrites en caractères latins, et cela dans tous les points d'enquête. En effet, 100% des enseignes commerciales monographiques sont écrites en caractères latin à Azazga, à Azeffoun et à Boghni. À Draa El Mizane, 82,5% des enseignes sont écrites en caractères latins et 12,5% sont en caractères arabe. Aucune enseigne monographique n'est écrite en tifinaghe dans toutes ces localités.

### II.1.3.2. Les enseignes bigraphiques

Le tableau ci-dessous représente la classification des enseignes commerciales bigraphiques. Nous les avons classées selon trois catégories : transcription latine+arabe, transcription latine+tifinaghe et transcription tifinaghe+arabe.

Point d'enquête	Transcription latine+arabe	Transcription latine+tifinaghe	Transcription tifinaghe+arabe
Azazga	5	2	0
	71,4%	28,6%	0%
Azeffoun	2	3	0
	40%	60%	0%
Boghni	5	1	1



### II.1.4. Discussion des résultats

L'affichage commercial dans les quatre points d'enquête nous renseigne sur une situation de plurilinguisme. En effet, l'environnement graphique de ces localités se caractérise par la domination de l'unilinguisme français et de bilinguisme français-arabe ou français-anglais. Cependant, les enseignes monolingues écrites avec la langue kabyle ou arabe sont rares dans la majorité des cas.

Les commerçants préfèrent alors, écrire leurs enseignes en langues étrangères plus particulièrement en français et/ou en anglais.

Dans le cas où ils choisissent d'employer une langue nationale (arabe ou kabyle), ils les accompagnent, dans la majorité des cas, par une langue étrangère.

En termes de graphie, la majorité des locuteurs préfèrent utiliser la graphie latine, soit pour la transcription des langues étrangères, soit pour la transcription de langue amazighe. La graphie arabe par contre est réservée qu'à la transcription de la langue arabe. La graphie tifinaghe pour la transcription de langue amazighe peut être constatée mais d'une fréquence non-remarquable.

Nous avons remarqué que toutes les enseignes monolingues français ou anglais ou bilingues français-anglais sont rédigées avec la graphie usuelle propre à ces langues, c'est-à-dire, la graphie latine. Dans le cas des enseignes monolingues arabe nous avons constaté qu'ils utilisaient souvent la graphie arabe. A ce stade-là, aucune anomalie n'est constatée, car il est logique d'utiliser la graphie usuelle lorsqu'on transcrit une langue. Par contre, lorsqu'un locuteur transcrit une langue en utilisant une graphie qui appartient à une autre langue, cela est sans doute un choix motivé. Cette graphie peut lui paraître plus belle, plus sophistiquée, ou plus appréciée que la graphie d'origine. C'est alors les représentations qu'il a de ces graphies qui jouent un rôle sur son choix. Parmi les (24) enseignes bilingues français-arabe, le choix de la graphie latine peut être observé sur cinq enseignes, soit 20,9%, pour la transcription des passages en arabe.

Pour la transcription des enseignes monolingues kabyles ou bilingues français-kabyle ou arabe-kabyle, plusieurs choix peuvent être faits. Le fait que la langue amazighe peut être transcrite par trois graphies différentes donne l'occasion aux locuteurs d'avoir des préférences en fonction des attitudes et des représentations que ces différentes transcriptions évoquent chez lui.

Nous avons constaté que les enseignes bilingues français-kabyle sont presque toutes écrites par les caractères latins (sept enseignes soit 53,9%) ou par deux graphies latin-tifinaghe (six enseignes, soit 46,1%).

Les enseignes commerciales trigraphiques ne sont retrouvées que dans les rares cas où l'on choisit d'utiliser trois langues : tamazight, arabe et français et employer les graphies tifinaghe, arabe et latine respectivement.

## **II.2. Analyse des entretiens**

Dans cette partie, nous allons analyser les propos des enquêtés et interpréter les résultats de l'observation afin de répondre à notre problématique qui porte sur les motivations de choix des langues des enseignes. Nous allons dégager les attitudes et les représentations des locuteurs vis-à-vis des différentes langues qui constituent le paysage linguistique et interpréter les résultats de l'observation.

### **II.2.1. L'utilisation des langues**

#### **II.2.1.1. La langue maternelle**

La langue maternelle c'est la langue première ou la langue usuelle du locuteur. Selon MACKEY : « *La plupart des langues maternelles sont des amalgames des dialectes qui se fondent les uns dans les autres et parfois se confondent avec des langues voisines ou apparentées.* »<sup>63</sup> En Algérie, on y retrouve plusieurs langues maternelles à savoir les différents dialectes de la langue amazighe et le dialecte arabe avec ses différents régiolectes.

En situation de plurilinguisme où plusieurs langues ou plusieurs variétés d'une langue sont présentes, la question de langue maternelle vient déterminer l'appartenance d'un individu à un groupe ethnique ou culturel donné. « *Attribuer une langue première à une personne bilingue déterminé souvent son potentiel social, économique et politique, [...]. L'attribution d'une langue ou variété de langue à l'individu détermine son identité ethnique et culturelle, sa classe sociale et sa nationalité.* »<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup> MACKEY, W.F., « Langue maternelle, langue première, langue seconde, langue étrangère », In. *Sociolinguistique. Concepts de bases*, op.cit., p. 184.

<sup>64</sup> Ibid.

La langue maternelle préserve l'héritage identitaire de façon directe et détermine l'appartenance d'un individu à un groupe donné. Bien que l'identité résulte d'une représentation de soi, elle est reliée à l'Autre. En effet, l'Autre permet à l'individu de se situer par rapport à qui il est, à ses valeurs, à ses représentations. Par ses ressemblances et ses différences avec l'Autre, il redéfinit sans cesse son identité.

Nos enquêtés ont tous affirmé que leur langue maternelle était le kabyle, par cette affirmation ils indiquent leur appartenance à un groupe linguistique bien particulier et se distinguent des différents groupes linguistiques du pays. Selon KAHLOUCHE<sup>65</sup>, la perception que les kabyles se font d'eux-mêmes a connu un changement remarquable vers la fin du 19<sup>ème</sup> siècle. Après avoir longtemps dévalorisé leurs langues et leurs origines, les kabyles ont gagné une certaine fierté avec leur appartenance à ce groupe.

La désignation que les locuteurs choisissent pour leur langue est aussi un moyen indiquant leurs appropriations et les représentations qu'ils se font d'elle. Cela est capital lorsqu'il s'agit des langues des anciennes colonies qui ont été dévalorisées par les colonisateurs.

La majorité de nos informateurs ont indiqué que leur langue maternelle était soit « la langue kabyle », soit « le dialecte kabyle », soit « kabyle » tout simplement. Cela implique que les locuteurs ont différentes représentations sur cet idiome. Chose qui est justifiable vu que même dans la littérature scientifique, cela est un grand sujet de débat ; il existe des chercheurs qui considèrent le kabyle comme un des dialectes de la langue amazighe et ceux qui considèrent ces dialectes comme des langues à part.

OS : « *taqbaylit*. »

O : « la langue kabyle. »

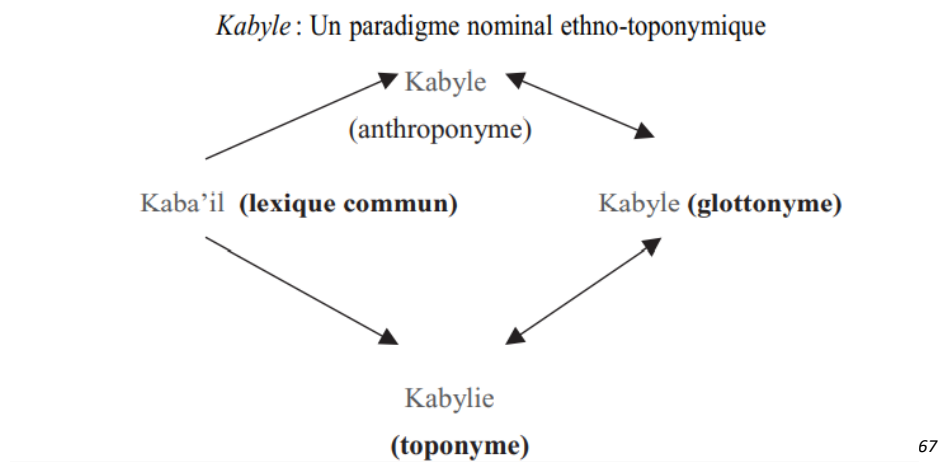
Y.H : « kabyle. »

---

<sup>65</sup> KAHLOUCHE, R, « l'auto valorisation sociale et ses effets sur le sentiment identitaire, les attitudes et les pratiques linguistiques en Kabylie », In. *Acte de colloque international : Plurilinguisme et identité au Maghreb*, Rouen, 2 et 3 Mai 1996, pp. 01-07.

Etymologiquement, le terme kabyle vient de l'arabe « قبيلة » [kabila], il désigne en premier lieu le « peuple » kabyle, puis l'espace auquel appartient ce peuple « la Kabylie », et enfin la langue de ce peuple « le kabyle ».

« La forme plurielle *qabayl* [qabai:l] donnera naissance à l'ethnonyme francisé kabyle [kabil], lequel se confondra avec la forme glottonymique kabyle. C'est cette base dénominative qui servira, sous l'occupation française, à la construction du toponyme Kabylie et la boucle est bouclée. Par cette description, nous voyons combien la dénomination de la langue est étroitement liée à celle de la personne et de son espace. Les trois constituent les composantes essentielles de l'identité individuelle et collective. À une identité spatiale et historique réelle va se substituer une identité utopique créée de toute pièce par et pour le discours idéologique. »<sup>66</sup>



Quatre enquêtés ont affirmé que leur langue maternelle était tamazight puis ils ont ajouté kabyle ou dialecte kabyle.

N.K : « c'est tamazight, c'est kabyle c'est kabyle. »

G : « bah...c'est tamazight c'est la langue maternelle, c'est tamazight avec le dialecte kabyle voilà. »

C.R : « *d tamaziyt, d taqbaylit* bien évidemment. »

La dénomination « amazighe » a des représentations spécifiques chez les locuteurs, elle symbolise la revendication d'identité et l'appartenance à un peuple

<sup>66</sup> SADAT-YERMÈCHE, O., « La dénomination des langues, des territoires, et des personnes en Algérie ou l'itinéraire conjoncturel des noms », In. *Études et Documents Berbères*, vol. 33, no. 1, 2014, pp. 27-44. <https://doi.org/10.3917/edb.033.0027> consulté le 06/01/2022.

<sup>67</sup> Ibid. p. 40.

millénaire. Ce terme archaïque réapparu avec les revendications des nationalistes en 1949, vient représenter tout le peuple nord-africain et remplacer le terme « berbère » dont la connotation est péjorative.

*« La renaissance ou la régénération de ce terme représente un geste symbolique volontaire qui exprime un repositionnement identitaire par un retour affiché et affirmé aux origines. En choisissant de faire revivre et de sur-revaloriser d'anciennes dénominations et de se désigner par un terme autochtone, existant dans leur langue et correspondant davantage à la représentation qu'ils se font de leur identité et non par un nom d'emprunt, ils affichent leur volonté de mettre en avant leur généalogie ancestrale et réaffirment par là-même leur identité territoriale, généalogique et linguistique par l'affirmation de l'être historique. »<sup>68</sup>*

### II.2.1.2. L'usage des langues selon le contexte

La majorité des enquêtés étaient des locuteurs trilingues (09), quatre informateurs parlent quatre langues, deux informateurs parlent d'eux langues et seulement un locuteur affirmait qu'il était monolingue kabyle. Ce bilinguisme était apparent dans leurs discours, car ils utilisaient tous deux ou trois codes linguistiques avec des fréquences relativement différentes.

Type des locuteurs	Langue(s) parlée (s)	Nombre des locuteurs
Monolingue	Kabyle	1
Bilingue	Kabyle -arabe	1
	Kabyle -français	1
Trilingue	Kabyle-français-arabe	8
	Kabyle-français -anglais	1
Locuteurs parlant 4 langues	Kabyle-français -arabe - anglais	4

*Tableau 16: types des locuteurs et langue(s) parlée(s).*

Ces langues sont utilisées dans des contextes bien déterminés, ils attestent que l'utilisation des langues ne dépend pas du milieu en soi, mais en fait, de la langue de leurs interlocuteurs.

<sup>68</sup> SADAT-YERMÈCHE, O., Ibid. pp. 36-37.

À la maison, ils utilisent la langue kabyle, cela est dû au fait que tous les membres de la famille partagent la même langue maternelle et ne se sentent pas l'obligation d'utiliser une autre langue. Occasionnellement, ils utilisent des alternances en français ou des emprunts au français.

B.A : « s teqbaylit. »

C.R : « on utilise la langue maternelle, la langue kabyle mais généralement texleđ akkagi ceṭṭuḥ ṭrumit deg-s. »

Un seul locuteur affirme utiliser l'arabe à la maison mais dans une situation bien particulière.

Y.H : « euh... kabyle *akked* des fois le français *ney* l'arabe *akked iqṛar mi ten-nesyaray* ».

Dans des situations de socialisation ou avec leurs amis les informateurs utilisent généralement le kabyle et/ou le français. La langue arabe n'est utilisée que si leurs amis étaient arabophones.

Y.H : « les amis généralement euh d *taqbaylit ney* le français voilà ».

K.M : « *kifkif* pareil généralement kabyle avec quelques mots français.

G : avec mes amis j'ai des amis arabophones aussi kabyles alors...chaque fois comment tout dépend des amis, y'a des amis qui parlent arabe, y'a des amis qui parlent kabyle, même des amis qui aiment parler en français. »

Au travail, ils utilisent le kabyle, le français, l'arabe ou l'anglais, ils affirment tous qu'ils s'adaptent à la langue que le client utilise.

C.R: « d *taqbaylit*, après chaque *yiwen amek i d-iruh ad as-nehder*, la manière-*is*, *ma iruh-d d aεrab ad as-nehder s taεrabt ma iruh-d d aṛumi ad as-nehder s ṭrumit*, *ma iruh-d s l'angalis ad as-nehder s* l'anglais. »

B: « parce que *tamezwarut*, *taqbaylit dagi yur-ney dagi* au niveau local *taqbaylit i yellan dagi*, *tt3eddin-d merṛa merṛa si leḡwayeh-agi n waεraben nherrer ikkid-sen s taεrabt*, *ttilin merṛa merṛa* les clients-*nney* c'est les immigrés *ttilin* des francophones *nhedder ikkid-sen s tefransist*. »

B: « *tekcem-d yer yur-ney ar dagi yiweth* une cliente *dagi c'est une anglaise nehderikid-s s teglizit*. Mais *wagi* c'est un cas particulier *yiwet waḥd* six (06) mois *ay-agi neyacu*. »

Un des informateurs atteste qu'il utilise le français car certains termes n'existent pas en kabyle. C'est un moyen de combler les lacunes de la langue kabyle.

Y.H : « la différence parce que des fois *tezriɖ amek*, surtout *nekkni dya tura dagi i* la bijouterie, le poids *nhedder-it-id* en français, les prix *dayen kifkif*, la qualité *n waynat* euh la matière *ney acu s nhedder-it* généralement en français, *ha-t-aya ssebba ayyer*. »

### II.2.2. Motivations du choix des langues des enseignes

Pour la question du choix de langue des enseignes, nous avons eu des réponses divergentes car nous avons interviewé des commerçants ayant choisi des langues différentes pour leurs enseignes pour pouvoir déterminer les motivations de choisir telle ou telle langue.

NK: « en français. »

G: « bah...c'est ....écrite en.....tifinagh en ...latin et en français bien sûr. »

O : « *s trumit* en français. »

Z.A : « en français, en kabyle aussi *s tfinay*. »

Y.H : « en français.»

K.M : « en français.»

B : « en français. »

OS : « c'est latin en anglais.»

Pour le choix de langue française qui est, comme nous l'avons vu plus haut, la langue la plus utilisée pour la transcription des enseignes, les enquêtés ont justifié ce choix par la possibilité pour tous les clients de comprendre cette langue. Pour eux c'est la langue véhiculaire du pays ; tous les algériens quelle que soit leur langue usuelle peuvent comprendre le français. C'est alors la meilleure langue pour communiquer avec leurs clients. Leur attitude favorable à l'égard de cette langue a alors une fonction d'instrumentalisation.

NK : « donc c'est une langue oh... donc utilisée par la plupart de mes confrères donc c'est pour ça. »

Z.A : « ici en Algérie, on utilise beaucoup la langue française, c'est la deuxième langue. »

C.R : « parce que *dagi* généralement, *d tarumit*, elle est ouverte pour tout le monde, *fehmen-tt akk*, donc *nketteb akkagini* dans la région ad d-tafed ketben *akkagi s trumit*. »

B : « parce que c'est une langue connue par tout le monde en Algérie, *ssnen-tt leqbayel ssnen-tt waɛraben ssnen-tt* même les étrangers *mi ad ilin dagi* les immigrés *ney d tagi. lh.* »

Quelques enquêtés ont affirmé qu'ils ne peuvent pas écrire leurs enseignes en langue arabe. Ils préfèrent utiliser le français. Pour eux la langue arabe n'est pas aussi attirante que la langue française.

A.Y : « Parce que généralement *d tagi s taɛrabt ur kettebey ara s taɛrabt s* le français bien sur je préfère *ad hedrey s* le français *wala taɛrabt.* »

S.H : ***i taɛrabt ayyer ?***

A.Y : « *ala xati.* »

B.A : « Bon la région-*nnegh nekkni dagi ma tfaqed* la Kabylie *sexdamen akk* le français, c'est pour ça, ttema lukan ad as-d-txedmed بائع الهاتف *negh amek akkeni chyel [rire] tfaqed?* même *lyaci wulfen tura s* le français, presque les publicité n la région kabyle *akk sexdamen* le français. »

Pour les enseignes bilingues ou trilingues, le choix a été fait pour différentes raisons. Le choix de la langue française ou arabe c'est pour arriver à transmettre le message aux personnes qui ne peuvent pas lire tamazight, ces deux langues sont perçues comme un simple outil de communication. Intégrer la langue kabyle, c'est une forme d'expression d'identité et de leurs origines. C'est alors la troisième fonction des attitudes : la fonction d'expression.

G : « bah ....c'est c'est ....c'est pour donner l'opportunité à... tout le monde de connaître la boutique aussi donnez quelques choses de particulier ... c'est donner quand même une petite touche différente parce que on a l'habitude de voir les panneaux juste écrits en arabe et en français alors on voulait changer un petit peu et c'est un petit peu aussi culturel c'est pour garder un petit peu notre culture. »

A.M : « c'est ma langue maternelle, celle que je préfère. »

Quelques enquêtés ont affirmé qu'ils n'ont pas eux-mêmes fait le choix, mais c'était la personne chargée de la réalisation de l'enseigne. Cela montre leur indifférence par rapport à la langue des enseignes, peut-être que pour eux toutes les langues sont pareilles.

Y.H : « euh bon sincèrement euh *asmi neldi dagi* ça fait *waḥd waḥd* huit ans *akkeni* euh... *win iyi-d-ixedmen* les panneaux-*agi n* la publicité... *ixdem-iten-id* en français c'est tout. »

O : « euh...c'est pas spécialement choisi mais euh...voilà j'ai un manque du temps *markay-t-id* juste *kan akagi* en français autrement *byiy ad-t-id-markiy* avec trois langues mais beaucoup plus cafétéria ça désigne cafétéria pour touristes c'est c'est c'est-à-dire *iwaken* euh... *ad tæqleḍ* voilà cafétéria *i yellan aka dagi* c'est pour déférer restaurant *ney* cafétéria *ney* tabac *ney*. »

Pour le choix de la graphie, les enquêtés ont mentionné que la graphie latine est plus attirante. Leurs attitudes sont construites à base de l'esthétique de la graphie.

B : « parce que c'est une écriture attirante, *tagi d tamezwarut* au même temps connue par tout le monde ».

Pour les enseignes écrites en kabyle, ils ont indiqué qu'ils ont choisi la graphie tifinaghe car c'est l'écriture originale de tamazight ; c'est l'écriture authentique. Ils veulent s'identifier en tant que amazighes en utilisant cette transcription.

A.M : « c'est celle que je préfère, c'est l'écriture de la langue kabyle.

G : « comme je l'ai déjà cité c'est en tifinagh puis tifinagh c'est l'original parce que l'origine de. Notre origine c'est ..tifinagh c'est c'est ...euh et puis ça c'est en latin et en dernier c'est en français voilà. »

De plus, ce dernier informateur la considère comme une façon pour attirer l'attention des gens curieux qui veulent savoir ce que cela signifie ou ceux veulent apprendre cet alphabet.

G : « bah tout ce qui est différent est intéressant et attirant lorsque c'est ce qu'on essaye de faire même des arabophones on a des gens qui ne comprennent pas le tifinagh

le tamazight quand ils voient ils observent ces écritures tfinaghes de loin ils se demandent c'est quoi ? Aussi de suite puis se rapprochent puis se donnent des questions c'est quoi ? C'est quoi cette lettre ? Du coup tu vends et tu expliques voilà c'est.... »

### II.2.3. Attitudes vis-à-vis des enseignes écrites en tamazight

Malgré les statistiques qui montrent un grand intérêt pour la transcription des enseignes commerciales en langues étrangères, les attitudes attestées à l'égard des enseignes écrites en tamazight ont été positives.

En interrogeant les commerçants qui ont utilisé la langue amazighe sur les raisons et les motivations de ce choix, ils ont déclaré que son utilisation était un moyen d'exprimer leur appartenance à un groupe linguistique et ethnique bien particulier, en d'autres termes, c'est un moyen de se distinguer et de se détacher de l'autre et mettre en avant leurs appropriations culturelles.

O : « parce que c'est ma langue maternelle. »

Les enquêtés qui ont choisi une langue autre que tamazight ont aussi éprouvé des attitudes positives envers les enseignes écrites en tamazight. Quelques uns attestent qu'il aurait choisi tamazight mais à cause de certaines circonstances, ils ont opté pour une autre langue. Ils ont ensuite exprimé leur volonté de changer la langue de leurs enseignes et choisir tamazight.

**S.H : Voudriez-vous écrire votre enseigne en tamazight ?**

K.M : « euh oui bon *awufan euh awufan awufan ad nekteb s tmaziyt* mais généralement y a des gens qui comprennent pas *تيفيناغ, qlil win tt-ifehmen tfinay-nni* tu vois. »

A.T : « j'ai pas eu l'idée de mettre tamazight c'est tout, sinon je vais la mettre, j'ai pas eu l'idée *ad tt-id-xedmey deg iqerruy-iw, zemmrey ad tt-xedmey*.[...] Et si je trouve une solution *amek ad tt-xedmey tura ad tt-xedmey*. »

A.Y : « Bien sur *zemrey ad tt-ketbey* [...] parce que *nekk d amaziγ daya izemrey ad d-iniy* [...] *ncallah* la Kabylie *akk ad tt-mmerkin s tmaziyt*. »

Un enquêté a exprimé son désir d'écrire son enseigne en trois langues commençant d'abord par tamazight.

**M.I : Voudriez-vous écrire votre enseigne en tamazight ?**

O : « bien sûr logiquement *yaeni* euh..ahentid *nkteb akk tina i tamezwarut umbæd ad narnu taerabt ad narnu tarumit* peu importe mais normalement *akk ankteb* les enseignes-*ina s tmaziyt*. »

O : « bien sûr biens sûr *niyak-d wellah ar d lewaqt i yi-tt-ikkxen nekkini imir* rapide *kan i tt-id-markay yesbay dya ur tt-id-markay ara s tmaziyt* autrement c'est logique *ad tili tmaziyt deg-s*. »

Le choix de la transcription de la langue amazighe est un large sujet de débat. Comme nous l'avons vu, il existe trois types de transcriptions, et derrière chacune d'elle, on retrouve des partisans qui cherchent à imposer leur préférée au détriment des autres. Leurs positions sont motivées par la symbolique derrière chaque graphie, cela a été bien expliqué DOURARI : « *L'essence du conflit, à notre sens consiste en le tranchement des variétés berbères, par la symbolique de graphie, soit à la francophonie, soit à l'arabophonie, c'est un conflit qui relève, aussi et dans une certaine mesure, de tentatives de contrôle de champs et de défense de statut social acquis* »<sup>69</sup>

Le choix de la transcription tfinaghe vient de fait qu'elle est considérée comme une écriture authentique qui symbolise « tamazight » ; il est à noter que quelques enquêtés ne distinguent pas entre langue amazighe et tfinaghe, pour eux la langue tamazight est tfinagh.

NK : « c'est les lettres en tamazight donc c'est les lettres en tamazight tfinagh. »

Y.H: « *aah* bon *zemmrey ad tt-ketbey s tfinay[...]*s *tfinay*, bon *tfinay* parce que *d... d tfinay d lhağa i ylaqen ad d-tban tura* sur le terrain, *ad tt-tællmen, ad tt-yren*, parce que des fois la curiosité *mi ara twaliđ akka tmarka s tfinay* bon l'alphabet c'est vrai un peu *tewæer ciṭah*, mais des fois [...] *safik* déjà *mi ara twaliđ akken* un panneau *immerka usawenen* français *tzemmređ ad t-id-teyređ umbæd tfinay* tu peux tu peux comparer l...l...l'alphabet-*nni*. »

A.Y: « *S tfinay. [...] D tagi i d taqbaylit, d tagi i tamaziyt*. »

<sup>69</sup> DOURARI, A., « du symbole graphique au symbole identitaire ; les enjeux socioculturels de la normalisation des variétés berbères en Algérie » In. *Actes de colloque : Tamazight face aux défis de modernité*, HCA, Alger, 2002, p.262.

Par ailleurs, en dehors de l'aspect identitaire, certains locuteurs trouvent la transcription tfinaghe belle et attirante.

A.T: « tfinagh, parce que voilà la langue-*nni tcbeḥ*, déjà les chiffres les lettres-*nni cebḥen*, donc de préférence *ad tebæed* la langue tamazight plus *lektiba-yis*. »

De leur côté, les locuteurs qui préfèrent la graphie latine argumentent ce choix en disant que c'est la transcription qu'ils ont appris à l'école, donc elle est lue et comprise plus facilement, contrairement à la graphie tfinaghe qui n'est pas connue par tout le monde. Ainsi son utilisation permettra d'attirer l'attention des clients.

**MI : Quelle transcription choisiriez-vous ?**

OS : « *nekkin* je choisirai le latin parce que *tinna i neyra* déjà. »

O : « c'est le latin toujours c'est-à-dire c'est leurs nom *tezriḍ* après l'écriture *nni amek i ak-d-nniy* la fois passée bon *tfinay* oui mais c'est-à-dire eh... *a nissin cyel-nni ay isem is umbæd ad-nruḥ ar ... lektiba nni ad taruy s latin*. »

La transcription de la langue amazighe par la graphie arabe n'a reçu aucun avis favorable de la part de nos enquêtés. En effet, cette transcription n'est pas perçue comme une transcription légitime de la langue amazighe au point qu'ils ne l'ont même pas mentionné lorsqu'ils parlaient de la possibilité d'écrire leurs enseignes en tamazight. Lorsque nous avons mentionné cette transcription, les informateurs ont montré une attitude défavorable en la rejetant explicitement.

S.H : « **mais il y'a *dayen* le latin, *tella taerabt maci siwas tfinay* ? »**

K.M : « *zeema ad nekkeb tamaziyt s taerabt* ? »

S.H : « ***ih, ketben-tt s taerabt, ketben-tt s latin s les caractères latins***. »

K.M : « s latin peut-être, s latin peut-être mais *s taerabt euh...* elle a pas de sens. »

## Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons mené une enquête de terrain dans quatre villes de la wilaya de Tizi Ouzou : Azazga, Azeffoun, Boghni et Draa El Mizan, et ce dans le but de dégager les différentes langues utilisées pour la transcription des enseignes commerciales et d'analyser les motivations de ces choix.

Dans la première phase de notre enquête, nous avons constaté à travers l'analyse quantitative des enseignes que la majorité de celles-ci sont écrites en langues étrangères, notamment en langue française (58,33%). Les enseignes écrites en tamazight sont rares, en effet, la langue amazighe n'est utilisée que pour quelques enseignes bilingues ou trilingues, elle ne figure que sur 13,3% de l'ensemble des enseignes.

Dans la deuxième phase, nous avons interrogé (16) informateurs sur leurs attitudes et leurs représentations linguistiques, afin d'expliquer les résultats obtenus auparavant. Ils ont attesté que la raison pour laquelle ils ont utilisé le français c'est parce qu'elle est une langue comprise par tous les algériens. Pour nos enquêtés, l'utilisation de cette langue permet de communiquer avec le plus grand nombre des clients.

En les interrogeant sur les enseignes écrites en tamazight, leurs attitudes étaient toutes positives, ils déclarent tous leur volonté d'écrire leurs enseignes en cette langue. Ces propos, sont contradictoires avec les statistiques que nous avons obtenues après l'analyse des données de l'observation. Nous pouvons interpréter cette contradiction par plusieurs manières : la première est par le fait que les attitudes linguistiques peuvent être passives, c'est-à-dire qu'on peut voir des attitudes favorables envers une langue sans pour autant agir en termes de ces attitudes.

Deuxièmement, les attitudes linguistiques de ces locuteurs ne sont pas assez intenses pour qu'elles puissent avoir des effets sur les choix linguistiques des locuteurs.

Le troisième argument que nous pouvons donner c'est que les attitudes langagières de ces locuteurs ont changé avec le temps ; si on prend en compte la variable d'âge, et la théorie de malléabilité des attitudes, il se peut qu'ils aient développé ces attitudes favorables récemment.

Par ailleurs, il n'est pas improbable que les enquêtés aient donné des réponses autres que celles qu'ils pensaient vraiment car l'extériorisation verbale des attitudes est souvent difficile, même si ce n'était pas leur intention de ne pas dire la vérité. Cela est l'une des lacunes de l'approche directe que nous avons expliqué dans le premier chapitre. Nous ne pouvons pas savoir si leurs propos sont honnêtes.

# **Conclusion générale**

## Conclusion générale

Notre présente étude qui porte sur les attitudes et les représentations linguistiques des locuteurs vis-à-vis des enseignes commerciales, a pour but d'analyser les différentes langues qui peignent le paysage linguistique des villes de la wilaya de Tizi Ouzou et de comprendre les motivations de choix de chaque langue.

Afin de répondre clairement à notre problématique, nous avons cerné un cadre théorique et conceptuel où nous avons défini l'ensemble des concepts clés qui sont en relation avec notre thème. Cette étape est capitale dans un travail de recherche car elle nous permet de bien comprendre notre objet de recherche.

Le deuxième chapitre de ce travail est consacré au côté pratique de notre étude. Nous avons d'abord décrit le déroulement de notre enquête de terrain et les différentes techniques que nous avons utilisées : l'observation, l'entretien...

Ensuite, nous avons analysé les données recueillies par le biais de l'observation, les résultats de cette méthode ont démontré que les enseignes commerciales peuvent être classées selon la langue, selon la disposition des langues et selon la graphie.

Les enseignes écrites en langue française (58,33%) sont les plus dominantes suivies par les enseignes bilingues français-arabe (19,16%), la langue amazighe n'apparaît que sur les enseignes bilingues ou trilingues qui occupent la troisième position (13,3%). Pour la disposition des langues des enseignes bilingues ou trilingues, nous avons constaté que la langue française est placée en première position dans la majorité des enseignes. La graphie latine est la graphie la plus utilisée dans ces villes, en effet, elle figure sur 77,5% de l'ensemble des enseignes et sur toutes les enseignes bigraphiques. Toutes ces constatations révèlent que les locuteurs kabyles sont largement inclinés vers l'utilisation de la langue française, au détriment des langues nationales.

L'analyse qualitative des entretiens, nous a permis de dégager les attitudes et les représentations des locuteurs. Ils ont justifié l'utilisation de la langue française par l'influence de la société, et par le fait qu'elle soit la langue véhiculaire du pays, pour eux cette langue est la meilleure façon de communiquer avec les clients vu qu'elle est comprise par tous les algériens. Ces propos vont avec notre deuxième hypothèse : Ils utilisent la langue qui est plus populaire.

Aucun de nos enquêtés n'a mentionné la notion de prestige, notre première hypothèse : la langue française est la plus utilisée car elle est considérée plus prestigieuse est alors fausse.

En ce qui concerne les attitudes vis-à-vis des enseignes écrites en tamazight, contrairement aux résultats quantitatifs que nous avons obtenus, elles étaient positives. Les locuteurs ont non seulement apprécié le fait qu'il ait des enseignes écrites en tamazight, ils ont également attesté leur volonté de réécrire leurs enseignes en utilisant cette langue. Notre troisième hypothèse qui suppose que les locuteurs ont des avis défavorables envers les enseignes écrites en tamazight est fausse. Comme nous l'avons expliqué plus haut, nous avons qu'à croire en ce que les locuteurs disent car même en les opposants aux données quantitatives nous n'avons aucun moyen de prouver leur véracité. Ceux qui ont utilisé la langue amazighe pour leurs enseignes, attestent qu'ils l'ont utilisé car c'est leur langue maternelle et que c'est un moyen d'exprimer leur identité amazighe.

En interrogeant les locuteurs sur le choix de graphie qu'ils préfèrent pour la transcription de la langue amazighe, nous avons relevé deux camps : ceux qui préfèrent la graphie latine, car elle est plus facile à lire. Et ceux qui préfèrent tifinaghe, celle-ci représente chez eux la langue amazighe, pour eux la langue amazighe doit impérativement être transcrite avec son alphabet d'origine. La transcription arabe n'est nullement mentionnée par les enquêtés, en leur demandant leurs attitudes envers celle-ci ils l'ont explicitement rejetée.

A travers cette étude nous pouvons déduire que les langues qui construisent le paysage linguistique des villes, plus particulièrement les enseignes commerciales sont révélatrices des attitudes et représentations linguistiques des locuteurs. Les déclarations verbales par contre ne sont pas toujours fiables pour déterminer les attitudes profondes des locuteurs, car celles-ci font partie de l'inconscient de l'individu et ne peuvent être extériorisées que par des comportements langagiers inconscients.

# **Bibliographie**

## Bibliographie

### Ouvrages

- BAKER, C., « *Attitudes and language* », Multilingual Matters Ltd, No. 83, Clevedon/Adelaide, 1992.
- BLANCHET, A. et GOTMAN, A., *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*, Université de Lausanne, Lausanne, 1992.
- BOYER, H., *Introduction à la sociolinguistique*, Ed. Dunod, Paris, 2001.
- CALVET, L. J., *La sociolinguistique*, Ed. Que sais-je ?, 5<sup>e</sup> édition, Paris, 2005.
- CALVET, L.J. et MOREAU, M.L., *Une ou des normes ? Insécurité linguistique et normes endogènes en Afrique francophone*. Paris : Agence de la francophonie, Institut des études créoles et francophones, Diffusion : Didier-Erudition, Aix-en-Provence, 1998.
- CHACHOU, I, *La situation sociolinguistique en Algérie*, L'Harmattan, Paris, 2013.
- DUBOIS, J. Et al, *Dictionnaire de linguistique*, Ed. Larousse, Paris, 2002.
- FERGUSON, C., cité dans CALVET, L.J., *La guerre des langues et les politiques linguistiques*, Ed. HACHETTE, 1999.
- FISHMAN, J.A., *Sociolinguistique*, Ed. Nathan et Labor, Paris et Bruxelles, 1971.
- GALISSON, R., et COSTE D., *Dictionnaire de didactique des langues*, Hachette, Paris, 1976.
- GARRETT, P., *Attitudes to Language*, Cambridge University Press, Cambridge, 2010.
- HAMERS, J. et BLANC M., *Bilinguisme et bilingualité*, Ed. MARDAGA, Bruxelles, 1983.
- JODELET, D., « Représentation sociale : phénomène, concept et théorie ». In. S. Moscovici (éd.) *Psychologie sociale*, Presses Universitaires de France, Paris, 1984.
- LABOV, W., *Sociolinguistique*, Editions de Minuit, Paris, 1976.
- LEON, M.L., *Psychologie sociale : Concepts fondamentaux*, Ed. Principes Studyrama, Levallois-Perret, 2008
- LAFONTAINE, D., *Le parti pris des mots : normes et attitudes linguistiques*, Ed. Mardaga, Bruxelles, 1986..
- MACKEY, W.F., *Bilinguisme et contact des langues*, Ed. Klincksieck, Paris, 1976.
- MOLINER, P., *Images et représentations sociales*, Presses Universitaires de Grenoble,

## Bibliographie

---

-MOREAU, M.L. (dir.), *Sociolinguistique. Concepts de base*, Ed. Mardaga, Bruxelles, 1997.

-PETTY, 2003, cité et traduit dans VALLERAND et al. « Attitudes », In. *Les fondements de la psychologie sociale*, 2ème Ed. Editions de la Chenelière, Montréal, 2006.

-QUEFFELEC, A., et Al., *Le français en Algérie. Lexique et dynamique des langues*, Ed. Duculot, Paris, 2002.

-VALLERAND et al. « Attitudes », In. *Les fondements de la psychologie sociale*, 2ème Ed. Editions de la Chenelière, Montréal, 2006.

-VAN CAMPENHOUDT, L. et QUUVY, R., *Manuel de la recherche en sciences sociales*, 4<sup>e</sup> Édition, Ed. Dunod, Paris, 2011.

### Articles de revue

-DURKHEIM, É., « Représentations individuelles et représentations collectives », In. *Revue de Métaphysique et de Morale*, tome VI, Paris, 1898, pp. 273-302.

-LANDRY, R., BOURHIS, R.Y., « Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality an Empirical Study », In. *Journal of Language and Social Psychology*, Vol. 16, No.1, Ed. Sage Publications, Montréal, 1997.

-PETITJEAN, C., « De la sociolinguistique dans les sciences du langage aux sciences du langage en sociolinguistique. Questions de transdisciplinarité », In. *TRANEL (Travaux neuchâtelois de linguistique)*, Institut des sciences du langage et de la communication, Université de Neuchâtel, No. 53, 2011.

### Actes de colloques

-DOURARI, A., « Du symbole graphique au symbole identitaire ; les enjeux socioculturels de la normalisation des variétés berbères en Algérie » In. *Actes de colloque : Tamazight face aux défis de modernité*, HCA, Alger, 2002.

-HOUDEBINE, A.M., « Théorie et méthodologie de l'Imaginaire linguistique », In. *Imaginaires linguistiques en Afrique*, CANUT, C. (éd), Ed. L'Harmattan, Paris, 1998.

-KAHLOUCHE, R., « l'auto valorisation sociale et ses effets sur le sentiment identitaire, les attitudes et les pratiques linguistiques en Kabylie », In. *Acte de colloque international : Plurilinguisme et identité au Maghreb*, Rouen, 2 et 3 Mai 1996.

### Site internet

## Bibliographie

---

- Draa El Mizan, In. [https://fr.wikipedia.org/wiki/Dra%C3%A2\\_El\\_Mizan](https://fr.wikipedia.org/wiki/Dra%C3%A2_El_Mizan), consulté le 23/11/2021.
- SALES-WUILLEMIN, E., « Méthodologie de l'enquête : De l'entretien au questionnaire », In, *Cours de psychologie Sociale 1*, PUF, pp.45-77, 2006. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00903244>, consulté le 28/11/2021.
- Echelle de likert, In . <https://www.voxco.com/fr/blog/exemples-dechelle-de-likert/> consulté le 28/11/2021.
- SADAT-YERMÈCHE, O. « La dénomination des langues, des territoires, et des personnes en Algérie ou l'itinéraire conjoncturel des noms », In. *Études et Documents Berbères*, vol. 33, no. 1, 2014, pp. 27-44. <https://doi.org/10.3917/edb.033.0027> consulté le 06/01/2022.
- MORSLY, D., « Attitudes et représentations linguistiques », In. *La Linguistique*, Ed. PUF, Vol. 26, 1990, pp. 77- 86, p. 80. <https://www.jstor.org/stable/30247933> consulté le 30/12/2021.
- CANUT, C., « Subjectivité, imaginaires et fantasmes des langues : la mise en discours « épilinguistique », In. *Langage et société*, MSH, No. 93, pp. 71-97, Paris, 2000. <https://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2000-3-page-71.htm> consulté le 30/12/2021.
- Azazga, In. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Azazga>, consulté le 23/11/2021.
- Azeffoun, In. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Azeffoun>, consulté le 23/11/2021.
- Boghni, In. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Boghni>, consulté le 23/11/2021.

# **Annexes**

**Agzul s tmaziyt**

### Agzul s tmaziyt

#### Tazwart

Mi ara nmuqqel iberdan n iyerman n tmurt n Ležžayer, ahāt tamawt tamezwarut ara nerr d tutlayin yeggten s-way-s ttarun yef lehyud, yef teplakin n thuna, tiplakin iberdan atg. Ay-agi yessebgan-d addud asnalsi n tmetti tažžayrit, atas n tutlayin i yezmer wemdan ažžayri ad yessexdem, ladya deg tmurt n leqbayel, aħric ameqqran n yemdanen ssnen snat ney krađ n tutlayin : taqbaylit, taerabt akked tefransist.

Deg tezrawt-agi nney, nebya ad d-nessenked tutlayin i sexdamen s wařas deg tira n teplakin n thuna. Iswi n uxeddim-nney d asebgan n waddud d tigensas isnalsiyen n wegduđ aqbayli. Tamukrist-nney tebna yef yisteqsiyen-agi : Anta tutlayti semrasen deg tira yef teplakin n thuna ? Achal n tutlayin i semrasen deg yiwet teplakt ? Ayyer xtaren tutlayin-agi ?

Uqbel ad d-nerr yef yesteqsiyen agi nefka-d kra n turdiwin :

1. Tutlayt i ssemrasen s wařas d tutlat tafransist, acku d tagi id tutlayt i yesean azal d ameqqran yer yeqbayliyen.
2. Semrasen tutlayt i ssnen atas n yemdanen.
3. Ur hemmlen ara tiplakin yuran smaziyt.

Ařas n tezrawin i xedmen inmuda yef tutlayt n tmaziyt ama deg temsislit, taseddast, tasnawalt atg., maca drus i d-yuwin deg tayult n tesnilest n tmetti ladya deg wayen yeenan addud d tigensas isnalsiyen, d-ay-agi i d-ay yeğgan ad nextir asentel-agi.

I wakken ad nessiweđ ad nerr yef tmukrist-nney, netbeε tasnarayt i yebnan yef usikked n udmektal asnalsan n 4 iyerman deg lwilaya n Tizi Wezzu :Azeffoun, Buyni, Draε Elmizan akked Iεezzen, d usteqsi n yemdanen n temnadin-agi s wallal n n usteqsi s ubrid usrid. Tkkest-nney tebna yef 16 n yemdanen, rnu yer way-a 120 n tugniwin n teplakin n thuna.

#### Aħric amezwaru

Deg weħric agi, nessegzi-d kra tmeđranin icudden yer tsentelt nney. I wakken ad nefhem ugar asentel-nney. Asentel-agi i d-nefren itteki yer yiwet n tayult n tmusniwin n umeslay iwumi qqaren tasnilest n tmetti, tennulfa-d deg yiseggasen n 60 deg Marikan, yef ufus n kra isnalsiyen am LABOV, GUMPERZ, HYMES, FISHMAN atg. Deg unedfar-agi, imusnawen ttnadin ad d-sbegnen assay yellan gar tutlayt d tmetti, xedmen tasleđt i talyiwin n tutlayt s way-s ttmeslayen yemdanen, tiwuriwin n tutlayin deg tmetti...

Deg tmetti tažžayrit, ladya deg tmurt n leqbayel, ttmeslayen atas n tutlayin: taqbaylit, taerabt, tafransist..., ay-agi yesnulfa-d ayen iwumi neqqar amlili n tutlayin. Mi ara yili ucuddu

n tutlayin, imdanen yettmeslayan snat ney ugar n tutlayin, sexdamen deg yiwen yianw iferdisen isnalsiyen ittekin yer snat ney ugar n tutlayin. Ay-agi yezmer ad yili deg talya n umbeddel n tutlayin, n urttal...

S umata, mi ara ilint atas n tutlayin deg yiwet n tmetti, yal tutlayt tesa tawuri ines, yal yiwet sexdamen-tt deg usatal yegten yef wayed, llant tid nessexdam deg umeslay kan, llant tid neqqar deg uyerbaz, tid nessexdam deg uxeddim atg.

Tazrawt-agi nney tuwi-d yef waddud d d tigensas isnalsiyen, wigi d ihulfan, ney d tugniwin, ney tiktiwin i yesea wemdan yef tutlayt-ines ney yef tutlayt n wayed. Nezmer ad tent-nmeyyez mi ara nessiked amek sexdamen yemdanen tutlayin, ney s tesleqt n yinawen i d-ttawin yemdanen yef tutlayin.

### Ahric wis sin

Deg uhhic wis sin, neglem-d anadi i nexdem, acu n wallalen i nessexdem i wakken ad nejmeε ammud, ama s wanna, ama d asteqsi s ubrid arusrid.

Syin akin, nesmel tiplakin-nni i d-nejmeε yef krađ n taggayin: tutlayt, amsedfer n tutlayin, tira n tutlayin. Dagi, nufa-d belli imdanen deg temnađin-nni hemmlen ad arun tiplakin-nsen s tutlayt tafransist, ney s snat n tutlayin tafransist-taerabt. Drus n teplakin i d-nufa urant s tmaziyt. Tira i d-nufa s wařas deg temnađin-agi d tira talatinit.

Inawen n yemdanen i nesteqsa sbegnen-d belli asexdem n tutlayt tafransist yekka-d seg tikti i sean yemdanen yef tmetti tařayrit. Amur ameqqran n wid nesteqsa nnan-d belli sxedmen tutlayt-agi acku d tagi i fehmen wařas iřřayriyen, ssnen leqbayel, ssnen-tt wařaben... Mi ten-nesteqsa yef teplakin yuran s tmaziyt, sbegnen-d belli ay-agi d ayen igerrzen, belli byan ad arun ula d nutni s tmaziyt i wakken ad sbegnen lařel-nsen.

### Tagrayt

Deg taggara n tzrawt-agi, nezmer ad d-nini belli tira n teplakin n řuna d yiwen wallal n usenfali n waddud d tigensas isnalsiyen n yemdanen, akken nwala, deg temnađin-agi n lwilaya n Tizi Wezzu, semrasen atas tutlayin tiberraniyin lařa tafransist ney taerabt, acku d tigi i snen medden, xas ma tikwal sexdamen tamaziyt maca ttadfen yides tutlayt-nniđen. Asemres n tmaziyt deg teplakin-agi d allal s way-s i d-ssenkaden lařel-nsen d tmagit-nsen.

# **Lexique français-tamaziyt**

### Lexique français-tamaziyt

Alternance codique : ambeddel n tutlayin.

Attitude linguistique : addud asnalsi.

Concepts : tmerḍriwin.

Contact des langues : amlili n tutlayin.

Corpus : ammud.

Contexte : asatal.

Domaine : taghult

Echantillon : tikkest.

Entretien semi-directif : asteqsi s ubrid arusrid.

Fonction : tawuri.

Hypothèses : turdiwin.

Methode : tarayt.

Observation : annuy.

Paysage linguistique : admektal asnalsan.

Problématique : tamukrist.

Représentations linguistiques : tigensas tsnalsiyin.

Sciences du langage : timusniwin n tutlayt.

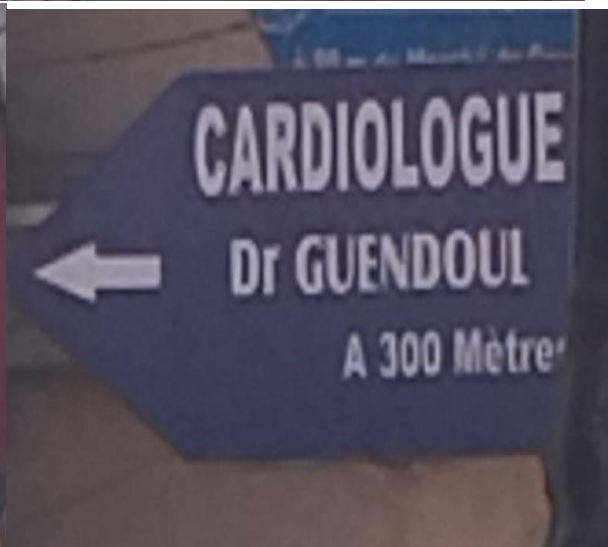
Sociolinguistique : tasnilest n tmetti.

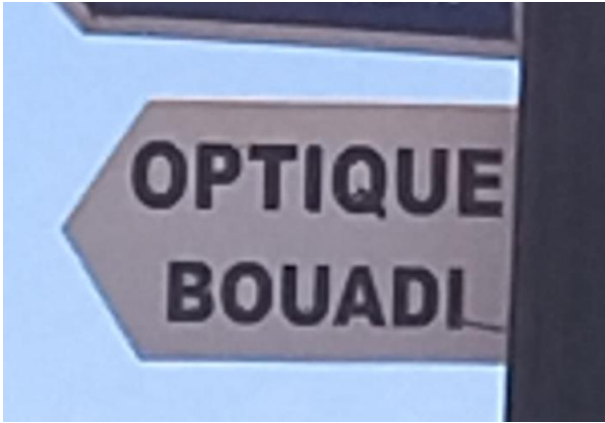
# Corpus

# **I. Les enseignes commerciales**

1. Enseignes relevées à Azazga







# Corpus



2. Enseignes relevées à Azeffoun



# Corpus



# Corpus

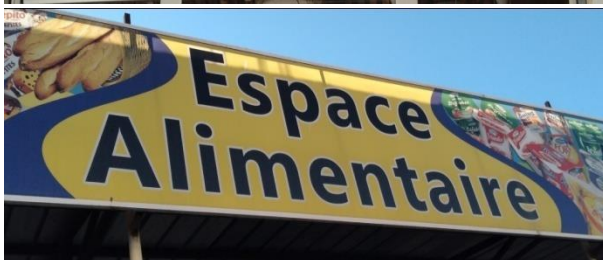


# Corpus

---



3. Enseignes relevées à Boghni







4. Enseignes relevées à Draa  
El Mizan



**ISTAMBUL MODE**  
**LOCATION ROBES BLANCHE**  
**ET FIANCAILLE**



**Chaussures & Sacs**



# Studio Photo

Photocopie  Plastification 

Tirage Photos  

Fêtes, Mariages,  
Fiançailles,  
Anniversaires,  
Reportages photo...



## Tailleur Hommes et Femmes

- Robes Kabyle
- Tient
- Cuir
- Slime



**Dr. BERHOUNE. Gh./Eps.SALEMKOUR**  
Médecin Généraliste  
Homme-Femme-Enfant  
Echographie Générale  
Echographie Gynéco-Obstétricale  
Tél : 0558.54.60.96

## Bijouterie AKSEL

0551933129/0778432647  
Chez KOCÉILA

# RESTAURANT

OUICHER





## **II. Transcription des entretiens**

## Point d'enquête 1 : Azazga

### Informateur1

M.I: **bonjour Monsieur.**

O.S: bonjour.

M.I: **presentez vous s'il vous plait ?**

O.S: alors c'est Said Mohmed euh...34 ans alors euh...

M.I: **niveau d'instruction ?**

O.S: niveau d'instruction alors *sɛij* euh....alors bac+ 4 *seij ad ak-d fkay akl*...cursus complet ?

M.I: **d'accord! Non c'est bon, votre région ?**

O.S : Alors Azazga.

M.I : **quelle est votre langue maternelle ?**

O.S : euh... *taqbaylit*.

M.I : **quelles sont les langues que vous utilisez au quotidien ?**

O.S : alors le kabyle euh euh ... le français *cuya akka* l'anglais.

M.I : **à la maison ?**

O.S : *taqbaylit*.

M.I : **avec vos amis ?**

O.S : *d taqbaylit d ciṭaḥ n* le français.

M.I : **quel est le nom de votre boutique ?**

O.S : alors le nom c'est phone shop.

M.I : **en quelle langue est-elle écrite ?**

O.S : c'est latin en anglais.

M.I : **pourquoi vous avez choisi cette langue ?**

O.S : alors je l'ai choisi *axaṭar* les études i *xedmey* di la fac d l'anglais *dya* eeee les raisons *yef acu xtarey le nom-agi*.

M.I : **quelle transcription avez-vous choisie ?**

O.S : c'est la transcription latine si on a plusieurs langues donc c'est une langue unique.

M.I : **pensez-vous que cette langue va attirer l'attention des clients ?**

O.S : exactement puisque *atan* déjà *dagi* en algérie *atan* ils veulent généraliser l'utilisation de la langue anglaise au même temps *lyaci akk uyalen hemmlen tabbaæen akk* des trucs des films en anglais ça fait je pense qu'elle va attirer les gens.

M.I : **pue pensez-vous des enseignes écrite en tamazight ?**

O.S : oui c'est bonne chose *ɛla kulli ḥal* même déjà j'aimerais utiliser *xas akka ad ternuɖ* euh... en petit *ney ḥaḡa akkagi akka byiy ad ternuy ula d nekk akkagi ḥaḡa* en tamazight c'est intéressant.

M.I : donc **voudriez-vous écrire votre enseigne en tamazight ?**

O.S : oui exactement.

M.I : **et pourquoi ?**

O.S : *d la langue nney d la langue nney* eh... quand même maternelle *ilaq atnutilizi*.

M.I : **vous-avez dit oui, quelle transcription choisiriez-vous ?**

O.S : *nekkini* je choisirai le latin parce que *tinna i neyra* déjà.

M.I : **et pourquoi c'est le latin ?**

O.S: voila *d tinna neyra déjà i lakul d tinna i neyra s waḡas*.

M.I : **vous voulez ajouter quelques choses ?**

O.S : euh *akka ncallah* à l'avenir eh... *yak les trucs-agi arkelli* les panneaux les trucs-agi *arkelli ad uyalent ncallah xas cwiyya cwiyya* mais *ad uyalent akka s tmaziyt yelha* voilà à l'avenir.

M.I : d'accord merci monsieur, on vous remercie.

O.S:*allah isselmek sahit*.

### **Informateur 2**

MI : bonjour madame.

N.K : bonjour.

M.I : **présentez-vous s'il vous plait ?**

N.K : c'est Nait Kaci Kahina, pharmacienne d'Azazga, donc j'ai 36 ans je suis installée à Azazga.

M.I : **d'accord madame, qu'elle est votre langue maternelle ?**

N.K : c'est tamazight c'est kabyle c'est kabyle.

M.I : **quelles sont les langues que vous utilisez quotidiennement ?**

N.K : généralement c'est le kabyle donc avec les clients des fois c'est le kabyle des fois c'est le français des fois c'est en arabe ça dépend.

M.I : **quel est le nom de votre boutique ?**

N.K : pharmacie Nait Kaci.

**M.I : en quelle langue est-elle écrite ?**

N.K : en français.

**M.I : pourquoi vous avez choisi cette langue ?**

N.K : donc c'est une langue oh... donc utilisée par la plupart de mes confrères donc c'est pour ça.

**M.I : quelle transcription avez-vous choisi ?**

K.N : latine.

**MI : bon vous avez choisi une seule langue, Pensez-vous que cette langue va attirer l'attention des clients ?**

N.K : oui

**M.I : pourquoi ?**

N.K : je ne peux pas répondre à cette question.

**M.I : que pensez-vous des enseignes écrites en tamazight ?**

N.K : c'est intéressant.

**M.I : voudriez-vous écrire votre enseigne en tamazight ?**

N.K : français tamazight les deux.

**M.I : pourquoi ?**

N.K : c'est ma langue maternelle j'aime tamazight c'est pour ça.

**M.I : quelle transcription choisiriez-vous ?**

N.K : c'est les lettres en tamazight donc c'est les lettres en tamazight tifinagh.

**M.I : donc c'est tifinagh que vous allez choisir, voulez-vous ajouter quelques choses à propos des langues des enseignes et tous ?**

N.K : rien à ajouter.

### **Point d'enquête 2 : Azeffoun**

#### **Informateur 1**

**MI : présentez-vous s'il vous plaît ?**

G : c'est Ghiles d'Iflisen région Tizirt 29ans euh....installé commercialement pardon ! À Azeffoun voilà j'ai un ....niveau d'études enfaite je fais des études en management voilà.

**M.I : quelle est votre langue maternelle ?**

G : bah.....c'est tamazight c'est la langue maternelle c'est tamazight avec le dialecte kabyle voilà !

**M.I : quelle sont les langues que vous utilisez au quotidien ?**

G : bah.....pratiquement ....le tamazight un petit peu le français et l'arabe aussi euh...un autre contact journalier avec des clients bien sure arabophones.

**M.I : à la maison ?**

G : tamazight

**M.I : Avec vos amis ? Avec vos clients ?**

G : bah....comme je l'avais dit c'est que tout dépend des clients bah avec mes amis j'ai des amis arabophones aussi kabyles alors....chaque fois comment tout dépend des amis y'a des amis qui parlent arabe y'a des amis qui parlent kabyle même des amis qui aiment parler en français alors le commerce surtout quand on est au travail ont utilisent beaucoup l'arabe et le kabyle, voilà.

**M.I : quel est le nom de votre boutique ?**

G : bah....pour le nom de notre boutique on a choisi un petit nom en tamaziyt c'est *tazeqqa*, voilà *tazeqqa*.

**M.I : en quelle langue est-elle écrite ?**

G : bah....c'est ....écrite en....tifinagh en ...latin et en français bien sûr

**M.I : pourquoi vous avez choisi ces langues ?**

G : bah ....c'est c'est ....c'est pour donner l'opportunité a.... tout le monde de connaître la boutique aussi donnez quelques choses de particulier ... c'est donnez quand même une petite touche différente parce que on a l'habitude de voir les panneaux juste écrits en arabe et en français alors on voulait changer un petit peu et c'est un petit peu aussi culturel c'est pour garder un petit peu notre culture.

**M.I : Quelle transcription avez-vous choisi ?**

G : bah... on a choisi...je l'avais dit ici en tifinagh en latin aussi tamazight et en français voilà.

**M.I : pourquoi vous avez choisi plusieurs langues ?**

G : bah on a choisi plusieurs langues premièrement écrits en tifinay puis puis c'est c'est en latin euh ...bien sûr c'est en tamaziyt puis en dernier c'est en français euh... je pense que c'est un petit peu original c'est un petit peu ....euh de côté fierté d'être euh ... amaziyt d'être euh...berbère voilà.

**M.I : Dans quel ordre sont-elles écrites ?**

G : Comme je l'ai déjà cité c'est en tifinay puis tifinay c'est l'original parce que l'origine de notre origine c'est .....tifinagh c'est c'est ...euh eff et puis ça c'est en latin et en dernier c'est en français voila

**M.I : Pensez-vous que cette langue va attirer l'attention des clients ?**

G : oui .... Je pense oui le premier c'est vous parce que vous l'avez remarqué c'est pour ça que vous êtes ici.

**M.I : [rire] pourquoi ?**

G : bah tout ce qui est différent est intéressant et attirant lorsque c'est ce qu'on essaye de faire même des arabophones on a des gens qui ne comprennent pas le tifinagh le tamazight quand ils voient ils observent ces écritures tifinagh de loin ils se demandent c'est quoi ? Aussi de suite puis se rapprochent puis se donnent des questions c'est quoi ? C'est quoi cette lettre ? Du coup tu vends et tu expliques voilà c'est....

**M.I : que pensez-vous des enseignes écrites en tamazight ?**

G : beh c'est une bonne chose euh...ça aide à préserver notre culture en premier lieu et puis...ça donne un petit peu une différence ...euh des autres parce que faut faut pas ... faut pas faire de copier-coller ou de faire ce que on a l'habitude de voir sur les panneaux publicitaires c'est d'essayer d'être différent

**M.I : voulez-vous ajouter quelque chose ?**

G : je dirais qu'il faut un petit peu euh... sortir du quotidien surtout du côté marketing du côté publicité c'est d'essayer d'éviter ce qu'on a l'habitude de faire en panneaux publicitaire c'est de copier coller c'est presque la même image les mêmes écritures le même contenu qu'on a l'habitude de voir sur cent deux cent trois cent panneaux publicitaire alors faut essayer et à propos de tifinagh surtout c'est que ce sont des choses sont des petits détails qui aident à sans faire attention d'une manière indirecte à préserver notre culture et à la présenter aux autres qui ne comprennent pas ces écritures mais .....euh ça nous aide vraiment pas non seulement dans les panneaux publicitaires mais c'est partout et suffit juste de l'écrire et les autres vont être parce que c'est la curiosité des autres par curiosité ils vont se demander c'est quoi et comment, ils vont chercher à comprendre et connaître notre langue alors il suffit juste de la présenter et puis les autres vont l'accueillir voilà et merci.

M.I : merci monsieur pour les données et le temps que vous avez donné pour nous.

### **Informateur 2**

**Mi : présentez-vous s'il vous plaît ?**

O : alors *aexir felawen nekini* Omar n dagi la région tegzirt 33 ans niveau à peu près 9am gérant de cafétéria dagi azeffoun

MI : **lahibarek ! bon** Quelle est votre langue maternelle ?

O : enfin *taqbaylit tamaziyt* donc

MI : **quelles sont les langues que vous utilisez au quotidien ?**

O : en général *taqbaylit taerabt* beaucoup plus *snat agi umbæd* ca arrive biensur *yella* le francais en général *tiygi 3 agi*

M.I : **à la maison ?**

O : *taqbaylit*

M.I : **avec vos amis ? Avec vos clients ?**

O : euh.....même *akkenni* ehhh ... *taerabt taqbaylit* généralement c'est-à-dire quotidiennement *tigiumbaed tettili* français ça arrive bien sûr toujours *tekcem-d daxel*.

MI : **pourquoi ?**

O : euh *d wigi i d ikelyanen nney aεraben leqbayel aka cuya mindak akagi lan cuya deg nebd* surtout beaucoup plus *llan* les touristes c'est des français donc MI : ehhh d'accord !

M.I : **quelles est le nom de votre boutique ?**

O : *Ibahriyen* c'est par rapport *ar ibahriyen lebar ar* les pecheurs akk

M.I : **en quelle langue est-elle écrite ?**

O : *s trumit* en francais

M.I : **pourquoi vous avez choisi cette langue ?**

O : ehhhh....c'est pas spécialement choisi mais ehhh...voilà j'ai un manque du temps *markaytid* juste *kan akagi* en français autrement *byiy at id markiy* avec trois langues mais beaucoup plus cafétéria ca désigne cafétéria pour touristes c'est c'est c'est-à-dire *iwaken* ehhh... *ateεqleđ* voilà cafétéria *igelan aka dagi* c'est pour déférer restaurant *ney* cafétéria *ney* tabac *ney*

M.I : **d'accord, quelle transcription avez-vous choisie ?**

O : latin eh....

M.I : **pensez-vous que cette langue va attirer l'attention des clients ?**

O : pas spécialement mais euh.... *Aberrani* oui *aberrani* français *ney* bien sûr c'est normal *ad iwali* cafétéria.

M.I : **pourquoi ?**

O : enfin *dayen-nni i issen issen* cafétéria ehhhh....ad *as-d-nawi leqahwa* donc ala ce n'est pas spécialement pour attirer le client mais *aka*.

M.I : **que pensez-vous des enseignes écrites en tamazight ?**

O : bien sur logiquement *yaeni ehhh....ahentid nkreb akk tina i tamezwarut umbaed ad narnu taerabt ad narnu tarumit* peu importe mais normalement *akk ankreb* les enseignes-*ina s tmaziyt*.

M.I : **voudriez-vous écrire votre enseigne en tamazight ?**

O : bien sûr biens sûr *niyak-d wellah ar d lewaqt i yi-tt-ikksen nekkini imir* rapide *kan i tt-id-markay yesbay dya u tidmarkay ara s tmaziyt* autrement c'est *logique ad tili tmaziyt deg-s*.

M.I : **quelle transcription choisiriez-vous ?**

O : pour l'instant c'est la même chose le latin mais eh.. C'est-à-dire eh..

M.I : *lukan ad t tarud s tmaziyt acu* la langue *ara textired*

O : c'est le latin toujours c'est-à-dire c'est leurs nom *tezrid* après l'écriture *nni amek i ak-d-nniy* la fois passée bon *tifinay* oui mais c'est-à-dire eh.. *a nissin cyel-nni ay isem is umbaed ad-nruh ar ... lektiba nni ad taruy s latin*.

M.I : **vous voulez ajoutez quelques choses ?**

O : *necallah sya tusawent ad nuyal ad naru akk s tmaziyt* les enseignes surtout *wellah* c'est une très bonne publicité pour *i ubarrani i win ur nessin ara macci win isin ara tamaziyt* c'est-à-dire *teqbaylit-agi snen-tt akk zran-tt akk* mais c'est-à-dire *iwakken ad zren* exactement *d acu-tt d acu isem-is leqahwa dacu isem-is* le restaurant *d acu isem-is tabac dacu isem-is* eh.. *thanut* beaucoup plus *yef ay agi* c'est une très bonne publicité *iwakken ad issinen lyaci*.

M.I: ***aetik saha tannemirt-ik sahit***.

### Point d'enquête 3 : Boghni

#### Informateur 1

S.H : **présentez-vous s'il vous plaît ?**

Z.A : Je m'appelle Zourdani Ahmed, j'ai 29 ans, niveau d'instruction bac+4, travaille dans une boutique qui s'appelle Istanbul boutique vêtements pour homme.

S.H : **vous venez d'où ?**

Z.A : je suis de Boghni.

S.H : **quelle est votre langue maternelle ?**

Z.A : C'est la langue Kabyle.

S.H : **quelle sont les langues que vous utilisez au quotidien ? À la maison ?**

Z.A : kabyle, la langue kabyle

S.H : **avec vos amis ?**

Z.H : Oui aussi [*rire*] kabyle.

S.H : **avec les clients ?**

Z.A : oui... temps en temps arabe, la langue arabe.

S.H : **pourquoi ?**

Z.A : parce qu'il y a des étrangers qui vient ici.

S.H : **quel est le nom de votre boutique ?**

Z.A : Istanbul.

S.H : **en quelle langue est-elle écrite ?**

Z.A : En français, en kabyle aussi *s tfinay*.

S.H : **pourquoi vous avez choisi plusieurs langues ?**

Z.A : euh parce que c'est/ il...notre notre culture, la langue kabyle avec des lettres tfinaghesakka yak ?

S.H : **emm.**

Z.A : Tifinagh et aussi en français.

S.H : **pourquoi ?**

Z.A : euh ...je...<sup>70</sup>

S.H : **pourquoi en français ?**

Z.A : ici en Algérie, on utilise beaucoup la langue française, c'est la deuxième langue.

S.H : **par quel ordre sont-elles écrites ?**

Z.A : Emm ?

S.H : **L'ordre, est-ce que *d le français* *d tamezwarut ney d tamaziyt* ?**

Z.A : Le français après tfinay.

S.H : **pensez-vous que ces langues vont attirer l'attention des clients ? Ces deux langues là ?**

Z.A : oui, oui.

S.H : **pourquoi ?**

Z.A : parce que dans une région kabyle qu'on parle tous la langue kabyle et même notre langue.

S.H : **que pensez-vous des enseignes écrites en tamazight ?**

---

<sup>70</sup> Question non comprise.

Z.A : oui c'est vraiment formidable, et je veux aussi que toutes les boutiques ils vont écrire avec la langue tfinaghe.

S.H : **donc vous allez choisir la transcription tfinagh *maci* latin ?**

Z.A : oui oui oui bien sûr oui.

S.H : **voulez-vous ajouter quelque chose ?**

Z.A : bonne chance.

S.H : **merci.**

### **Informateur 2**

S.H : **présentez-vous s'il vous plaît ?**

Y.H: *isem-iw?*

S.H: ***ih isem-ik*, votre âge?**

Y.H: bon, *nekkini euh nekkini isem-iw Yehyatene Hassan.*

S.H: **âge?**

Y.H: l'âge *sɛiy*47 ans.

S.H : **niveau d'instruction ?**

Y.H : niveau ?

S.H : **d'instruction euh *açhal teyrid* ?**

Y.H : euh... bon euh... moyen cem.

S.H : **votre région ?**

Y.H : Boghni.

S.H : **quelle est votre langue maternelle ?**

Y.H : kabyle.

S.H : **quelle sont les langues que vous utilisez au quotidien ? À la maison ?**

Y.H : euh... kabyle *akked* des fois le français *ney* l'arabe *akked iqrar mi ten-nesyaray.*

S.H : **Avec vos amis ?**

Y.H : ah ?

S.H : **avec vos amis ?**

Y.H : les amis généralement euh *d taqbaylit ney* le français voilà.

S.H : **et avec vos clients ?**

Y.H : kabyle et français.

S.H : **Pourquoi cette différence ?**

Y.H : la différence parce que des fois *tezriđ amek*, surtout *nekkni dya tura dagii* la bijouterie, le poids *nhedder-it-iden* français, les prix *dayen kifkif*, la qualité *n waynateuh* la matière *neyacu s nhedder-it* généralement en français, *ha-ta ya sebba ayyer*.

S.H : **Quel est le nom de votre boutique ?**

Y.H : nom ?

S.H : ***ih***.

Y.H : le nom-*ines* ?

S.H : ***ih***.

Y.H : bon euh... Elina, Elina Yehyatene.

S.H : **en quelle langue est-elle écrite ?**

Y.H : en français.

S.H : **pourquoi ?**

Y.H : euh bon sincèrement euh *asmi neldi dajiça* fait *waḥd waḥd* huit ans *akkeni* euh... *win iyi-d-ixedmen* les panneaux-*agi n la publicité*... *ixedm-iten-iden* français c'est tout.

S.H : **emm ça fait *maci d kečč i yextaren*...**

Y.H : euh bon *tzemmređ ad tiniđ imir-nni* voilà *ur sɛiy ara* le choix. Voilà *ur sɛiy ara* le choix parce que *neldi kan d ijdiden* l'activité *tamezwarut akk i nexdem safikeuh ih*, sinon j'aimerais bien *ad tt-xedmeḡ ad tt-nexdem s tmaziyt*.

S.H : **pourquoi ?**

Y.H : parce que *nekk d amaziy[rire]*

S.H: [rire] ***i lukan ad tt-txedmeđ s tmaziyt amek ara tt-tketbeđ? S latin, ney s taɛrabt ney s tfinay?***

Y.H: aah bon *zemmrey ad tt-ketbey s tfinay*.

S.H: ***ayyer?***

Y.H: ah?

S.H: ***ayyer s tfinay?***

Y.H: s *tfinay*, bon *tfinay* parce que *d... d tfinay d lḥaġa i ylaqen ad d-tbantura* sur le terrain, *ad tt-tɛllmen*, *ad tt-yren*, parce que des fois la curiosité *mi ara twaliđ akka tmarka s tfinay* bon l'alphabet c'est vrai un peut *wæer ciṭaḥ*, mais des fois *tett...*

*tett... safikdèjàmi ara twaliđ akkenun panneauimerka usawenen  
françaiszemmređ ad t-id-teyređ umbeəd tiffinay tu peux tu peux comparer  
l...l...l'alphabet-nni.*

S.H : **voulez-vous ajouter quelque chose ?**

Y.H : euh bon puisque c'est une occasion *tèddad-dje...* c'est une leçon *ney* c'est une  
idée *zemmrey ad merkiy tura stfinay ney steqbaylit* voilà *d leqbayel i nella* voilà.

S.H : **merci.**

### **Point d'enquête 4 : Draa El Mizan Informateur 1**

S.H : **Présentez-vous s'il vous plaît ?**

K.M: Khimoud Mouhammed, Khimoud Mohammed Oubeleïd.

S.H : **vous avez que l'âge ?**

K.M : âge 34 ans.

S.H : **niveau d'instruction ?**

K.M : niveau d'instruction 2<sup>ème</sup> AS

S.H : **votre région ?**

K.M: Draa El Mizan.

S.H : **d'accord, quelle est votre langue maternelle ?**

K.M : kabyle

S.H : **quelle sont les langues que vous utilisez au quotidien ? À la maison ?**

K.M : à la maison ?

S.H : **emm.**

K.M : kabyle kabyle *nessexlađ* quelque mots *akka* en français.

S.H : **avec vos amis ?**

K.M : *kifkif* pareil généralement kabyle avec quelques mots français.

S.H : **avec vos clients ?**

K.M : pareil.

S.H : **Pourquoi ? Pourquoi en kabyle ?**

K.M : pourquoi en kabyle, parce que *aqlay a netteici* dans une ville kabyle voilà dans  
une ville kabyle, c'est pour ça on parle souvent kabyle.

S.H : **et pourquoi vous avez... vous utilisez le français ?**

K.M : ah là c'est une question ! Pourquoi on utilise le français, parce qu'on est un peu francophone.

S.H : **emm.**

K.M : la région kabyle elle est un peu francophone, c'est pour ça qu'on utilise quelques mots français.

S.H : **quel est le nom de votre boutique ?**

K.M : Istanbul mode.

S.H : **en quelle langue est-elle écrite ?**

K.M : en français.

S.H : **pourquoi vous avez choisi cette langue ?**

K.M : parce que euh... euh c'est la langue généralement qu'on utilise souvent sur nos publicités, on écrit avec, on parle avec.

S.H : **emm, en quelle transcription ? Amek i tt-tketbeḍ s les caractères latin ?**

K.M : s latin oui.

S.H : **pourquoi ?**

K.H : parce que *ayyer* généralement les gens de la région euh euh nous à Tizi Ouzou pour qu'on va la la la comprendre déjà *bac ad tt-nefhem*.

S.H : **ok, pensez-vous que cette langue va attirer l'attention des clients ?**

K.M : oui.

S.H : **pourquoi ?**

K.M : parce que ... on peut pas écrire *unez*..on peut pas écrire s avec la langue arabe.

S.H : **pourquoi ?**

K.M : parce que généralement euh... euh... tous les magasins qui sont à la région ils ont écrit leurs panneaux avec la la langue française.

S.H : **ok, que pensez-vous des enseignes écrites en tamazight ?**

K.M : *amek ?*

S.H : **que pensez-vous des enseignes écrites en tamazight ?**

K.M : euh oui bon *awufan euh awufan awufan ad nekteb s tmaziyt* mais généralement y a des gens qui comprennent pas *تيفيناڭ, qlilwin tt-ifehmen tfinay-nni* tu vois.

S.H : **mais il y'a *dayen* le latin, tella *taεrabt maci siwas tfinay*.**

K.M : *zeεma ad nekteb tamaziyt s taεrabt ?*

S.H : **ih, ketben-tt s taerabt, keben-tt** slatin s les caractères latins.

K.M : s latin peut-être, s latin peut-être mais s *taerabt euh...* elle a pas de sens.

S.H : **donc si vous pouvez l'écrire, zeema ma tkethbeḍ-tt s tmaziyt acu le caractère ara tecwaziḍ ?**

K.M : *d* le caractère latin.

S.H : **pourquoi ?**

K.M : le caractère latin *ney tiffinay*, il faut que le client déjà la comprenne c'est quoi.

S.H : voulez-vous ajouter quelque chose ?

K.M : soyez les bienvenues, *alɛaslama-nwen ar* le magasin-*nney*, *nchallah iḡeb-awen lḡal*.

S.H : **merci, ṣaḥḥit.**

### Informateur 2

S.H : **présentez-vous s'il vous plaît ?**

B : Bellal, commerçant *dagi deg Draɛ elmizan nxeddem aynat euh...* la réparation et la vente les portables.

S.h : **votre âge ?**

B : l'âge-*inu* 32 ans, *tnin u tlatin sna*.

S.H : **niveau d'instruction ?**

B : euh...Master 2 en mathématiques appliquées.

S.H : **votre région ? Vous venez d'où ?**

B : *dagi Draɛ elmizan*.

S.H : **quelle est votre langue maternelle ?**

B : *d taqbaylit*.

S.H : **quelle sont les langues que vous utilisez au quotidien ?**

B : *dagi ḡur-ney* local ?

S.H : **à la maison ?**

B : à la maison *nessexdam taqbaylit*.

S.H : **avec vos amis ?**

B : *taqbaylit*.

S.H : **avec vos clients ?**

B : *taqbaylit, taerabt*, le français.

S.H : **pourquoi ?**

B : parce que *tamezwarut, taqbaylit daji yur-ney daji* au niveau local *taqbaylit i yellan daji, tteddin-d merɣa merɣa si leɣwayeh-agi n waɛraben nhedder ikkid-sen s taɛrabt, ttilin merɣa merɣa* les clients-*nney* c'est les immigrés *ttilin* des francophones *nhedder ikkid-sen s tefransist*.

S.H : **d'accord.**

B : *tekcem-d yer yur-ney ar daji yiwetune cliente daji* c'est une anglaise *nehder ikid-s s teglizit*. Mais *wagi* c'est un cas particulier *yiwet waḥd* six mois-*ay-agi ney acu*.

S.H : **emm, quel est le nom de votre magasin ?**

B : univers mobile.

S.H : **en quelle langue est-elle écrite ?**

B : en français.

S.H : **pourquoi vous avez choisi cette langue ?**

B : parce que c'est une langue connue par tout le monde en Algérie, *ssnen-tt leqbayel ssnen-tt waɛraben ssnen-tt* même les étrangers *mi ad ilin dag* les immigrés *ney d tagi. lh*.

S.H : **quelle transcription avez-vous choisi ?**

B : latin bien sûr.

S.H : **pourquoi ?**

B : parce que c'est une écriture attirante, *tagi d tamezwarut* au même temps connue par tout le monde.

S.H : **pensez-vous que cette langue va attirer l'attention des clients ?**

B : justement c'est pour ça *nexdem tafransist-agi* pour attirer la clientèle *akk tefransist ssnen akk tarumit daji*.

SH : **ok, pourquoi vous pensez que ça va les attirer ?**

B : *tura akka nessexdam tfinay matalan nessexdam tfinayh, tfinay xas ad ttnessexdem* et pourtant *nebya ad tt-id-nehyu irkelli* mais lukan ad *sxedmey tfinay daji* ulach win i *tt-issnen daji* i la région *ur tt-ssinen ara, maci yella win i tt-yessnen mais maci xilla i tt-issnen* ça fait *ad nessexdem tutlayt ney lluya i ssnen lyaci, merɣa ssnen-tt lyaci. Xas ad d-yas yiwen seg la wilaya-nniḍen ad d-yas matalan seg εennaba ad d-ixeddi seg Qsenṭina issen tafransist*.

S.H: **emm.**

B: *dagi dayen* au niveau local *tmitrizin akk tafransist ssnen akk tarumit dagi*.

S.H : **que pensez-vous des enseignes écrites en tamazight ?**

B : *wellah* euh pour l'instant pour le moment, n'est pas vraiment développée au stade voulu c'est-à-dire *akken nebya*.

S.H : **emm.**

B : mais espérons bien *nekkni lukan ad naf as nissin akk...nekkini* par exemple à mon âge *nekkini ur yriy ara nekkini asmi yriy matalan i* le primaire, *i cem , i lycée ur yriy ara tamaziyt* mais j'aimerais bien *ad issiney tutlayt-inu ad issiney lluya-inu ad ketbey lluya-inu ad ttkumunikiy ikkid-sen ad kemmeley ?<sup>71</sup>*

S.H : **kemmel kemmel.**

B : *ayyer* les allemands *matalan*, les allemands *mi ad d-truḥeḍ ar yur-sen ttqadaren-tt, ad as-thedreḍ* s l'anglais *ad am-d-yini* s l'allemand *ad am-yini* tu es chez moi *ad thedre-d lluya-inu, i l'étranger hedren s lluya isem-is* s l'anglais mais *i tmurt-is ihedder ittqadar tutlayt-ines* espérons bien *ad naweḍ ar stade agi ncallah ad nettqadar lluya-nney.*

S.H : **voudriez-vous écrire votre enseigne en tamazight ?**

B : avec un grand plaisir ! Espérons bien nchallah *nekk* c'est mon souhait.

S.H : **pourquoi ?**

B : parce que *d tutlat-nney, lukan nufa ad taweḍ yerstade, xir, d tuyal ad ttedaḥes akked taεrabt ney xir n taεrabt ney tafransist.*

S.H : **quelle transcription choisiriez-vous ?**

B : euh...bon...*tella temεemrit,*

S.H : **ih**

B: *tamaziyt, taqbaylit-agi nney nezmer ad tt-nekteb s temεemrit.*

S.H : **emm.**

B : parce que *dagi i dexla n Draε Elmizan* déjà *tella temεemrit-agi.*

S.H: **emm.**

B: *Draε Elmizan tekteb s temεemrit.*

S.H: **oui.**

B: espérons *ad tt-nekteb s tagi ney ad tt-nekteb s tfinay.*

---

<sup>71</sup>Il était hésité.

## Corpus

---

S.H : **pourquoi ?**

B : *tifinay tifinay* parce que c'est c'est l'identité-*nney*.

S.H : **emm.**

B : c'est...*d nekkni* c'est l'identité c'est la culture-*nney tifinay-agi* c'est le stade de l'évolution-*nney* de la société amazighe *niweḍ ar stade nexdem-d nekteb-itt s teblaḍt*.

S.H : **voulez-vous ajouter quelque chose ?**

B : emm [rire] c'est...nchallah espérons bien nchallah *tutlayt-agi nney ad tibuluyi ad taweḍ ar stade-nni akken nebya nekkni ad tuyal ad tekcemyer isem-isdomaine scientifique la recherche scientifique la chimie, la physique, la science, la médecine, ur tettyimi ara kan degsciences sociales ney lhedra kan d langage kan, produit scientifique byiy ad d-iniy*. Merci bien sahit.

S.H : **merci.**

# **Table des matières**

## Table des matières

<i>Remerciements</i>	3
Dédicace	4
Dédicace	5
<b>Introduction générale</b>	10
Problématique	11
Hypothèses	11
Choix du sujet	12
Cadre méthodologique	12
La méthode qualitative	13
La méthode quantitative	14
La transcription des entretiens	14
Présentation du terrain de recherche	15
Azazga	15
Azeffoun	15
Boghni	16
Draa El Mizan	16
Présentation de l'échantillon	16
Présentation des informateurs	16
Le plan de travail	17
Chapitre 1	17
Chapitre 2	18
<b>Chapitre 1</b>	<b>20</b>
<b>I. 17</b>	
I.1. Définition de la sociolinguistique	21
I.2. Bref historique de la sociolinguistique	22
I.3. Domaines de la sociolinguistique	22
<b>II. 19</b>	
II.1. L'interférence	23
II.2. L'alternance codique	24
II.2.1. l'alternance intra-phrastique	24
II.2.2. L'alternance inter-phrastique ou phrastique	24
II.2.3. L'alternance extra-phrastique	24
II.3. L'emprunt	25
	118

II.3.1. L'emprunt de langue	25
II.3.2. L'emprunt de parole ou le xénisme	25
<b>III. 22</b>	
III.1. Définition du bilinguisme	26
III.2. Causes de bilinguisme	26
III.3. Types de bilinguisme	26
<b>IV. 24</b>	
IV.1. La diglossie selon FERGUSON	27
IV.2. La diglossie selon FISHMAN	28
IV.2.1. Diglossie et bilinguisme	28
IV.2.2. Bilinguisme sans diglossie	29
IV.2.3. Diglossie sans bilinguisme	29
IV.2.4. Ni diglossie ni bilinguisme	29
IV.3. La diglossie selon CALVET	29
IV.3.1. Diglossie à langue dominante unique	30
IV.3.2. Diglossie à langues dominantes minoritaires	30
IV.3.3. Diglossie à langue dominante minoritaire	30
IV.2.4. Diglossie à langues dominantes alternatives	30
IV.2.5. Diglossie à langues dominantes régionales	30
<b>V. 28</b>	
V.1. L'attitude en psychologie sociale	31
V.2. Les attitudes linguistiques	31
V.3. Les caractéristiques des attitudes linguistiques	32
V.4. Les fonctions des attitudes linguistiques	33
V.4.1. La fonction d'intégration	33
V.4.2. La fonction d'instrumentalisation	34
V.4.3. La fonction d'expression	34
V.5. L'état des recherches sur les attitudes linguistiques	34
V.5.1. Les attitudes linguistiques en psychologie sociale du langage	35
IV.5.2. Les attitudes linguistiques en sociolinguistique	35
V.6. Les méthodes de recherche	35
V.6.1. L'approche directe	35
V.6.2. L'approche indirecte	36
V.6.2.1. Les échelles de mesure	37
V.6.2.1.1. L'échelle de LIKERT	37

V.6.2.1.2. L'échelle de THURSTONE	37
V.6.2.1.3. L'échelle d'OSGOOD ou de différenciation sémantique	37
V.6.3. L'approche sociétale	38
V.7. Les manifestations des attitudes linguistiques sur les locuteurs	38
V.7.1. L'insécurité linguistique	38
V.7.2. L'hypercorrection	39
<b>VI. 37</b>	
VI.1. Les représentations en psychologie sociale	40
VI.1.1. Les caractéristiques des représentations sociales	40
VI.2. Définition des représentations linguistiques	40
VI.3. La distinction entre les attitudes et les représentations linguistiques	41
VI.4. Stéréotype	42
<b>VII. 40</b>	
VII.1. Définition du discours épilinguistique	42
<b>VIII. 41</b>	
VIII.1. Définition de l'enseigne commerciale	43
VIII.2. L'enseigne commerciale et le langage	44
VIII.2.1. La fonction informative	44
VIII.2.2. La fonction symbolique	44
<b>Conclusion</b>	45
<b>Chapitre 2</b>	46
<b>I. Description de l'enquête de terrain</b>	47
I.1. la pré-enquête	47
I.2. L'observation	47
I.3. Les entretiens semi-directifs	47
I.3.1. Le guide d'entretien	48
<b>II. Analyse des données</b>	50
<b>II.1. Analyse des données de l'observation</b>	<b>50</b>
II.1.1. Classification des enseignes selon les langues	51
II.1.1.1. Classification des enseignes unilingues	51
II.1.1.1. Classification des enseignes bilingues	53
II.1.1.1. Les enseignes trilingues	53
II.1.2. Classification des enseignes selon la disposition des langues	54
II.1.3. Classification des enseignes selon la graphie	55
II.1.4. Discussion des résultats	58

II.2. Analyse des entretiens	59
II.2.1. L'utilisation des langues	59
II.2.1.1. La langue maternelle	59
II.2.1.2. L'usage des langues selon le contexte	62
II.2.2. Motivations du choix des langues des enseignes	64
II.2.3. Attitudes vis-à-vis des enseignes écrites en tamazight	67
<b>Conclusion</b>	70
<b>Conclusion générale</b>	73
<b>Bibliographie</b>	78
<b>Annexes</b>	84
<b>Agzul s tmaziyt</b>	86
<b>Lexique français-tamaziyt</b>	88
<b>Corpus</b>	92
I. Les enseignes commerciales	94
1.	85
2.	89
3.	93
4.	96
II.	100
Point d'enquête 1 : Azazga	114
Informateur 1	114
Informateur 2	115
Point d'enquête 2 : Azeffoun	116
Informateur 1	116
Informateur 2	119
Point d'enquête 3 : Boghni	120
Informateur 1	120
Informateur 2	122
Point d'enquête 4 : Draa El Mizan	124
Informateur 1	124
Informateur 2	126

