

**République Algérienne Démocratique et Populaire
Université Abderrahmane Mira de Bejaia
Faculté des Lettres et des Langues
Département de Français**

Mémoire en vue d'obtention du diplôme de master 2

Option

Linguistique et langues appliquées

Thème

*Le contact de langues dans l'affichage public : cas des enseignes
commerciales de la ville de Bejaia*

Réalisé et présenté par :

**M.KEDJAR Fares
M^{elle}. RAHMOUNI Chahrazed**

Sous la Direction de :

Pr. AMMOUDEN M'hand

Année universitaire 2020-2021

Remerciement

Nous tenons tout d'abord à remercier Dieu tout puissant et miséricordieux qui

nous a donné la force et la patience d'accomplir ce travail.

En second lieu, nous désirons aussi adresser nos remerciements pour notre

professeur Ammouden M'hand pour ses conseils judicieux et ses orientations

éclairées.

Enfin, nous souhaitons remercier toutes personnes ayant participées à la

réalisation de ce travail.

Dédicace

Je dédie ce modeste travail,

À mes chers parents,

À mes frères et à toute ma famille.

Fares Kedjar

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à :

- *Mes chers parents*
- *Mes chères sœurs*

Rahmouni Chahrazed

sommaire

Remerciement

Dédicace

sommaire

Introduction générale..... 1

1. présentation du sujet
2. motivation du sujet
3. problématique
4. hypothèses
5. Corpus et méthodologie
6. plan du travail

Chapitre I: La situation sociolinguistique en Algérie

Introduction..... 4

1. Aperçu de la situation sociolinguistique en Algérie..... 4
2. Le statut des langues en Algérie..... 4
3. Politique linguistique..... 7
4. La politique linguistique du secteur économique Algérie..... 8
5. La notion du contact de langues..... 9

Conclusion..... 12

Chapitre II: Contexte sociolinguistique et étude des enseignes commerciales de la ville de Bejaia

Introduction..... 14

1. La situation sociolinguistique à *Béjaia* 14
2. Corpus de l'étude 15
3. Échantillonnage des langues présentes dans le paysage linguistique étudié..... 16
4. Qu'est-ce qu'il y'a derrière le choix linguistique ? 18
5. Le Lexie occidentale est un moyen d'identification 26
6. Les fautes d'orthographe dans les enseignes commerciales 27

Conclusion générale 29

Bibliographie

table des matières

Annexes

Résumé

Introduction générale

1-Présentation du sujet

Notre travail de recherche porte sur « *le contact de langues dans l'affichage public : cas des enseignes commerciales de la ville de Béjaïa* ». C'est un sujet qui s'inscrit dans le domaine de la sociolinguistique qui s'intéresse à l'étude de la langue dans son contexte socioculturel.

La sociolinguistique est définie comme étant « *Une discipline qui prend pour objet d'étude la langue du point de vue de sa mise en œuvre par les locuteurs dans un contexte social* » (Neveu, 2004, p.43). A partir de cette définition, on comprend que la sociolinguistique étudie les différents usages d'une langue donnée à fin de tirer des normes.

La sociolinguistique est née en apposition avec la linguistique structurale de Saussure. Elle est l'une des sciences du langage, William Labov, est l'un de ses pères fondateurs.

Les variétés linguistiques utilisées par les locuteurs algériens affectent divers domaines y compris le domaine commercial. Ce qui nous intéresse dans notre recherche, c'est l'aspect commercial de la langue plus précisément l'enseigne commerciale, qui était facultative, et aujourd'hui devenue très importante.

L'enseigne commerciale est l'objet de notre étude, elle est une forme de publicité extérieure, et une forme de stratégie commerciale mis en place pour capter le plus grand nombre de consommateurs, où elle permet de signaler la présence du commerce à la clientèle, comme le confirme DUMONT.M l'enseigne est « *signe permettant de reconnaître le commerce qui est porteur et le distingue des autres* » (Dumont, 1998, p.20)

2- Motivation et choix du sujet

Le contact de langue est un phénomène langagier très présent dans la société algérienne en générale, et dans les enseignes en particulier, notre travail se portera sur le phénomène du contact de langue en rapport avec les enseignes commerciales de la ville de Béjaïa.

Notre choix pour ce thème a été motivé par le fait que, l'Algérie est un pays plurilingue, caractérise par une diversité et pluralité langagière, qui ne se manifeste pas seulement dans les parlers mais aussi dans les écrits des enseignes commerciales. Et pour effectuer ce travail nous avons choisis la ville de Béjaïa comme terrain de recueil du corpus, qui contient des photos d'enseignes commerciales prises dans ses rues. « *Cette ville demeure un terrain caractérisé par des dynamiques sociolangagières, spatiales, culturelles et complexe, qui impacte l'usage des langues dans les enseignes commerciales exposée regard*

de tout usager au sien de cette ville » (Moualek, 2015, p.2) Nous souhaitons donc expliquer les différentes caractéristiques des écrits des enseignes commerciales dans la ville de Béjaïa.

3- Problématique

Selon une approche sociolinguistique, nous essayerons dans le cadre de notre recherche, d'étudier le phénomène du contact de langue au sein des enseignes commerciales. A travers un corpus, que nous allons collecter dans les rues et ruelles de ville de Béjaïa, en prenant en compte les notions issues du contact des langues pour bien comprendre la distribution des langues dans les enseignes commerciales.

À travers cette recherche, nous tenterons d'apporter des éléments de réponses aux deux questions qui se sont venues à notre esprit dans ce modeste travail :

- Qu'est-ce qui caractérise la langue utilisée dans les enseignes commerciales ?
Quelles est la langue dominante ?

- Comment se manifeste le contact de langues dans les enseignes ?

4- Hypothèses

Pour pouvoir répondre à ces deux questions, nous proposerons deux hypothèses qui seront confirmées où infirmées à partir de notre enquête sur le terrain, et avec notre analyse des résultats obtenus au niveau de la pratique.

- ✓ La langue utilisée par le vendeur, nous donne une image sur le paysage linguistique de la ville de Béjaïa.
- ✓ la manifestation des langues causée par la diversité linguistique, se traduit par les phénomènes du contact de langues tels que : bilinguisme, le plurilinguisme et l'alternance codique.

5- Corpus et méthodologie

• Corpus

Notre corpus est composé environ de soixante (60) enseignes commerciales, collectées au niveau de la ville de Béjaïa. Ce corpus constitue des écrits de plusieurs enseignes qui concerne pratiquement tous les types de commerces

- **Méthodologie**

Afin de vérifier la validité des hypothèses, nous avons opté pour une démarche descriptive et analytique dans notre analyse du corpus.

6- Plan du travail

Notre plan du travail se répartie en deux chapitre ; dans le premier chapitre on va d'abord, aborder la situation sociolinguistique de l'Algérie, où nous allons donner un aperçu sur cette situation tout en s'intéressant, aux variétés en présence et leurs statuts. Après nous présenterons la politique linguistique, en évoquant les textes réglementaires de la politique linguistique de l'Algérie. Ensuite nous allons également essayer de définir la notion du contact de langues ainsi ses phénomènes linguistiques : le bilinguisme, plurilinguisme et l'alternance codique. Quant au deuxième chapitre, nous allons présenter au début la situation sociolinguistique de la wilaya de Bejaia après nous entamerons notre analyse linguistique du corpus collecté.

Chapitre I

La situation sociolinguistique en Algérie

Introduction

Dans ce premier chapitre qui constitue notre base théorique, nous présenterons un aperçu sur la situation sociolinguistique en Algérie, ainsi les statuts des langues en présence. Nous définirons la politique linguistique et nous parlerons également de la politique d'arabisation et de la politique linguistique du secteur économique. Nous procéderons à définir la notion du contact de langues suivi par ses phénomènes : le bilinguisme, le plurilinguisme et l'alternance codique.

1. Aperçu de la situation sociolinguistique en Algérie

L'Algérie a toujours connu des mutations sociolinguistiques liées à un environnement historique particulier. En tant qu'espace de fusion, ce pays a connu une réalité sociolinguistique assez diversifiée et complexe, caractérisé par la coexistence de plusieurs langues qui fait d'elle « *une société plurilingue par excellence* » (Ibrahimi, 2004, p. 34). Sa diversité est en fait le résultat des siècles « *de brassage et de métissage* » (Belkacem, 2007, p.16) des différents peuples qui se sont succédés pour de différentes raisons, ce qu'a donné une présentation linguistique riche où on trouve principalement l'arabe dialectal, l'arabe classique, le berbère, le français et l'anglais. Aujourd'hui, cette richesse linguistique est contrainte par la réalité imposée par la mondialisation et l'ouverture sur le monde. (Chahoua, 2013, pp. 17-20)

2. Le statut des langues en Algérie

Produit de son histoire et sa géographie, l'Algérie représente une situation linguistique diverse et complexe. Aujourd'hui plusieurs langues sont utilisées dans le vocabulaire oral de ses locuteurs, à savoir ; l'arabe classique, l'arabe dialectal, le berbère et les langues étrangères, le français et l'anglais.

Dans son article, Sebaa, R, affirme que « *L'Algérie se caractérise, comme on le sait, par un cas de quadrilingue sociale : arabe conventionnel / français / arabe algérien / tamazight. Les frontières entre ces différentes langues ne sont ni géographiquement ni linguistiquement établies. Le continuum dans lequel la langue française prend et reprend constamment place, au même titre que l'arabe algérien, les différentes variantes de tamazight et l'arabe conventionnel redéfinit les fonctions sociales de chaque idiome. Les rôles et les fonctions de chaque langue, dominante ou minoritaire, dans ce continuum s'inscrivent dans un procès dialectique qui échappe à toute tentative de réduction.* » (Sebaa, 2002, N^o 13).

Chapitre I : La situation sociolinguistique en Algérie

2.1. L'arabe

L'arabe est la cinquième langue parlée dans le monde, elle se présente sous différents types. Dans le contexte algérien, il existe deux types d'arabe ; l'arabe classique et l'arabe dialectal.

2.1.1. L'arabe classique

L'arabe classique est la langue du Coran et du prophète Mohamed qui s'est introduite en Algérie avec la première vague d'islamisation au 8^e siècle, comme le confirme Boudjedra « *La langue arabe est une langue sacrée pour les Algériens, puisque langue du Texte c'est-à-dire du texte coranique.* ». (Boubakour samira , p. 54).

Cette langue demeure le statut officiel et national de l'état algérien après l'indépendance, son usage est strictement officiel et religieux, comme le souligne CHERIGUEN. F « *C'est la langue que l'état s'efforce d'imposer depuis l'indépendance de l'Algérie(1962). Ayant adhéré depuis cette date à la ligue arabe, les dirigeants algériens se sont empressés d'affiner l'arabité de l'Algérie, se gardant bien toutes fois de faire figurer dans les principes généraux régissant la société algérienne* » (Cheriguen, 1997, p.62-63).

L'arabe classique appelé aussi « arabe littéraire » est langue de la culture arabe savante et reste la langue du prestige utilisée dans les écrits poétiques, la spécificité de cette langue c'est qu'il ne permet pas qu'on y introduise ce qui est étranger contrairement à l'arabe dialectal.

2.1.2. L'arabe dialectal

L'arabe dialectal est la langue du quotidien, qui est connue sous le nom dardja, se divise en parlers locaux différents de l'est à l'ouest et du nord au sud. Leurs différences résident dans : lexical, phonologique, syntaxique et sémantique.

A ce propos Taleb Ibrahim K. écrit « *Les dialectes orientaux ou maghrébins se sont toujours démarqués de la norme cultivée et écrit par des sensibles différences phonétiques, voire phonologiques* » (Taleb Ibrahim, 1997, p.28)

Même si chaque dialecte se distingue, les arabophones se comprennent entre eux car ils connaissent souvent les clés de la prononciation du vocabulaire ou de la grammaire ce qui leur permet de saisir les parlers des autres régions ou pays.

2.2. Le berbère

Le berbère est issu des barbares, est la langue la plus ancienne en Algérie et la langue maternelle des minorités ethniques. Il représente 20% de la population totale de l'Algérie. Il

Chapitre I : La situation sociolinguistique en Algérie

comprend plusieurs variétés : chawiya , le kabyle , chelhiya, m'zabiya , tergiya Le 8 avril 2002, le Parlement algérien a reconnu le tamazight comme "langue nationale aux côtés de l'arabe", après avoir eu une série d'émeutes qui nécessitaient l'achèvement de l'identité nationale et la nécessité de l'intégrer dans le système éducatif et les médias. Pour Abdelkader Ben Salah (Président du Parlement), la constitution du tamazight en langue nationale est « *une grande réalisation, un tournant dans l'histoire de la nation et le début parachèvement des composantes de l'identité nationale* » (Chibane, 2009 p. 34). En raison de ce tournant politique majeur, l'état assurera la promotion et le développement du tamazight utilisé dans toute l'Algérie.

2.3. Les langues étrangères

2.3.1. Le français

L'Algérie est considérée « comme un pays francophones » (djebbar 2019), la langue française occupe une place très importante ai sein de la société Algérienne jusqu'à présent .

A l'indépendance en 1962, il s'est conféré le statut de langue étrangère après avoir procédé à a politique d'arabisation pour redonner à l'arabe sa place qu'elle avait perdue, mais il est resté très rependu dans les différents secteurs ; économique, financier, scientifique et technique, qui continuent à fonctionner en cette langue ainsi l'enseignement particulièrement l'enseignement supérieure comme l'explique Sebaa« *Sans être la langue officielle, la langue française véhicule l'officialité. Sans être la langue d'enseignement, elle reste la langue de transmission du savoir sans être la langue identitaire, elle continue à façonner l'imaginaire culturel collectif de différente formes et par différents canaux. Et sans être la langue d'université, elle est la langue de l'université. Dans le quasi-totalité déstructures officielles de gestion, d'administration et de recherche, le travail s'effectue encore essentiellement en langue français* ». (Sebaa, 2002, p.85)

Le français est toujours présent dans le quotidien des Algériens, la plupart d'entre eux utilisent le français, d'ailleurs d'après des linguistes algériens tels Yacine Derradji¹ 35% des locuteurs algériens préfèrent communiquer en français dans leurs vies quotidiennes, et 80% alternent le français et leurs langues locales ce soit l'arabe dialectal ou le berbère. Ce qui prouve que le français est très présent dans la scène linguistique algérienne.

¹ Yacine Derradji est un linguiste et professeur dans l'université Frères Mentouri Constantine

2.3.2. L'anglais

La langue anglaise est la première langue parlée dans le monde. La deuxième langue étrangère après le français en Algérie. Elle est enseignée dès la première année moyenne. Cette langue occupe moins de place et d'importance que le français au sein de la société Algérienne bien, elle est considérée comme une langue de mondialisation et de recherche scientifique et technique au niveau international.

3. Politique linguistique

3.1. Qu'est-ce que la politique linguistique ?

Il faut comprendre que lorsqu'on parle de la politique linguistique, qu'il s'agit en fait d'identifier toute politique voulue par un état ou par une organisation internationale, concernant une ou plusieurs langues utilisées dans les espaces géographiques, relevant de souveraineté. Cette politique désirée intervient sur deux domaines bien précis le corpus et le statut de langues, il peut s'agir de renforcer l'usage, ou de limiter l'expansion, et voire même de procéder à son éradication, comme peut s'employer à faire évoluer le corpus d'une langue par l'adoption d'un système d'écriture, par la mise en place du lexique et du dictionnaire, par l'adoption des règles grammaticaux et orthographiques, ou encore en régulant les emprunts aux langues étrangères pour favoriser la création terminologique.

La politique linguistique peut même modifier le statut d'une langue en l'érigeant en langue officielle et seconde et d'enseignement voulut le mettre mot pour définir l'action de cette politique est l'intervention, car il s'agit d'un acte délibéré visant à mettre en place une politique d'aménagement ou de planification linguistique qui repose le plus souvent sur des impératifs liés à l'unité d'une nation ou l'identité d'un peuple avec tout que cela suppose comme subjectivité ethnique, anthropologique, idéologique spirituelle et éthique.» (<https://www.youtube.com/watch?v=Fqxlj2FfHBE>).

Pour Boyer H : « *L'expression politique linguistique est souvent employée en relation avec celle de la planification linguistique : tantôt elles sont considérées comme des variantes d'une même désignation, tantôt elles permettent de distinguer deux niveaux de l'action du politique sur la / les langue(s) en usage dans une société donnée. La planification linguistique est alors un passage à l'acte juridique, la concrétisation sur le plan des institutions (étatiques, régionales, voire internationales) de considération de choix de perspectives qui sont ceux d'une politique linguistique*» (Boyer, 1996, p.23).

Chapitre I : La situation sociolinguistique en Algérie

En Algérie, la politique linguistique mise en œuvre par l'état est la politique d'arabisation. Cette dernière exige l'utilisation de l'arabe d'une manière universelle dans toutes les institutions nationales. Cette politique d'arabisation vise à réaliser l'unité nationale et l'attachement au monde arabo-musulman.

3.2. Politique d'arabisation

L'un des objectifs principaux de la politique algérienne de l'époque est arabiser tout ce qui a été francisé. C'est à cet égard, que l'état algérien recommande d'une façon stricte et claire l'arabisation qui se définit par le retour aux origines en renforçant l'usage de l'arabe classique dans tous les secteurs, c'est dans ce cadre que le gouvernement algérien décide d'attribuer le statut "national" et "officiel" à la langue arabe littéraire.

L'objectif spécifié de la politique d'arabisation est de restaurer de manière irréversible le statut de l'arabe classique dans la société algérienne et de transformer tous les aspects de la vie quotidienne du français à l'arabe.

« Pour arabiser son peuple l'état algérien a mis en place une série de lois, plus de 30 lois relatives à l'arabisation ont été adoptées, mais peu d'entre elles sont pleinement respectées. Le début de l'arabisation a été promulgué par le président Ben Bella (1962-1965), qui a publié un décret sur l'arabisation du gouvernement. Après ce décret, un autre décret a été publié en 1964, exigeant l'utilisation de l'arabe lors de la rédaction des lois et règlements, et la version française sur une base ad hoc. Ces décrets s'inscrivent dans la suite logique de son annonce précédente à l'aéroport de Tunisie en juillet 1963 : « Nous sommes des Arabes, nous sommes des Arabes » (. https://www.axl.cefan.ulaval.ca/afrique/algerie-3Politique_ling.htm)

S'adressant aux Français, ce message visait également des militants berbères et des dirigeants du Moyen-Orient, en les informant officiellement de leur adhésion au « monde arabe » (Ahmed, 1963, p. discours)

4. La politique linguistique du secteur économique Algérie

La politique linguistique du secteur économique concerne la langue adaptée au sein du travail. A partir de la politique algérienne, l'arabisation qui vise « unifier l'usage d'un même travail, d'une même éducation et d'une même langue culturelle. En 1968, un texte juridique rend obligatoire l'usage des langues nationales, c'est ainsi que tous les services administratifs organisent des cours pour tous les fonctionnaires. En 1970, le président Houari Boumediene a promulgué une série de textes, stipulant que tous les fonctionnaires doivent avoir une

Chapitre I : La situation sociolinguistique en Algérie

connaissance de l'arabe, jusqu'en 1976, date à laquelle l'arabe a été déclaré langue nationale et officielle». (Charte Nationale, 1976, p.66).

L'Algérie exige l'adaptation de la langue arabe dans tous les secteurs administratifs notamment dans le secteur économique et exclure toute autre langue dite étrangère, mais cette exigence n'a pas été prise en considération par l'ensemble du peuple algérien qui a continué à utiliser la langue française dans leurs activités professionnels puisque il semble que c'est très difficile d'intégrer la langue arabe dans le monde du travail surtout dans les échanges commerciaux. (Benbachir, 2007, p.42)

5. La notion du contact de langues

Le concept de contact de langues a fait l'objet de plusieurs définitions, parmi ses définitions, on cite celle du Dubois qui affirme que : « *le contact de langue est la situation humaine dans laquelle un individu ou un groupe sont conduits à utiliser deux ou plusieurs langues* » (Dubois, 1994, p.155).

De ce fait, le contact linguistique est une situation humaine qui oblige les individus ou les groupes à utiliser plus d'une langue. Le contact de langue est donc un événement spécifique qui conduit ou crée un problème de bilinguisme. Les raisons entraînant le contact de langues sont variées. À ce propos Dubois J. & al. Affirment que

« *Le contact de langues peut avoir des raisons géographiques : aux limites de deux communautés linguistiques, les individus peuvent être amenés à circuler et à employer ainsi tantôt leur langue maternelle, tantôt celle de la communauté voisine. C'est là, notamment le contact de langue des pays frontaliers. (...) Mais il y a aussi contact de langue quand un individu, se déplaçant par exemple, pour des raisons professionnelles, est amené à utiliser à certains moments une langue autre que la sienne* ». (Dubois, 1994, p.155)

Ce concept est introduit pour la première fois par WENREICH (1953) pour désigner l'alternatif de deux codes linguistiques, pour lui, le contact des langues affecte le comportement des individus, ce qui renvoie à l'état individuel, alors que le bilinguisme renvoie à l'état social.

Lorsque on parle du contact de langue dans la société algérienne on parle de l'utilisation simultanée de : Français/Arabe dialectal et Français/kabyle.

4.1. Les phénomènes de contact de langue

Plus les langues sont en contact, la situation linguistique se développe. Le contact entre les quatre langues en présence dans le contexte Algérien conduit aux trois phénomènes : bilinguisme / plurilinguisme et alternance codique.

4.1.1. Le bilinguisme

Le bilinguisme est la pratique régulière de deux langues. Il y'a de nombreuses définitions qui ont été donné par des linguistes, nous retenons les suivantes :

Mackey définit le bilinguisme comme : « *l'usage alterné de deux ou plusieurs langues par le même individu* ». Il le perçoit comme « *l'alternance de deux ou plus de deux langues*» (Mackey, 1976, p9).

M. L. MOREAU propose une autre définition dans laquelle elle affirme que : « *Le bilinguisme est un phénomène mondial. Dans tous les pays, on trouve des personnes qui utilisent deux ou plusieurs langues à diverses fins et dont divers contextes. Dans certains pays, pour être considéré comme instruit, une personne doit posséder plus de deux langues*» (Moreau. M, 1976, p9).

Par contre Deprez considère le bilinguisme comme « *toute personne qui comprend et/ou parle quotidiennement sans difficultés deux langues* » (Deprez, 2008, P31).

On comprend par cette dernière définition qu'un bilingue est une personne qui possède au moins une compétence linguistique (lire, parler, écouter) dans une autre langue que sa langue maternelle.

Nous distinguons deux types de bilinguisme (Lefebvre, 2008 , P26) :

- **Le Bilinguisme passif**

Un bilingue passif est une personne qui comprend les deux langues mais ne peut pas parler que dans sa langue de socialisation.

- **Le bilinguisme actif**

Contrairement aux bilingues passifs, les bilingues actifs sont ceux qui comprennent et parlent deux langues en même temps.

En Algérie, il n'y a pas de monolingues, mais des bilingues qui parlent deux langues en alternance, français et arabe, ou trilingues de deux ou plusieurs langues, français, arabe et kabyle.

4.2. Le plurilinguisme

Plurilinguisme un phénomène sociolinguistique qui existe dans les sociétés du monde entier. Ce dernier renvoie au répertoire des variétés de langues, il s'y trouve que de nombreuses personnes l'utilisent.

Il est défini selon Philippe Blanchet Le comme étant « (...) *une caractéristique de l'humanité puisque la plupart des humains plurilingues. C'est un phénomène puissant et inéluctable*» (Blanchet, 2018).

Et selon DUBOIS, J. : « *On dit d'un sujet parlant qu'il est plurilingue quand il utilise à l'intérieur de la même communauté plusieurs langues selon le type de communication(...) On dit d'une communauté qu'elle est plurilingue lorsque plusieurs langues sont utilisées dans les divers types de communication.*»(Dubois, 1994, p.368) .

On distingue par le plurilinguisme, l'utilisation de plusieurs langues par des individus ou des communautés, en fonction de la communication.

En Algérie, le plurilinguisme fait partie de son paysage linguistique, dû à la cohabitation de plusieurs variétés linguistique (l'arabe classique, l'arabe dialectal, le berbère, et le français) au sien de son territoire, ce qui fait d'elle un pays plurilingue.

4.3. L'alternance Codique

La notion d'alternance codique ou ce qu'on appelle encore le code switching, et alternance de langues, est issue des études sur le bilinguisme et le contact de langue. Elle peut se définir, selon JJ. Gumperz comme « *la juxtaposition, à l'intérieur d'un même échange verbal, de passages où le discours appartient à deux systèmes ou sous- systèmes grammaticaux différents. Le plus souvent l'alternance prend la forme de deux phrases qui se suivent. Comme lorsque un locuteur utilise une seconde langue soit pour réitérer son message soit pour répondre à l'affirmation de quelqu'un d'autre* » (Gumperz, 1989, p.57).

Ce qui attire l'attention dans cette définition, c'est l'aspect linguistique, qui représente l'échange verbal à travers l'existence de deux systèmes linguistique dans un énoncé, parmi lequel la juxtaposition et la continuité indiquent que le locuteur a produit un énoncé bilingue avec une structure grammaticale. Il n'y a pas d'interruption formelle, il s'agit dans ce cas d'un problème propre aux habitudes langagières acquises ou apprises spécifiques aux sujets parlant bilingues, qui renseigne également sur l'occupation partielle ou totale de la grammaire des deux langues et la fonction d'ajustement informations grammaticales. Communication, où la qualité des déclarations alternatives est considérée comme la base pour assurer la communication et l'interaction. On peut aussi souligner que cette définition s'inscrit dans une

Chapitre I : La situation sociolinguistique en Algérie

perspective fonctionnelle tournée vers l'interaction. Elle repose essentiellement sur le fait du dialogue, dans lequel les locuteurs ignorent leurs choix linguistiques car le but principal est la compréhension mutuelle.

De la manière générale, l'alternance codique est la pratique selon laquelle, un locuteur alterne deux langues ou plus, ou variétés de langues dans le contexte d'une conversation unique, cela se produit lorsque le locuteur est activement bilingue. Ce phénomène est très connu en Algérie.

Conclusion

Pour conclure, la réalité sociolinguistique de l'Algérie est marquée par sa diversité qui se traduit par la présence de plusieurs langues dont principalement, l'arabe classique, l'arabe dialectal, le berbère et le français. Ce multiple champ de langues tant considéré comme un danger pour l'unité national a conduit l'état algérien à mettre en place la politique d'arabisation dans le but de favoriser un seul idiome, l'arabe classique, malgré la favorisation de ce dernier, le locuteur algérien utilise toujours les autres langues et mélange entre eux quotidiennement, ce qui provoque le contact de langues qui se résulte en plusieurs phénomènes linguistiques comme bilinguisme, l'alternance codique et plurilinguisme.

Chapitre II

**Contexte sociolinguistique, et étude des
enseignes commerciales de la ville de Bejaïa**

Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia

Introduction

Dans ce second chapitre, nous allons entamer la partie théorique , la partie analytique de notre recherche, qui sera consacré à l'analyse linguistique des écrits des enseignes collectées dans la ville de Béjaïa, avant d'entamer cette analyse, nous allons présenter le contexte sociolinguistique de cette ville.

1. La situation sociolinguistique à Béjaia

1.1. La situation géographique de la ville de Béjaia

Béjaïa (en berbère : ⵜⴰⵎⴰⵏⵜ ⵏ ⵔⴰⵏⵉⵏⵉⵏ [Vgayet ou Bgayet]; en arabe : بجاية). Bejaia est une commune algérienne située en bordure de la mer méditerranée, 220 km à l'est de la capitale Alger, constitué d'une superficie de 120,2km² et d'une altitude de 949m. Elle est la plus grande ville de la Kabylie en termes d'habitants, avec 187076 habitants. Elle est constituée de l'un des plus grands ports commerciaux de Méditerranéen, ce qui fait d'elle un centre d'échange commerciaux et également aussi sa prospérité. Cette ville referme des sites naturelles vestiges historique qui témoignent encore aujourd'hui des fastes de sa longue histoire. (https://fr.wikipedia.org/wiki/Wilaya_de_B%C3%A9ja%C3%Afa)

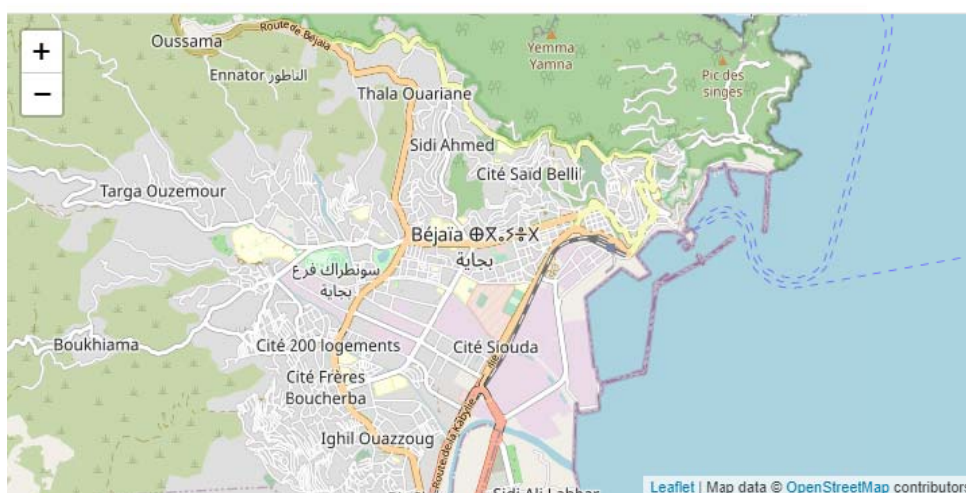


Figure 01 : Carte et plan de la ville de Bejaia (sur maps)

(Téléchargée depuis le site www.wikipedia.com en 2019)

Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia

1.2. Aperçu historique sur la ville de Béjaïa

L'occupation préhistorique de la région de Bejaia est remarquable, de multiples civilisations se sont succédées à fin d'occuper l'espace géographique pour des raisons commerciales. Cette succédât est caractérisé par une continuité interrompue d'occupation depuis l'antiquité ; phéniciens, romains, vandale, musulman, les espagnoles et les français. Les Romains ont occupé la région après les phéniciens en 27^{eme} siècle avant J C, lors de leurs occupation la ville (saldae) s'était créée dans un cadre colonial.

La ville de Bejaïa a connaît une chute suite l'occupation espagnole qui a duré près de cinquante ans.

la ville de Béjaïa connaît une décadence suite à l'occupation espagnole qui durera près de 50 ans .

les ottomans qui occupent la ville à partir de 1555 se contente d'en faire un simple point de défense même si ses environs fournissaient le bois nécessaire à la construction des bateaux pour la course . Béjaïa subit la colonisation à partir de 1832 mais la population mène Une grande résistance qui se caractérise par la grande insurrection de 1871 qui a touché toute l'Algérie et qui fut réprimée aussi sauvagement qu'à kherrata 1945.

La ville à gardée de ces périodes des traces archéologiques qu'il nous faut protéger et mettre en valeur car c'est une partie de notre mémoire.

. (<http://www.univ-bejaia.dz/documents/colloque-Bejaia-ville-histoire-civilisation.pdf>)



Figure 02 : situation de la ville de Bejaia (GPS navigation)

(Téléchargée depuis le site www.wikipedia.com en 2019)

Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia

2. Corpus de l'étude

Notre corpus contient 60 enseignes commerciales repérées dans les différents quartiers de la ville de Bejaia, nous avons essayé de rassembler un nombre varié et représentatif. Le choix de ces enseignes a touché toutes les catégories du commerce. Nous avons écarté des enseignes accrochées sur les murs et les façades des boutique .

2.1. L'étude de la partie graphique des enseignes commerciales

Le traitement du corpus collecter sur le point graphique, nous aidera à détecter les langues en présence dans les écrits des enseignes commerciales, la distribution des langues.

3. Échantillonnage des langues présentes dans le paysage linguistique étudié

Dans la démarche de notre recherche, nous avons choisis de faire une lecture linguistique qu'il nous semble utile dans l'analyser des écrits des enseignes.

D'après notre exploitation des plaques photographiées, on a remarqué une diversité et une variété linguistique qui se traduit par la présence de quatre langue (l'arabe, le français, le berbère et l'anglais), ainsi une manifestation des phénomènes le bilinguisme et le plurilinguisme, l'alternance codique due à un contact de langues.

Dans notre évaluation des différentes langues utilisées dans les enseignes commerciales de la ville de Bejaia, nous avons abouti aux résultats suivants :

- 37 enseignes écrites en langue française / monolingue.
- 07 enseignes écrites en langue arabe et langue française / bilingue
- 01 enseigne écrite en langue française et langue anglaise / bilingue
- 02 enseignes écrites en langue et français et berbère/ trilingue
- 01 enseigne écrite en langue arabe et langue française et anglaise / trilingue
- 02 enseignes écrites en langue berbère / monolingue
- 02 enseignes écrites en langue anglaise / monolingue
- 05 enseignes écrites en langue arabe / monolingue
- 01 enseigne écrite en langue française et berbère / bilingue
- 01 enseigne écrite en langue arabe et langue anglaise / bilingue
- 01 enseigne écrite en langue arabe et langue berbère / bilingue

Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia

Ce tableau représente les chiffres que nous avons obtenus lors de notre analyse :

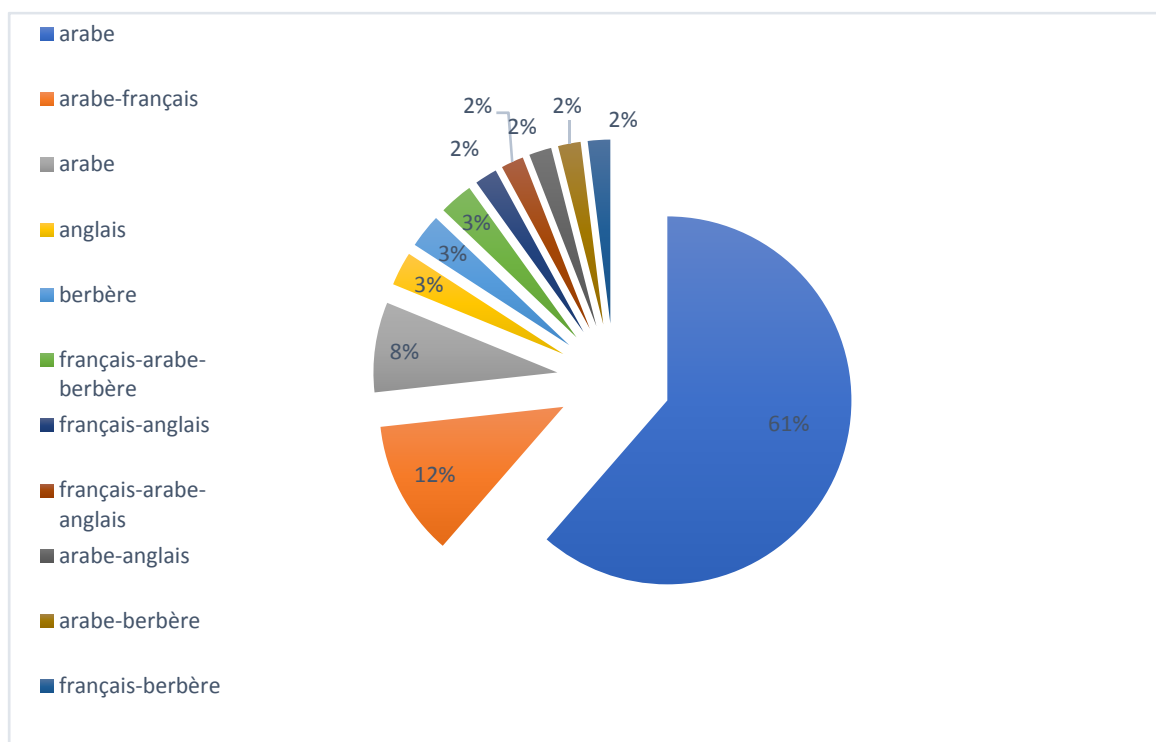
Langue(s) utilisées	Taux d'utilisation	Total
Français	37 (61,66%)	60 100%
Arabe- Français	07 (11,66%)	
Français-Anglais	01 (01,66%)	
Français-Arabe-Anglais	01 (01,66%)	
Français-Arabe-Berbère	02 (03,33%)	
Français-Berbère	01 (01,66%)	
Arabe	05 (08,33%)	
Arabe-Anglais	01 (01,66%)	
Arabe-Berbère	01 (01,66%)	
Anglais	02 (03,33%)	
Berbère	02 (03,33%)	

Tableau 01 : Pourcentage des langues présentes dans les enseignes de la ville de Bejaia

En observant ce tableau présent, au nombre de langues, on perçoit que la ville Bejaia décrit bien la réalité sociolinguistique de l'Algérie, le plurilinguisme.

En observant ces statistiques obtenues, nous remarquerons que le taux le plus élevé est réservé aux enseignes écrites en langue française avec un taux de 61,66%, ce qui nous conduit à dire que cette langue jouit une grande réputation dans l'esprit des commerçants. Après les enseignes en langue française, viennent les enseignes bilingues en arabe / français avec un taux de 11,66%, poursuit par les enseignes en langue arabe d'un taux de 8,33%. En quatrième position se succède les enseignes trilingues (arabe /français/berbère), et les enseignes monolingues écrit en langue berbère et anglais avec un même de taux de 3,33%.La dernière position, est attribuée aux enseigne alterné (arabe/anglais, arabe/berbère, français/anglais, français/berbère et français/ arabe/ anglais) avec un taux de 1,66%.

Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia



Graphique 01 : La configuration linguistique des enseignes

Une vision globale pour le graphique (01) indique que le taux le plus élevé est toujours réservé aux enseignes monolingues en langue française d'un taux de 61%, vient après les enseignes bilingue(arabe/français) qui prouve sa deuxième place d'un taux de 12% , suivait par les enseignes en langue arabe d'un taux de 8 %, poursuit de chacun des enseignes écrites en français/anglais, français/berbère, arabe/anglais, arabe/berbère soit d'un taux de 2%.

Les enseignes trilingues affichent les fréquences suivantes : (03,33%) des enseignes écrites en français/arabe/berbère et (01,66%) sont en français/arabe/anglais.

D'après les statistiques que nous avons obtenues, nous constatons que la langue française occupe une place très importante au sien des écrits des enseignes de la ville de Bejaia, contrairement aux langues local l'arabe et le berbère ce qu'a provoqué une hiérarchie de langues.

4. Qu'est-ce qu'il y'a derrière le choix linguistique ?

La langue est un moyen pour transmettre un message, pour subvenir aux besoins communicationnels.

Dans notre recherche basée sur le paysage linguistique de la ville de Bejaia, nous avons déterminé la coexistence de quatre choix linguistiques

Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia

4.1. Le choix de la langue française

La langue française considérée en tant qu'une langue de colonisation, est toujours ici présente dans notre espace urbain, notamment dans la ville de Bejaia. Notre analyse des écrits des enseignes collectés dans cette ville nous a confirmé, que : «le français est la langue la plus présente dans les écrits de notre corpus ». (Ammouden, 2009, p.90). Cette présence s'explique par le statut privilégié donnée à cette langue par la ville même ce qu'ont influencé les commerçants à l'utiliser.



Enseigne N° 01

Dans cette enseigne (01), l'expression « **Boutique Istanbul** » cette expression reflète une démarcation à l'occident magasin est réservé à une clientèle influencée par la culture occidentale.



Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia

Enseigne N° 02

L'écrit dans cette enseigne n° 02, « CAFETERIA LEDJENINA » désigne le bon endroit qui veut dire « jardin » dans le but d'attirer la clientèle pour ce lieu magique et donner le grand aspect



pour cette cafétéria **Enseigne N° 03**

Dans cette enseigne N° 03 « VÊTEMENTS DE LUXE » est une expression qui désigne des vêtements de haute qualité et moderne.

4.2. Le choix de la langue arabe

La langue arabe est la langue nationale et officielle du pays, dans la ville de Bejaia, on a remarqué que cette langue ne reflète pas son statut donné par l'état puisque les données de notre recherche, nous a prouvées qu'elle occupe moins de place au sien de cet espace, elle s'accorde la deuxième place après le français.

Dans le secteur du commerce de la ville de Bejaia, cette langue s'y trouve, moins valorisante par rapport à la langue française, la plupart des commerçants qui l'utilisent sont fortement des personnes aux origines arabe, leurs parlers est arabe, il prouve un attachement à la culture arabe, à la religion et aux coutumes.



Enseigne N°04

Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia

Cette expression « مكتبة الشريعة » se compose de deux mots « مكتبة » qui veut dire librairie, et le deuxième mot الشريعة renvoie à la religion, ce qui prouve que le choix pour cette langue se fait aussi pour désigner la religion (l'islam).



Enseigne N°05

Le choix de cette expression « حلويات شرقية » signifie les gâteaux traditionnels de l'est du pays, ce qui représente notre culture algérienne.

4.3. Le choix de la langue berbère

Dans la ville de Bejaia, le berbère est la langue de la majorité de la population. Il est très utilisé dans leurs discussions et moins utilisé dans les écrits plus précisément dans les écrits des enseignes. Notre corpus qui contient, de deux enseignes écrites dans cette langue avec un taux de 03,33% identique à l'anglais, nous a approuvés que le statut du berbère tant qu'une langue locale ne soit pas pris en considération dans l'écrit des enseignes.

Cette négligence envers cette langue est due à la moins connaissance de son orthographe, il s'y trouve qu'il ya qu'une minorité de personne qui comprend l'écriture berbère, c'est pour cela que les commerçants évitent son utilisation au sien des écrits des enseignes.

Voici un exemple :



Enseigne N° 06

Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia

L'enseigne porte le nom (ⵜⴰⵎⴰⵎⵓⵔⵉⵜ) en berbère signifie (tiffinagh), le commerçant a utilisé un fond attirant en couleur jaune et vert qui fait symbole à la fameuse équipe de la Kabylie, JSK pour montrer son amour pour cette équipe et attirer l'attention de ses supporters.

4.4. Le choix de la langue anglaise

L'anglais est la langue universelle, son statut se prouve du jour en jour, surtout avec la mondialisation d'aujourd'hui, elle constitue l'indice de développement.

Dans le secteur économique, plusieurs commerçants préfèrent utiliser cette langue dans le but de signaler la mondialisation



Enseigne n°07

Enseigne n°07, l'expression « **BEST MEUBLE** » en caractère gras, veut signifier les meilleures meubles, cette expression avec l'emploi de l'anglais va laisser les passants ou bien la clientèle de s'y croire qui il vent vraiment de la bonne qualité.



Enseigne n°08

Cette enseigne qui se compose un seul mot écrit en anglais « **Happy** » qui signifie heureux, le commerçant a utilisé ce mot pour se refaire à l'occidental et à la modalisation pour capter plus de clientèle notamment les jeunes femmes puisque c'est magasin de vêtements pour femme.

Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia

4.5. La configuration bilingue et plurilingue dans les enseignes commerciales

Bejaia fait partie des villes plurilingues qui se caractérisent par la coexistence de quatre langues le français, l'anglais, l'arabe, le berbère, Selon ce que on a prouvé lors de notre échantillonnage des langues en présence dans la ville de Bejaia au sien des enseignes commerciales, ce qui à poussé les commerçants à alterner entre les langues ce qu'a provoqué le bilinguisme et le plurilinguisme dans les enseignes,

Dans notre corpus, nous avons détecté environ 13 enseignes, la totalité des enseignes bilingue et plurilingue, dont la majorité sont bilingues.

Dans notre analyse nous avons remarqué que les enseignes bilingue écrites en arabe/français ont une moyenne plus élevé soit 11,66%, que les écrits en français/anglais soit de 01,66%, qui égale avec le taux des écrits français/berbère, arabe/anglais et arabe/berbère. Nous citons quelques exemples :

Ce genre d'écrit est considéré comme une stratégie pour attirer l'attention des consommateurs.

- **Arabe /Français**



Enseigne n°9



Enseigne n°10



Enseigne n°11

- **Français/anglais**



Enseigne n° 12



Enseigne n°13

Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia

- Arabe/anglais



Enseigne n°14

- Arabe/ berbère



Enseigne n°15

Nous avons aussi enregistré la présence d'enseignes trilingues d'un taux soit de 2% à 4% qui permet aux passants une lecture riche en langues, pour quelqu'un qui s'est connaît en tel langue, peut découvrir d'autre langue.

Par exemple :

- Français/arabe/berbère



Enseigne n°16



Enseigne n°17

Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia

- Français/arabe/anglais



Enseigne n°18

A travers ces exemples d'enseignes, ce qu'à attiré notre attention, c'est le message transmit, dans certains enseignes l'ensemble des langues utilisées partage le même message genre une traduction, un seul message traduit en plusieurs langue, par contre dans les autres enseignes ne partage pas le même message, au sien d'une enseigne comme il peut y avoir plus d'une, il peut y avoir plus d'un message comme le cas de cette dernière enseigne n° 18.

4.6. L'usage des noms de marques dans les enseignes

Notre corpus nous a indiqué, qu'il y'a des commerçants préfèrent de mettre une vision différente dans leurs enseignes qui se manifeste par l'utilisent des noms de marques, par exemple OPPO : c'est une marque chinoise spécialisée des Smartphones. En rajoutant un autre exemple : ADIDAS, est une société Allemande spécialisée dans la fabrication des articles pour athlètes.



Enseigne n°19



Enseigne n°20

L'utilisation des noms de marque fait profit à l'originalité des produits, le commerçant dans son utilisation de ces derniers dans ses enseignes transmet un message sur la qualité de ces produits.

Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia

4.7. L'usage des noms propres

La recherche que nous avons faite dans le paysage graphique de la ville de Bejaïa nous a prouvée qu'il existe des enseignes qui portent des noms propres : anthroponymes, toponyme et patronyme.

Nous montrons quelques exemples :



Enseigne n°21



Enseigne n°22



Enseigne n°23

Les patronymes qui sont écrits sur les enseignes sont des noms des commerçants dans la plupart du temps, nous avons obtenus quelques prénoms par exemple :(Amir et Anai).

Pour certains commerçants préfère se refaire à eux même à un nombre de sa famille dans leurs marchés commerciaux en écrivant leurs prénoms ou bien leurs noms aussi dans leurs plaques exposées.

Il existe aussi le cas d'usage des noms des personnes connues et célèbres qui prouve l'amour envers ces personnalités.

4. Le Lexie occidentale est un moyen d'identification

Durant l'étude de notre corpus nous avons constaté que certaines des enseignes portent des signes étranges qui ne font pas partie de notre culture



Enseigne n°24

Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia

Dans l'enseigne n° 24 l'expression « **Moda Turkish** » donne une touche unique pour le magasin, dans ce cadre le commerçant veut mettre le passant dans une situation dans laquelle il pense que le produit de ce magasin est de haute qualité qui vient de l'étrange pour attirer les jeunes acheteurs.

6. Les fautes d'orthographe dans les enseignes commerciales

D'après l'analyse du corpus, nous avons détecté certaines erreurs au sien des écrits des enseignes, nous montrons quelques exemples :

Classphone à la place de Classe phone.



Enseigne n°25

Tradutional à la place de traditionnel



Enseigne n°26

À l'aide de ces exemples, nous pouvons dire que les propriétaires de ces activités, ne maîtrise pas assez la langue française, or le fabriquant qui n'a pas vérifié son orthographe lors de sa fabrication de ses plaques.

- Classphone : le mot class qui signifie la bonne qualité dans la communauté Algérienne.
- Tradutional : le commerçant a utilisé ce mot pour indiquer qu'il vend des produits traditionnels.

Chapitre II : Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia

Synthèse

L'analyse linguistique des enseignes commerciales de la ville de Bejaia, nous a permis de déchiffrer plusieurs constats :

- En premier, nous avons constaté la présence de quatre langues dans les enseignes : l'arabe, le français, le berbère et l'anglais, ce qui prouve le caractère «quadrilinguité sociale» (Ammouden, 2009, p.89)
- En deuxième, on a prouvé que la langue française soit la langue la plus utilisée dans les écrits des enseignes.
- En troisième, nous avons observé une forte présence d'enseignes bilingues par rapport aux enseignes plurilingues, dont la plupart sont écrites en français-arabe.
- En quatrième, certains commerçants utilisent des noms de marques et les noms propres dans les enseignes
- En dernier, dans notre analyse du corpus nous avons détecté des erreurs d'orthographe dans le discours des plaques ainsi l'utilisation des lexies occidentales, dans le but de se refaire à la culture occidentale.

Conclusion générale

Conclusion générale

À travers cette étude, nous avons essayé de décrire les pratiques langagières et de présenter les manifestations des phénomènes du au contact de langues tel que le bilinguisme, plurilinguisme, l'alternance codique sur les enseignes de la ville de Bejaia qui consiste notre terrain d'enquête.

Pour bien mener notre recherche nous avons répartie notre travail en deux grandes parties, une partie théorique qui rassemble le cadre conceptuel en rapport avec notre thème et une partie pratique qui consiste l'analyse analytique du corpus collecté dans la ville de Bejaia, à partir de laquelle on va répondre à notre problématique et affirmer nos hypothèses.

A partir de notre analyse on a constaté, la diversité et la richesse du paysage linguistique de la ville de Bejaia, qui fait partie de la réalité sociolinguistique de l'Algérie et au plurilinguisme, due à la présence de plusieurs langues notamment l'arabe, le berbère, le français et l'anglais, détecter à travers les écrits des enseignes étudiés.

Cette pluralité de langues, a fait apparaitre des manifestations de langues qui se sont illustrées dans les enseignes bilingues et les enseigne plurilingue, ces manifestations de langues renvois au contact de langues.

Lors de notre exploitation du corpus, on a perçu une forte présence des enseignes bilingues dont la plupart sont écrites en arabe et français par rapport aux enseignes plurilingues, ce qu'a approuvé que le contact de langue dans les écrits des enseignes de la ville de Bejaia se fait à partir des alternances entre deux langues, ce qui traduit le phénomène du bilinguisme.

Dans notre échantillonnage de langues au sien des écrits des enseignes de la ville de Bejaia, on a pu montrer la domination de la langue française dans cet espace urbain. La majorité des enseignes collectées sont écrites dans cette langue. Cette réalité renvoie aux représentations linguistiques des commerçants ; comme elle est très utilisée au sien des écrits, elle est aussi très présente dans leurs parlers. Ils sont très influencés par cette langue et par sa culture, ce qui nous fait penser que nous sommes toujours colonisés.

Notre étude portée sur le phénomène du contact de langues dans les enseignes de la ville de Bejaia, nous a permet de comprendre comment l'environnement sociolinguistique peut influencer sur le choix des langues en contexte public, d'une part. Du notre part, de voir comment la langue utilisée peut être considérée comme un vecteur privilégié de la culture. Comme elle nous a montré aussi que les choix linguistiques dans les écrits des plaques se font en fonction du commerçant, en fonction de ses présentations linguistiques. Ses choix linguistiques peuvent crier parfois des situations de contact de langues qui se manifestent en plusieurs phénomènes, tel que : l'alternance codique, le bilinguisme plurilinguisme, ce qui provoque une hiérarchisation de langues.

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrages et articles

- **Ammouden. M** (2009). Développer la littéracie plurilingue : pistes pour la didactisation de textes de l’affichage public. Synergie Algérie N° 6.
- **ALBY, S.** (2013). Sociolinguistique du contact, dictionnaire des termes et des concepts. LYON: ENSb Éditions.
- **Djebbar, S.** L'Algérie est-elle encore francophone ? publié le 22-08-2019 <https://lepetitjournal.com/vivre-a-alger/lalgerie-est-elle-encore-francophone-263508>
- **BEN BELLA Ahmed**, Discours du 5 juillet 1963 Alger.
- **Benbachir, N.** (2007) Quelle(s) les langues(s) pour l’économie algérienne : cas de Sonatrach Synergies Algérie n° 1.
- **BOYER. H.**, (1996), (éd.). Sociolinguistique, territoire et objets, Paris, Del chaux et NesléSA.
- **Belkacem, Dalila.**(2007).Ecriture du métissage et de l’écriture chez Malika Mokeddem. In <https://journals.openedition.org/insaniyat/4064?lang=en>
- **CHAHOU, I.** (2013) La situation linguistique de l’Algérie. Pratique plurilingues et variétés à l’œuvre, Paris, L’harmattan.
- **CHARTE NATIONALE.** (1976)
- **CHERIGUEN, F.** (1997). Politique linguistique en Algérie. in mots, Algérie.
- **DUMONT, M.** (1998).Les enseignent de Dakar : un essai de sociolinguistique africaine, l’Harmattan, Paris.
- **JOHN, J, GUMPERS.** (1989), Engager la conversation, introduction à la sociolinguistique interactionnelle, Ed de Minuit, Paris.
- **LEFEBVRE, F.**(2008). Guide d'information pour la prise en charge de patients bilingues. Nantes.
- **MACKEY, W F.** (1976).Bilinguisme et contacte des langues, Paris,klincksieck.
- **MOREAU-M L.**(1997). Sociolinguistique, les concepts de base, Mardaga, Bruxelles.
- **NEVEU F.,** (2004). Dictionnaire des Sciences du langage, Paris, Armand-Colin,
- **PHILIPPE BLANCHET** « le plurilinguisme est une caractéristique de l’humanité », agir par la culture, magazine politique et culturel, publié le 29 avril 2018, URL :

caractéristique-de-humanité.

QUEFFÉLEC A., DERRADJI Y., DEBOV V., SMAALI-DEKDOUK D.,
CHERRAD- BENCHEFRA Y. (2002), Le français en Algérie : lexique et dynamique des
langues, Louvain-la-Neuve, De Boeck- Duculot-Aupelf.

- **SABAA, R.** (2002). L'Algérie et la langue française, l'altéré partagée, Edition Dar el Gharb : Oran.
- **SABAA, R.** (2002). Culture et plurilinguisme en Algérie . In : TRANS. Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften. No. 13.
- **Saadi, D. (1995).** Note sur la situation sociolinguistique en Algérie. In : TRANS.Internet https://www.persee.fr/doc/linx_0246-8743_1995_num_33_2_1397
- **TALEB EL IBRAHIMI, K.** (1997). Les Algériens et leur (s) langue (s), Alger, El Hikma.
- **TALEB EL IBRAHIMI, K.** (2004) L'Algérie : coexistence et concurrence des langues. IN internet : <https://journals.openedition.org/anneemaghreb/305>

Mémoires de magistère et thèses

- **Chibane, R.** (2009). Etude des attitudes et de la motivation des lycéens de la ville de Tizi-Ouzou à l'égard de la langue française : cas des élèves du lycée Lala Fatma N'soumer. , mémoire de magistère, université de Tizi-Ouzou.
- **Deprez cité par Koura. S.** (2008).Le français dans la chanson rap algérienne : une analyse, sociopragmatiquemémoire de magistère.
- **Benzid Oumelkhir.** Pour une étude sociolinguistique du paysage linguistique D'une rue commerçante (rue Boulefrad) à Ouargla, sous dir. Senoussi Massika, mémoire de master, université d'Ouargla, 2019.
- **Boubakour Samira.** Etudier le français. Quelle histoire !. Université Lumière Lyon 2, France Université de Batna, Algérie
- **Maougal, M.-L.** (1996). Quel devenir pour quelle culture française en Algérie dans l'Algérie du XXI siècle? In M. Gontard (éd), Regard sur la francophonie, Rennes . Presses Universitaires de Rennes .
- **Yacine Derradji,** Le français en Algérie : langue emprunteuse et empruntée. Université de Constantine.

- **M. Moualek.** Analyse sociolinguistique du marquage de l'espace par les enseignes commerciales dans la ville de Tizi-Ouzou (Le cas du centre ville et de la nouvelle ville). mémoire de master, université Tizi-Ouzou, 2014-2015

Dictionnaires

- **DUBOIS J., & ALL.**(1994), Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage, Paris : Larousse.

Sithographie

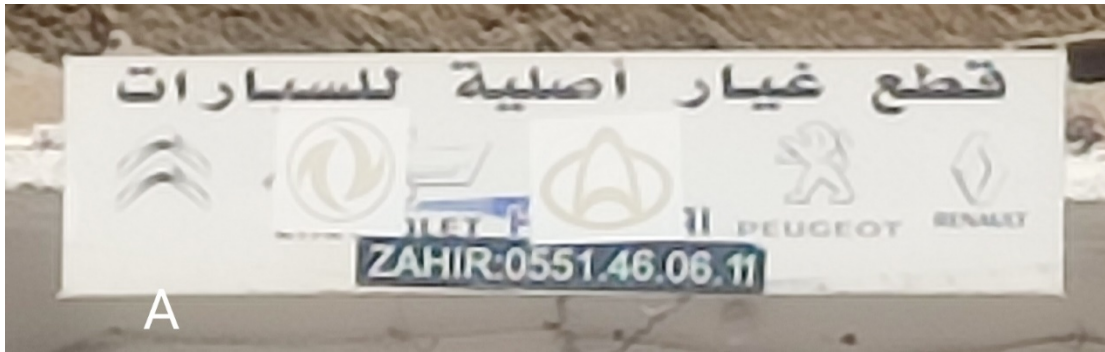
- (s.d.). Récupéré sur <http://www.univ-bejaia.dz/documents/colloque-Bejaia-ville-histoire-civilisation.pdf>.
- (s.d.). Récupéré sur depuis le site www.wikipedia.com en 2019
- https://fr.wikipedia.org/wiki/Wilaya_de_B%C3%A9ja%C3%Afa
- (<https://www.youtube.com/watch?v=Fqxlj2FfHBE>)
- https://www.axl.cefan.ulaval.ca/afrique/algerie-3Politique_ling.htm)

Table des matières

Remerciement	
Dédicace	
Introduction générale.....	1
Chapitre I: La situation sociolinguistique en Algérie	
Introduction	4
1. Aperçu de la situation sociolinguistique en Algérie.....	4
2. Le statut des langues en Algérie.....	4
2.1. L'arabe.....	5
2.1.1. L'arabe classique	5
2.1.2. L'arabe dialectal.....	5
2.2. Le berbère	5
2.3. Les langues étrangères.....	6
2.3.1. Le français.....	6
2.3.2. L'anglais	7
3. Politique linguistique.....	7
3.1. Qu'est-ce que la politique linguistique ?	7
3.2. Politique d'arabisation.....	8
4. La politique linguistique du secteur économique Algérie.....	8
5. La notion du contact de langues.....	9
4.1. Les phénomènes de contact de langue.....	10
4.1.1. Le bilinguisme.....	10
4.2. Le plurilinguisme.....	11
4.3. L'alternance Codique	11
Conclusion.....	12
Chapitre II: Contexte sociolinguistique, et présentation de corpus de l'étude de la ville de Bejaia	
Introduction	14
1. La situation sociolinguistique à <i>Béjaia</i>	14
1.1. La situation géographique de la ville de Béjaia.....	14
1.2. Aperçu historique sur la ville de Béjaïa.....	14
2. Corpus de l'étude	15

2.1. L'étude de la partie graphique des enseignes commerciales.....	16
3. Échantillonnage des langues présentes dans le paysage linguistique étudié.....	16
4. Qu'est-ce qu'il y'a derrière le choix linguistique ?.....	18
4.1. Le choix de la langue française	19
4.2. Le choix de la langue arabe	20
4.3. Le choix de la langue berbère.....	21
4.4. Le choix de la langue anglaise.....	22
4.5. La configuration bilingue et plurilingue dans les enseignes commerciales	23
4.6. L'usage des noms de marques dans les enseignes	25
4.7. L'usage des noms propres	26
5. Le Lexie occidentale est un moyen d'identification.....	26
6. Les fautes d'orthographe dans les enseignes commerciales.....	27
Conclusion générale	29
Bibliographie	
Annexes	
Résumé	

Annexes



Enseigne n°27



Enseigne n°28



Enseigne n°29



Enseigne n°30



Enseigne n°31



Enseigne n°32



Enseigne n°33



Enseigne n°34



Enseigne n°35



Enseigne n°36



Enseigne n°37



Enseigne n°38



Enseigne n°39



Enseigne n°40



Enseigne n°41



Enseigne n°42



Enseigne n°43



Enseigne n°44



Enseigne n°45



Enseigne n°46



Enseigne n°47



Enseigne n°48



Enseigne n°49



Enseigne n°50



Enseigne n°51



Enseigne n°52



Enseignes⁰53



Enseigne n^o54



Enseigne n^o55



Enseigne n^o56



Enseignes⁰57



Enseigne n⁰58



Enseigne n⁰59



Enseigne n⁰ 60

Résumé :

Notre travail, s'inscrit dans le domaine de la sociolinguistique, il s'agit d'étudier le phénomène du contact de langue dans les enseignes, pour objectif de comprendre les pratiques et les manifestations des langues, dans la ville de Bejaia.

Dans la première partie, nous avons fait appel à tous les éléments théoriques en rapport avec notre thème de recherche, et dans la deuxième partie nous avons analysé notre corpus collectées, ce qui nous a permis de confirmer nos hypothèses du départ, et répondre ainsi à notre problématique.

Les mots clés : l'enseigne commerciale - contact de langue - langue - la ville

Abstract:

Our work is part of the field of sociolinguistics; it is about studying the phenomenon of language contact in signs, with the aim of understanding the practices and manifestations of languages in the city of Bejaia.

In the first part, we called upon all the theoretical elements related to our research theme, and in the second part, we analysed our collected corpus, which allowed us to confirm our initial hypotheses, and thus answer our problematic.

Key words: commercial sign - language contact – language - city

المخلص:

عملنا في مجال علم اللغة الاجتماعي هو دراسة ظاهرة الاتصال اللغوي بالعلامات بهدف فهم ممارسات ومظاهر اللغات في مدينة بجاية.

في الجزء الأول، استدعينا جميع العناصر النظرية المتعلقة بموضوع البحث الخاص بنا، وفي الجزء الثاني قمنا بتحليل مجموعتنا التي تم جمعها، مما سمح لنا بتأكيد فرضياتنا الأولية، وبالتالي الاستجابة لمشكلتنا.

الكلمات المفتاحية: إشارة تجارية - اللغة اتصال - لغة - المدينة