

**République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de L'Enseignement Supérieur et
De la Recherche Scientifique
Université Abderrahmane Mira – Béjaïa-**



**Faculté des Lettres et des Langues
Département de français**

Mémoire de master

Option : Sciences du langage

**Etude sociolinguistique de l'impact des mass-médias sur les
pratiques langagières des étudiants de première année français
de l'Université de Béjaïa.**

Présenté par :

M^{elle} AMZAL Assia

Le jury :

- MAHROUCHE, directrice
- OTMANI L, présidente
- AIT ANNANE Dj, examinatrice

2016-2017

Sommaire

Introduction générale.....	1
Chapitre 1 : Concepts théoriques de bases	
Introduction partielle	12
1 .Définition et fonctions des mass-médias.....	12
2 . Classification des medias	14
3 . Histoire et statuts des différents types de mass-médias en Algérie.....	15
4 . La sociolinguistique.....	23
5 . La situation sociolinguistique en Algérie	25
6 . Bejaia et les langues en présence	29
7 . Statut officiel et officiaux en Algérie.....	30
8 . Variations linguistiques.....	32
9 . Les représentations et l’imaginaire linguistiques	35
10 .Les attitudes	36
Conclusion partielle	37
Chapitre 2 : Présentation et analyse des données	
Introduction partielle.....	38
1. Méthodologie de l’enquête.....	39
2. Présentation des donnés	45
3. Interprétation des résultats du questionnaire.....	45
3.1. L’influence des mass-médias sur les pratiques langagières des étudiants de première année français.....	46
3.2. Les medias et leur rôle dans la pratique du français.....	56
3.3. L’impact de l’environnement social sur les usages langagiers.....	61
3.4. Usage lié à l’environnement social et familial	63
3.5. Jugements évolutifs des pratiques en français	68
Conclusion partielle	69

Conclusion générale.....	70
Bibliographie.....	72
Table des matières.....	78
Annexe.....	81

REMERCIEMENTS

En guise de reconnaissance, je tiens à témoigner mes sincères remerciements à toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce modeste travail.

Mes sincères gratitudes à Madame MAHROUCHE pour la qualité de son encadrement, ses judicieux conseils et son encouragement. Les plus grandes leçons ne sont pas tirées d'un livre mais de la sagesse d'une enseignante de votre générosité. Merci d'avoir pris le temps de m'aider au cours de cette année et de m'avoir accompagné dans mon travail de recherche.

Je remercie mes très chers parents, « Larbi » et « Farida », qui ont toujours été là pour moi, « Vous avez tout sacrifié pour vos enfants n'épargnant ni santé ni efforts. Vous m'avez donné un magnifique modèle de labeur et de persévérance. Je suis redevable d'une éducation dont je suis fière ».

Je remercie mes frères Bachir et Idir, et ma sœur Rima pour leurs encouragements.

Je remercie très spécialement mon cher oncle, « Allaoua », considéré comme deuxième père, pour son soutien et sa présence, aussi mes très chères tantes « Saida » et « Lamia » pour leur amour et encouragement. Sans oublier ma cousine de cœur, « Leila ».

Enfin, je remercie tous mes Amis que j'aime tant à qui je dois ma reconnaissance et mon attachement : Hanine, Hicham, Walid, Lyes, Samir, Akcil, Ahmed, Amar... pour leur sincère amitié et confiance.

À tous ces intervenants, je présente mes remerciements, mon respect et ma gratitude.

AMZAL Assia

Dédicaces



**Je dédie cet humble et modeste travail avec grand amour, sincérité et
Fierté à :**

Mes chers parents, source de tendresse, de noblesse et d'affection.

Tous les membres de ma famille.

Tous mes ami(e)s et ceux qui me connaissent de près ou de loin.

Introduction générale

Introduction générale

1. Présentation du sujet

Quand on se penche sur la question de « Etude sociolinguistique de l'impact des mass-médias sur les pratiques langagières des étudiants de première année français de l'Université de Béjaïa », on ne peut faire fi de l'importance de l'interaction permanente qu'entretient le sujet parlant avec son environnement particulièrement par un échange incessant d'informations. En effet, possédant une structure propre, l'individu est surtout en influence réciproque avec son milieu sociétal. Mais même en produisant des échanges avec les autres systèmes et en puisant dans le monde extérieur les éléments qui lui apporteront de l'énergie nécessaire pour s'approprier de nouveaux savoirs, il s'avère tout de même capable de maintenir et de différencier sa structure propre préalablement intégrée à son système langagier.

L'impact des mass médias sur la société en général et sur les étudiants en particulier constitue un sujet qu'on ne peut négliger surtout dans le domaine sociolinguistique mettant en avant la mise en corrélation de l'interaction qui existe entre les aspects : social et linguistique. Précisons ici qu'au sein de la société algérienne particulièrement considérée les trois langues qui sont en usage standard et permanent sont: l'arabe (avec ses deux variantes : institutionnelle et dialectale), le français et le berbère. C'est ce qu'affirme SEBAA (1995 :13) en disant que :

« L'Algérie se caractérise, comme le sait, par une situation de quadrilinguïté 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 indium ».

Afin de montrer à quel point le facteur sociolinguistique joue un rôle plutôt prépondérant quant à l'usage de la langue française, langue étrangère en Algérie, notre recherche vise à cerner la manière dont les mass-médias algériens, avec leurs différentes typologies, s'avèrent comme ce moyen pouvant assurer à l'étudiant une pratique langagière qui lui garantirait une fluidité langagière, surtout une fois spécialisé dans l'étude de la langue

1 Rabeh Sebaa , culture et plurilinguisme en Algérie .URL :
[<http://www.inst.at/trans/13Nr/sebaa13.htm>]. Consulté le 23/02/2017.

Introduction générale

française à l'université. Nous voulons mettre le point précisément sur l'importance du choix de la langue utilisée dans le mass média qu'effectue l'étudiant. Ce choix qui doit être déterminant non seulement dans son parcours étudiant mais aussi social dans la mesure où les interactions en langue française émergent dans un usage courant plus ou moins dominant par rapport aux autres langues qui régissent le milieu plurilingue algérien. SAFIA RAHAL explicite très clairement cette réalité en disant que :

« ...la langue française occupe toujours une place fondamentale dans notre société, et ce, dans tous les secteurs : social, économique, éducatif. Mais, comme nous venons de le signaler, cette langue coexiste de toute évidence avec d'autres langues qu'elles soient institutionnelles (l'arabe classique / l'arabe moderne) ou non institutionnelles, telles que les langues maternelles comme l'arabe algérien ou dialectal et toutes les variantes du berbère. » 2

2. Problématique

La quasi-totalité des comportements humains est dominée par l'environnement social, même ceux qui satisfont un besoin physiologique comme manger. La façon d'être des individus est déterminée par leurs relations avec les autres. L'homme se révèle d'une part comme le résultat d'une nature biologique innée, que l'on possède depuis la naissance; d'une autre part d'un contexte social acquis, ce qui veut dire, tout ce que la société transmet à l'individu au cours de son existence. Dans ce cas, l'intégration sociale est assurée par les agents de socialisation que sont les acteurs sociaux ayant une influence essentielle sur la formation de l'individu durant toute son existence. Nous citons plus particulièrement la langue en usage dans le mass média préféré dont le choix peut jouer un rôle prépondérant quant aux différents apports linguistiques dont : l'enrichissement du vocabulaire, et l'expansion des échanges dans la langue de diffusion.

En somme, compte tenu du fait que l'enrichissement des connaissances en langue française chez les étudiants de première année de l'université de Béjaïa via ces moyens que sont les mass-médias nous intéresse particulièrement dans ce travail de recherche, cela nous amène à articuler notre problématique autour de la question nodale suivante qui sous-tend notre travail:

2SAFIA RAHAL, La francophonie en Algérie : Mythe ou réalité ? [<http://www.initiatives.refer.org/Initiatives-2001/notes/sess610.htm>]. Consulté le 29/05/2017

Introduction générale

- Comment est-ce-que le choix de la langue française comme moyen de diffusion du mass-média est t-il déterminant dans la pratique du français par les étudiants de première année français ?

Afin de cerner toutes les préoccupations relatives au phénomène envisagé dans le présent travail de recherche, nous jugeons aussi utile de tenter de répondre à la question subsidiaire ci-dessous :

- Quels sont les facteurs extralinguistiques qui favorisent le choix de la langue française dans les mass-médias par les étudiants de première année français ?

3. Hypothèses de travail

Selon le professeur MULUMBATI (2001 : 37), l'hypothèse est : « *la grande interrogation que le chercheur se pose et à laquelle il s'engage de répondre par un certain nombre d'investigations* ». Ainsi, avant d'entamer notre recherche de terrain et afin de permettre une meilleure approche de notre problématique de départ, nous avons élaboré quelques hypothèses en guise de réponses provisoires et de clarification aux questions soulevées dans le cadre de cette étude. Nous supposons donc que :

❖ Première hypothèse

- Le choix d'opter pour un mass-média francophone serait largement déterminant et serait déterminant dans les usages langagiers des étudiants en première années français tout au long de leur parcours universitaire et au-delà dans leur quotidienneté, car plus on se procure un champ francophone plus on s'habitue et on apprend cette langue. Cela aide surtout à favoriser une pratique langagière fluide, et à acquérir un vocabulaire plus ou moins riche et donc à rendre plus faciles les apprentissages et les échanges langagiers.

❖ Deuxième hypothèse

- Oui, il y a un rapport entre le contexte social et le choix de la langue dans les mass-médias, car l'individu est le produit de la société en général et de sa famille en particulier en tant que premier agent de socialisation. En Algérie, ceci est une évidence, les familles possédant un niveau de vie élevé sont celles issues de parents

Introduction générale

instruits maîtrisant ladite langue. La langue française étant une langue de prestige en Algérie reflétant un certain mode de vie, un certain niveau de vie, une certaine culture, nous supposons donc que les étudiants qui sont issus de milieux francophones, voire de parents instruits, soient plus avantagés que les autres. Pour cela, nous faisons nôtre cette citation de BOULAHSEN (2002 : 148) :

« Le niveau culturel des parents joue un rôle très important dans l'apprentissage de la langue française. Il suffit au moins que l'un des deux parents soit instruit pour qu'on puisse voir l'effet positif de son instruction sur sa descendance, et ceci quelque soit le statut socioéconomique, et la taille de la famille. »

4. Intérêt et motivations du choix du sujet

Mener une étude sociolinguistique sur l'impact des mass-médias sur les pratiques langagières des étudiants en première année français de l'Université de Béjaïa ne saurait relever d'une simple distraction intellectuelle. Notre choix ne venant point du néant, si nous devons expliciter les motivations nous ayant amené à opter pour ce sujet, nous dirons qu'elles sont de l'ordre de la nécessité. Effectivement, le contraste est que l'étudiant se retrouve à faire des études sur une langue qu'il est censé pratiquer ordinairement mais qui lui pose tout de même des difficultés d'usage qui risquent de constituer un frein pour son parcours universitaire. Ce travail répond à ce que nous avons ressenti comme un besoin d'analyse de l'impact du pôle médiatique sur les pratiques langagières.

Notre motivation est le fruit d'une profonde réflexion au sujet des mass-médias ainsi que leur rôle dans l'intégration d'une langue. Notre objectif ultime est celui étant de mieux cerner le sujet de l'impact des médias francophones sur les pratiques langagières des étudiants en première année français de l'université de Béjaïa et d'en procurer des réponses concrètes quant à leurs apports (les medias) sur leur apprentissage, surtout que les mass-médias ont le privilège d'atteindre et d'influencer une large audience grâce aux différentes techniques employées. Parmi les personnes concernées par notre investigation, nous nous intéressons plus particulièrement aux étudiants devant être des plus enclins à suivre les médias en mass, chacun ses préférences et ses choix. Nous supposons que ceux-là témoigneront inévitablement de la véracité de nos suppositions de départ et de la légitimité de notre choix du sujet.

Mais ne faudrait-il pas d'abord mettre en question ce qui relève de l'évidence : pourquoi les étudiants francophones en première année universitaire?

Introduction générale

Si nous avons opté pour le choix des étudiants francophones en première année, c'est parce que cette étape constitue un point de passage du secondaire vers un palier supérieur. C'est une étape cruciale pour l'étudiant nouvellement arrivé à l'université et qui ne s'est pas encore habitué au contexte et au système universitaire ; le nouvel étudiant doit se familiariser avec l'environnement universitaire et en même temps suivre et assimiler des cours en langue française, qui jusque-là étaient dispensés en arabe, surtout que le passage de l'arabe au français n'est pas souvent chose aisée, ceci nous aidera à mettre le point sur le rôle des mass-médias et du contexte social qui peuvent s'avérer importants dans la détermination des usages que font les étudiants de la langue française.

Une approche sociolinguistique tentera d'expliquer et de justifier l'influence d'un mass-média à travers le choix de la langue qui y est utilisée.

Notre intention est de mettre le point sur le lien sociolinguistique étroit qui régit la langue utilisée dans les mass-médias et le public visé, plus précisément les étudiants. Et parce que nous avons remarqué que, comme toute autre langue, la maîtrise de la langue française ne dépend pas simplement d'un apprentissage académique mais de toute une dimension sociale qui doit être ici évoquée, notre objectif est de parvenir à analyser les pratiques langagières des étudiants spécialisés dans le domaine de la langue française, outil de transmission de l'information dans les mass-médias que nous allons cerner.

5. Méthodologie et corpus

Dans le cadre de notre travail d'investigation et en vue de réaliser nos objectifs de recherche, nous auront à constituer un corpus par un regroupement d'un ensemble de questionnaires destinés exclusivement aux étudiants de première année français de l'Université de Béjaïa. Nous avons opté pour l'analyse des réponses à travers les questionnaires partant du constat selon lequel la sociolinguistique se veut une science de terrain, où les réponses aux problématiques imposent au chercheur de mener une enquête au sein de la société pour collecter les données. Cependant, notre enquête sera réalisée auprès d'un échantillon réduit d'étudiants de première année français de l'Université de Béjaïa, ceci par la distribution de 130 questionnaires qui nous serviront d'outil d'observation et qui compteront chacun 11 questions qui s'adresseront à différentes tranches d'âges (qui varient entre 18ans et 25ans) et qui appartiendront aux deux sexes (féminin et masculin) des différentes régions de la wilaya de Béjaïa.

Introduction générale

Pour parvenir à l'accomplissement de la présente recherche, nous nous servirons de la méthode analytique qui constituera la toile de fond de notre travail, celle-ci étant : « *l'ensemble ordonné de manière logique de principes, de règles, d'étapes permettant de parvenir à un résultat.* »³ Nous aidera à comprendre l'influence des mass-médias francophones tout en étant orienté par notre objectif de départ et en procédant par une enquête sociolinguistique.

Nous sommes conscients que l'achèvement complet de notre travail ne sera pas simplement possible que par l'élaboration d'un questionnaire comme échantillon mais aussi par un recours aux techniques documentaires qui seront d'une grande utilité pour justifier toutes nos éventuelles réponses, à savoir : les ouvrages, les livres, les revues, les journaux et Internet.

Précisons que notre choix de différents mass-médias ne relève guère d'une perspective comparative, mais plutôt, en premier lieu, d'une volonté de toucher à un nombre assez varié de médias en masse, aussi bien qu'en termes de diffusion, qu'en privilège d'accessibilité et de disponibilité. En second lieu, dans le souci de viser un nombre assez important d'étudiants. En troisième et dernier lieu, afin d'éviter une analyse d'un seul quotidien spécifiquement, puisque notre recherche sera centrée sur les mass-médias francophones de la façon la plus générale qui puisse être.

6. Plan et organisation du travail

Le travail que nous proposons sera axé sur deux chapitres : le premier sera théorique et le second portera sur l'étude pratique du corpus.

Le premier chapitre : « Concepts théoriques de base », aura pour objectif celui de présenter ce qui sera notre « matériau » d'étude, à savoir de proposer une approche théorique où nous définirons et délimiterons quelques concepts principaux entrant dans le cadre de l'étude que nous menons tout en mettant en avant l'intégration de moult considérations générales concernant les mass-médias. Nous donnerons également un aperçu de la situation sociolinguistique en guise d'idée de la vie des langues dans le paysage linguistique algérien dans le but de mieux décrire les facteurs sociolinguistiques qui interviennent dans la pratique du français.

³Larousse [<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/m%C3%A9thode/50965>]. Consulté le 10/2/2017

Introduction générale

Quant au deuxième chapitre : « L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants », il constituera une analyse descriptive du corpus qui permettra l'examen des questionnaires que nous aurons à portée de main. Ce chapitre concrétisera donc le premier, il représentera l'étape dans laquelle nous mettrons le curseur non seulement sur la présentation de notre corpus de recherche mais aussi sur la description du public y étant ciblé tout en donnant une idée des difficultés rencontrées au cours de cette étude. La description et l'interprétation des résultats de notre outil de recherche, à savoir les questionnaires destinés aux étudiants, feront aussi l'objet de ce second chapitre. Cette démarche nous conduira légitimement à une conclusion générale devant contenir des réponses appuyées à nos interrogations de départ.

Nous espérons que ce travail soit considéré comme une modeste contribution à l'analyse sociolinguistique d'un outil bien particulier (les mass-médias) devant aider à favoriser la pratique de la langue française chez les étudiants francophones en première année universitaire.

CHAPITRE I

CONCEPTS THÉORIQUES

DE BASE

Introduction partielle

Pour mener à bien notre étude, et dans le but de présenter un enchaînement qui assurera aux lecteurs l'assimilation du contenu de la recherche et des objectifs y étant liés, ce premier chapitre sera consacré aux notions théoriques nécessaires, qui vont nous permettre de traiter et d'exposer notre thème qui a pour rappel comme intitulé : « Etude sociolinguistique de l'impact des mass-médias sur les pratiques langagières des étudiants de première année français de l'Université de Béjaïa ».

Ce volet théorique a pour objectif la présentation des principales notions théoriques qui sous-tendent notre sujet de recherche, regroupées en deux points principaux :

En premier lieu, et pour mieux se positionner par rapport à notre travail, nous mettrons l'accent sur la notion de mass-médias, nous illustrerons également leurs fonctions tout en s'attardant sur l'importance et la place qu'occupe tout un chacun dans le contexte algérien.

En second lieu, nous mettrons l'accent sur le rôle du facteur sociolinguistique dans le choix de la langue utilisée dans les mass-médias pour les étudiants concernant l'usage qu'ils font de la langue française. Nous rendrons en parallèle compte de la situation sociolinguistique algérienne, pour montrer à quel point l'environnement social joue un rôle prépondérant quant aux usages que l'on fait du français. Nous cernerons enfin, le rapport qui existe entre l'appartenance à un milieu familial et social particulier et la pratique du français par les étudiants francophones en première année.

1. Définition et fonctions des mass-médias

Pendant longtemps, les chercheurs ont limité la définition des médias à la dimension d'instrument de médiation de la communication à son aspect technique.

Aujourd'hui le terme « média » est défini de plusieurs manières. Pour les uns, c'est l'ensemble des supports communicationnels permettant de véhiculer le message ; pour d'autres, c'est un support communicationnel qui permet à l'homme de transmettre des messages, des faits sociaux, économiques, politiques et culturels.

Né dans les années 20, *mass-média* désigne un mélange de latin et d'anglo-américain : un *medium*, sans accent signifie initialement à la fois un milieu et un intermédiaire. *Mass* est un mot anglais lié à la société industrielle.

Concepts Théoriques de Base

Ce sont des moyens de communication destinés aux masses. Ils permettent, d'une part, de toucher immédiatement des audiences nombreuses et physiquement dispersées. Le public concerné tend à être anonyme (de moins en moins déterminé par la catégorie sociale, l'âge, le sexe, l'ethnie, etc. puisque tout le monde a accès à la même consommation médiatique et partage le même imaginaire). D'autre part, les mass-médias supposent consommation rapide et renouvellement perpétuel : une nouvelle chasse l'autre, un spectacle le précédent...¹

CHAREAUDEAU (2005 : 20) les définit comme des organisations spécialisées qui ont pour mission de répondre à une demande sociale par devoir démocratique.

BARBIER et BERTHO LAVENIR (2009 : 7) quant à eux pensent que les médias sont : « *tout système de communication permettant à une société de remplir toutes ou une partie de trois fonctions essentielles, de communication à distance, de transmission des messages et de réactualisation des pratiques culturelles.* ».

BALLE (2005 :8) dit : « *les médias sont l'un des milieux privilégiés d'où la société s'interroge sur elle-même* ».

Pour notre part, nous considérons que les mass-médias sont des moyens de communication de masse qui permettent de véhiculer le message grâce à des supports techniques (radio, télévision, livre, internet, ...) pouvant transformer et encore moins révolutionner les habitudes logiques. Les attitudes éthiques et le savoir faire technique assurent une diffusion large et collective d'informations ou d'opinions, quel qu'en soit le support.

Depuis plusieurs années, les chercheurs ont limité les fonctions des médias au nombre de trois :

1- Information. 2- Formation, éducation, culture. 3- Divertissement.

Or ce classement n'est pas exhaustif, car les médias remplissent aussi d'autres fonctions en dehors des trois déjà citées, c'est ainsi que JEANBERTHRAND (1999 : 14.), nous dit que : « *les médias fournissent les fonctions ci-après aux publics* »

- Assurer la communication sociale.

¹Huyghe .Fr . URL : [http://www.huyghe.fr/actu_317.htm] Consulté le 18/02/2017. Consulté le 22/2/2017

Concepts Théoriques de Base

- Fournir une image du monde.
- Transmettre la culture.
- Contribuer au bonheur.
- Faire acheter.

2. Classification des médias

On classifie les médias selon deux critères, à savoir : leurs familles et leur statut.

2.1 . Selon les familles

D'après FRANCIS BALLE (1997), il y a eu toujours trois familles de médias : les médias autonomes, les médias de communication et les médias de télédiffusion.

- Les médias autonomes: sont des supports médiatiques qui n'ont besoin d'aucun câble de raccordement à un réseau quelconque. Leur diffusion dépend de la volonté du récepteur de se les procurer. C'est le cas du livre, du journal, du disque, du logiciel ...
- Les médias de communication : sont ceux qui utilisent les moyens de communication à distance et à double sens à travers lesquels naît une relation entre individus, entre deux groupes sociaux ou entre une personne et un groupe, exemple des réseaux sociaux (Facebook ,Twitter, etc..) .
- Les médias de diffusion : ces médias partent de la TSF de G. Marconi en 1896 en passant par la radio, la télévision jusqu'à la presse électronique. Ils fonctionnent grâce à des émetteurs et autres relais qui font rayonner des ondes hertziennes porteuses des messages à sens unique.

2.2. Selon les statuts

Selon le statut des médias, nous distinguons :

- Les médias publics : sont ceux créés par le pouvoir public et financés par le trésor public.
- Les médias privés : sont ceux appartenant à des particuliers et qui relèvent de leur initiative privée. Ils sont à but lucratif.

3. Histoire et statuts des différents types de mass-médias en Algérie

3.1. La télévision

La télévision est la transmission par câble ou par ondes radio électriques d'images ou des scènes animées généralement sonorisées qui sont reproduites sur un poste récepteur appelé téléviseur. (Larousse2009.) .C'est le média du visible. C'est un support d'information par le son et l'image, l'image produit un sens différent selon les commentaires qui l'accompagnent.

En Algérie, ce n'est qu'en 1956 que la première station de télévision fut créée à la capitale, et en 1968 à Constantine et par la suite plusieurs stations de liaisons et de distribution ont été créées dans différentes grandes villes ; et en 1996, 96% du territoire national a l'accès à la télévision. (IHADDADEN 1991 : 107-108)

En le 1^{er} Juillet 1986, l'Entreprise Nationale de Télévision ENTV a été créée par le décret n° 86-1472, suite à la séparation des activités gérées par RTA3. La fonction de la production télévisuelle revient donc à L'ENTV.

L'ENTV a été l'unique chaîne de télévision nationale algérienne qui assure le service public de télévision. Jusqu'en 1994, quand fut lancée Canal Algérie, version francophone de sa grande sœur, diffusée par les satellites Hot Bird et Astra, pour les immigrants algériens qui voulaient avoir des nouvelles du bled. Depuis le 5 juillet 2001, une troisième chaîne, Algérie 3 s'est jointe à l'ensemble .Et enfin le 18 mars 2009, deux nouvelles chaînes s'ajouteront, ENTV 4, Tamazight et ENTV 5, Kannat el Coraan (La chaîne du coran).

3.2 .La radio

D'après FALCONI A. et FRANCOIS XAVIER (2009 : 141), le mot radio est l'apocope d'un grand nombre de mots : radio communication, radio diffusion, radiotéléphonie,

2Le décret n° 86-147 du 1^{er} juillet 1986 sépare les activités gérées par la R.T.A. en 4 organismes autonomes : une entreprise nationale de télédiffusion (TDA), une entreprise nationale de radiodiffusion sonore (ENRS), une entreprise nationale de production audiovisuelle (ENPA) et une entreprise nationale de télévision (ENTV).

3RTA : l'ex-Radiodiffusion-Télévision Algérienne.

Concepts Théoriques de Base

radiophonie, radiotélégraphie, les 3 acceptions les plus courantes dans le secteur des médias sont les suivantes :

- Ensemble des procédés et des techniques permettant la transmission instantanée et sans fil, plus au moins de son et/ou d'images et de sons, après analyse, codage et transformation en ondes, aux fins de réception par le public. Réception de programme de radiodiffusion sonore.
- Ensemble des activités concernant la production et la distribution des programmes radio.
- Activités nées de la technique des radiodiffusions qui ont fait de celle-ci un média à part entière

Ce n'est qu'en 1925 que la radiodiffusion est apparue en Algérie grâce à un Français qui a réussi à réaliser la première transmission par les ondes ne dépassant pas 1 Watts. En 1966, les réseaux de la radio s'élargissent pour construire deux autres bases de transmission, la première à Ain El-Beida aux environs de Constantine et l'autre dans l'ouest à Oran. Au fur et à mesure les effets à élargir ces réseaux deviennent plus importants, en 1978, le taux des algériens suivant les programmes radiophoniques atteint 98% pendant la journée et 100% la nuit. (SAYATE, 1987)

En 1986 une entreprise nationale de radiodiffusion a connu le jour (FNRS). Cette dernière se dispose de trois stations nationales (Chaine 1, Chaine2 et Chaine3), de deux stations thématiques (Radio Coran et Radio Culture), d'une station internationale (Radio Algérie Internationale) et de 46 stations régionales. Cet organisme, qui revendique 20 millions d'auditeurs en Algérie, diffuse en arabe, berbère et français. L'ENRS est membre de l'Union européenne de radiotélévision.

3.3 .La presse écrite

Le mot « presse » tire son origine de l'utilisation d'une presse d'imprimerie sur laquelle étaient pressées les feuilles de papier pour être imprimées.

Pour BÜHLER (1974 : 100), la presse : « *Est un mode de diffusion de l'information événementielle. On distingue la presse écrite (quotidienne, ou périodique), la presse filmée (actualités et journal télévisé), la presse parlée (radio).* »

Concepts Théoriques de Base

La presse écrite est considérée par CHARAUDEAU comme : « *l'univers des mots par excellence du lisible* » (CHARAUDEAU 1997 : 98). C'est l'ensemble des mots, graphiques, des dessins et parfois d'images fixes. Tout ceci sur un rapport papier.

Nous considérons, d'une manière générale, la presse écrite comme étant l'ensemble des moyens de diffusion de l'information écrite ; ce qui englobe notamment les journaux quotidiens, les publications périodiques et les organismes professionnels liés à la diffusion de l'information.

La presse écrite d'après FLACONI (1992 :112.) : « *remplit toujours comme les autres médias, les trois fonctions traditionnelles : celles de renseigner, informer, distraire* ».

Pour donner un aperçu de la situation actuelle de la presse algérienne et la mesure exacte de son originalité, une description de ses organes et de ses secteurs s'avère nécessaire. Toutefois, il semble difficile de comprendre cette situation sans connaître les grandes lignes de son évolution. Aussi, nous proposons de présenter brièvement les grandes étapes de la presse algérienne, après l'indépendance, et de tenter d'en donner les caractéristiques essentielles. BRAHIMI (1996 : 31) propose les périodes suivantes:

- ❖ La période 1962 -1965 : Bien que relativement courte, cette période marque un tournant dans l'histoire de la presse algérienne, elle se caractérise essentiellement par la nationalisation de la presse coloniale. En ce qui concerne la lecture, elle était le privilège des catégories sociales cultivées. Par ailleurs, cette période se caractérise également par la concurrence de journaux européens (qui n'ont pas encore été interdits à l'époque et dont le tirage dépasse celui de la presse nationale.
- ❖ La période 1965 – 1979 : BRAHIMI B pose que cette période est marquée par des événements politiques importants qui ont engendré des conséquences directes ou indirectes sur la situation et l'évolution de la presse. Mis à part les journaux du parti, la presse sera placée sous l'égide du ministère de l'information et de la culture. Après la mort du président Boumediene et l'arrivée de Chadli Bendjedid, la presse devient un outil qu'utilise l'Etat pour implanter sa politique. Quant au tirage, il a connu un rapide accroissement, la diffusion s'est considérablement élargie, et le nombre de lecteurs a augmenté.

Concepts Théoriques de Base

- ❖ La période 1979-1988 : Cette période constitue un tournant important. En effet, la presse commence à occuper une place centrale dans la société. Elle devient l'instrument privilégié de la communication politique et sociale. L'importance de cette période est due au fait que de nombreux quotidiens nationaux et régionaux, arabophones et francophones, et quelques revues, paraissent, suscitant ainsi une concurrence active qui a entraîné une évolution considérable aussi bien au niveau du contenu qu'au niveau de la présentation.
- ❖ La période 1988-1991 : Cette période peut être considérée comme une rupture avec les précédentes, pour BRAHIM B le soulèvement populaire du 5 octobre 1988 a entraîné de profonds bouleversements dans la vie politique et culturelle du pays. Ces bouleversements ont eu des répercussions sur le champ médiatique non seulement sur le plan quantitatif (création de nombreux journaux et de 20 stations de radio étatiques régionales) mais aussi sur le plan de la liberté de l'information (création de journaux privés changements importants au niveau des programmes de la radiotélévision et au niveau des journaux parlés et télévisés....
- ❖ La période 1992 – 1997 : Les années 90 restent une période exceptionnelle dans l'histoire de la presse algérienne, la presse a vécu une métamorphose : mis à part certains hebdomadaires, des dizaines de journaux partisans et privés n'ont pu résister et ont disparu. Par ailleurs, on assiste à la parution de plusieurs journaux francophones comme Le Jeune Indépendant, L'Authentique, El Acil, La Tribune et Liberté. Ce qui a entraîné une prédominance de la presse francophone sur la presse arabophone.
- ❖ La période 1997 - 2002: On assiste, durant cette période, à un changement qui s'est exprimé par l'industrialisation, la modernisation et de la professionnalisation du 21 journalisme. La parution de nouveaux journaux, et l'augmentation du tirage, qui a atteint, selon BRAHIMI, un million, cinq cent mille (1500000) exemplaires, dont neuf cent mille (900000) pour les journaux francophones, ont eu un impact sur la diffusion.

3.4. Les réseaux sociaux

C'est en 1954 qu'était introduit l'usage du terme « réseau social ». JOHN A. BARNES, anthropologue anglais, réalise une étude sur les classes sociales et parle alors de réseau social (BALAGUE 2010 : 9)

Aujourd'hui, un réseau social est défini comme « *une structure définie par des relations entre des individus* » (Le Petit Larousse : 2005.). Concrètement, c'est l'ensemble des individus avec qui

Concepts Théoriques de Base

une personne est en contact. Il s'agit de nouer de liens entre personnes : Depuis le début des années 2000, l'apparition du web a permis de développer les réseaux sociaux grâce aux différentes communautés en ligne. Le but des réseaux sociaux sur internet est tout d'abord de rencontrer des personnes qui ont des intérêts communs, garder le contact avec ces personnes et enfin de reprendre contact avec des personnes perdues de vue ainsi que de maintenir le lien avec des personnes distantes. Le succès de ces réseaux sociaux sur internet est essentiellement dû à la rapidité et à la simplicité des échanges, mais aussi grâce à la désinhibition que cela engendre, l'écran apporte une certaine protection et enlève toute pudeur à l'utilisateur. (FAYON D2010 :10)

3.4.1. Définition de quelques réseaux sociaux

3.4.1.1. Facebook :

Créé en 2004 par Mark Zuckerberg, Facebook est le site de réseau social qui a connu le plus grand succès, avec plus de 600 millions d'inscrits dans le monde, Facebook devance largement ses concurrents et est devenu une réelle institution. Le réseau social est connu et utilisé dans le monde entier. D'après SADOIR (2012-2013 : 30) : « *Le Facebook est un langage électronique qui a conquis le monde, il est considéré comme une nouvelle forme de communication par laquelle les individus collaborent des relations entre eux.* »

Il est possible de créer un compte ou une page sur Facebook, un compte est généralement défini par une personne alors qu'une page représente une entreprise. Chaque utilisateur de Facebook peut donc devenir « ami » avec quelqu'un et « fan » d'une page et donc fan d'une marque. (BALAGUE et FAYON 2010 :113). Les marques peuvent également créer des groupes, qui sont différents de la page Facebook car les groupes permettent de rassembler des membres, une page représente une organisation, une marque. (Ibid.: 114)

Facebook représente un réel outil de communication pour les entreprises. De plus, les utilisateurs de Facebook ont une attitude qui permet de capter leur attention si la publicité, ou si la marque leur plaît.

Concepts Théoriques de Base

3.4.1.2 .Twitter

Twitter a été créé en 2006 par Jack Dorsey, c'est l'un des réseaux sociaux les plus récents. On peut dire que Twitter est plus un réseau d'information qu'un réseau social. Twitter est un outil de microblogging⁴ (ou miniblog) permettant d'envoyer des « tweets ».

Un tweet est un message court de 140 caractères maximum que l'utilisateur poste sur son profil Twitter afin de le partager avec sa communauté pour raconter son activité du moment. Twitter, à la différence de Facebook, n'est pas fait pour un partage de photos ou de vidéos, il s'agit ici d'envoyer à ses « followers »⁵ des informations courtes et précises. Twitter est un réseau social en plein essor, bien que son nombre d'utilisateurs soit très inférieur à celui de Facebook, Le phénomène est mondial, d'autant plus que beaucoup de personnalités ont un compte Twitter.

3.4.1. 3. Google+

Google + est un réseau social créé en 2011 par Google et accueille pendant 90 jours par invitation avant d'être rendu public en le 20 septembre 2011. Google + est défini comme le concurrent direct de Facebook .Il a été créé dans l'optique d'intégrer un volet social aux services Google .Il est conçu en reprenant les erreurs commises par Google.

Sur Google+, on ne parle pas de « j'aime » mais de « +1 », ni de fans mais d'abonnés. Cependant ,Google+ est le réseau Social ayant le plus d'utilisations inactifs et un utilisateur passe en moyenne 3 min par mois sur Google+ (contre 7 sur Facebook) .En effet, Google « force un peu la main » aux utilisateurs en associant tous les outils Google à Google + .Par exemple , pour laisser un commentaire sur Youtube , il faut un compte Google+.

3.4.1.4. YouTube

YouTube est une plateforme de partage de vidéos sur lequel les utilisateurs peuvent envoyer, regarder et partager des séquences vidéo. Le site est accessible au grand public, pour poster les vidéos il suffit d'avoir un compte Youtube. Un compte Youtube permet également

⁴Le microblogging désigne l'activité de création de contenus courts sur des réseaux sociaux de type Twitter.

⁵(Follower) personne abonnée à votre compte qui peut lire vos messages. Si vous vous followez tous les deux, alors vous pourrez vous envoyer des DM.

Concepts Théoriques de Base

de commenter les vidéos, de créer des playlist⁶, de partager ces vidéos sur les réseaux sociaux. Il a été Créé aux Etats-Unis, en février 2005, par Chad Hurley, Steve Chen et Jawed Karim anciens employés de Paypal, il est aujourd'hui le troisième site le plus regardé au monde et jusqu'à 2005, il n'était pas possible de partager avec ses proches, de là est venu l'idée de créer un site où chacun pourrait partager et visualiser des séquences vidéos. Le site s'est fait connaître par le bouche à oreille. Il a surtout profité de la popularité des vidéos diffusées sur son site, qui permettaient aux internautes de revoir des séquences d'émission télévisée célèbres.⁷

3.4.2. Les réseaux sociaux en Algérie

En Algérie, Il existe 6.8 millions d'utilisateurs actifs de Facebook, d'après l'étude *Arab Social Media Report* menée par la *DubaiSchool of Gouvernement*.⁸

Les données du rapport, datant de mai 2014, indiquent que 76% des utilisateurs algériens de Facebook ont moins de 30 ans. Les femmes représentent seulement 32% de la population algérienne sur le réseau social de Mark Zuckerberg contre 68% d'hommes.

Les utilisateurs algériens de Facebook publient 76% de leur contenu en langue française, 32% en arabe et seulement 11% en anglais, par contre l'utilisation de Twitter ne décolle pas malgré le lancement de la 3G. La même étude fait aussi état de l'utilisation de Twitter dans le monde arabe. Le décevant chiffre de 37 500 est le nombre total des comptes Twitter actifs en Algérie, soit un taux de pénétration de 0,1%, un pourcentage très faible surtout quand on le compare avec les voisins: 0,23% au Maroc et 0,34% en Tunisie. ⁹

On peut donc dire que Facebook est le premier média en Algérie. En moins de vingt ans, le virtuel est devenu le réel. Il n'y a pas un espace où autant de points de vue et de sensibilités différentes peuvent se retrouver, même s'ils peuvent être fragmentés. C'est la principale observation faite par El Kadi Ihsane, directeur d'Interface Médias, qui édite le site Maghreb émergent lors du lancement de FanZone.dz, le premier classement des pages

⁶play-lists. Liste des disques diffusés, à un moment donné, par une station de radio. Liste de fichiers audio à exécuter, de manière aléatoire ou dans un ordre déterminé.

⁷ Histoire des succès et réussites sur internet .URL : [<http://www.websuccessstories.com/>]. Consulté le 22 /02/2017.

⁸ **Hamdi Baala**, L'Algérie compte 6.8 millions d'utilisateurs sur Facebook, seulement 37 500 sur Twitter (Étude) .URL : [http://www.huffpostmaghreb.com/2014/06/30/facebook-twitter-algerie-_n_5543478.html] consulté le 24 /02 /2017.

⁹IBID

Concepts Théoriques de Base

facebook de contenu algérien, à partir de données statistiques et de moteurs de recherche disponibles sur le web. C'est à dire qu'avec 17 millions d'utilisateurs facebook, on est face à un phénomène social et qu'il y a par conséquent nécessité de développer des études et des analyses pour comprendre ce qui s'y passe. On peut donc véritablement parler d'un agent socialisateur en ce qui concerne le réseau. En effet, celui-ci, au même titre que la famille et les amis, influence nos comportements et nous fait adopter de nombreuses valeurs dans le but de nous intégrer à la société.¹⁰

3.5 .Internet

Le mot Internet est une abréviation de l'anglo-américain, international network qui signifie réseau international. Un réseau télématique international, issu du réseau militaire américain « arpanet » conçu en 1969 et résultant de l'interconnexion d'ordinateurs du monde entier utilisant un Protocol commun d'échanges de données (IP pour internet Protocol) :

Le net est aujourd'hui un outil majeur dans la panoplie (des sources) du journaliste. Celui-ci peut, en effet, effectuer son indispensable revue de presse auprès de ses confrères déjà en ligne. Mais il n'y a pas que les médias qui publient sur le net. Un nombre croissant d'institution, d'entreprises, d'associations et de particuliers proposent leurs sites. Pour ces informations en ligne, il est recommandé une grande prudence. La fiabilité de ces informations n'est toujours de mise.

Ce n'est qu'en Mars 1994 que le réseau Internet est apparu en Algérie, grâce au câble qui le lie avec le centre de recherche scientifique et technique en Italie. Dès lors, plusieurs cyber café et centres de formation sont apparus assurant l'initiation en informatique et l'utilisation de l'outil Internet (ALAQQAB 1999 :27)

Fin 2015, l'Algérie comptait 18 583 527 abonnements à l'internet, ce qui représente environ 46 % de la population¹¹. D'après les statistiques Il y a 72 % d'internautes en Algérie âgés entre 15 et 19 ans, dont 40 % qui se connectent tous les jours ou presque. ¹²

¹⁰EL Watan .URL : [http://elwatan.com/sso/inscription/inscription_payant.php] . Consulté le 15 /03/2017

¹¹DIA, Rapport ARPT 2015 : 43 millions abonnés mobile et 18,5 millions abonnés internet.URL : [<http://dia-algerie.com/rapport-arpt-2015-43-millions-abonnes-mobile-185-millions-abonnes-internet/>] . Consulté le 3/03/2017

Concepts Théoriques de Base

Les sites web algériens sont de plus en plus nombreux. Nous pouvons les classer par catégories :

les organes d'information et média (journaux, télévision, radios), les sites culturels (musées, artistes stylistesmodélistes), le commerce et l'industrie, l'éducation (universités, centres de recherche, écoles de formation) les sites personnels, les sites gouvernementaux, les partis politiques et les collectivité locales (wilayas, daïra et Communes), les centres médicaux, les organisations professionnelles et les opérateurs du secteur touristique (hôtels, centres d'animation, restaurants, etc.).

4. La sociolinguistique

La sociolinguistique se situe entre la linguistique et la sociologie et se donne pour objectif d'étudier le rapport entre la langue et la société. Elle s'intéresse à tout ce qui est dans la langue et étudie les fonctions et les usages du langage dans la société, la maîtrise de la langue, les contacts des langues, les jugements que les communautés linguistiques portent sur leur langue, la planification et la standardisation linguistique. Elle se donne pour tâche de décrire les différentes variétés qui coexistent au sein d'une communauté linguistique en les mettant en rapport avec les structures sociales. Elle étudie le langage, considéré comme une activité socialement localisée, et dont l'étude se mène sur le terrain. 13

Le linguiste MEILLET (1921) souligne du fait que la langue est : « *un fait social, il résulte que la linguistique est une science sociale, et le seul élément variable auquel on puisse recourir pour rendre compte du changement linguistique est le changement social.* »

Pour LABOV (42, 1978 :79) la sociolinguistique ne se confond ni avec « la sociologie du langage » ni avec « l'ethnographie de la parole » .Au sens strict, la sociolinguistique est la linguistique elle-même, c'est-à-dire, l'étude de la structure et de l'évolution de la langue, que

12(<http://www.algerie360.com/algerie/internet-72-d%E2%80%99internautes-en-algerie-ages-entre-15-et-19-ans-etude-2013/>) consulté le 4/03/2017

13 PPT, Sociolinguistique: contexte épistémologique, définition, objet d'étude, p16 et 19. [<http://docslide.fr/documents/sociolinguistique-contexte-epistemologique-definition-objet-detude.html>]. Consulté le 23/03/2017

Concepts Théoriques de Base

ce soit du point de vue phonologique, syntaxique, ou sémantique, mais considérées au sein du contexte social formé par la communauté linguistique.

Pour BAYLON (1991 : 35) la sociolinguistique a affaire à des phénomènes très variés : les fonctions et les usages du langage dans la société, la maîtrise de la langue, l'analyse du discours, les jugements que les communautés linguistiques portent sur leur(s) langue(s), la planification et la standardisation linguistique... Elle s'est donné primitivement pour tâche de décrire les différentes variétés qui coexistent au sein d'une communauté linguistique en les mettant en rapport avec les structures sociales ; aujourd'hui, elle englobe pratiquement tout ce qui est étude du langage dans son contexte socioculturel.

4.1. Objet et méthode de la sociolinguistique

LABOV (1976 : 258) définit l'objet d'étude de la sociolinguistique comme suit :

"[...] notre objet d'étude est la structure et l'évolution du langage au sein du contexte social formé par la communauté linguistique. Les sujets considérés relèvent du domaine ordinairement appelé "linguistique générale" : phonologie, morphologie, syntaxe et sémantique. Les problèmes théoriques que nous soulèverons appartiennent également à cette catégorie, tels la forme des règles linguistiques, leur combinaison en systèmes, la coexistence de plusieurs systèmes et l'évolution dans le temps de ces règles et de ces systèmes. S'il n'était pas nécessaire de marquer le contraste entre ce travail et l'étude du langage hors de tout contexte social, je dirais volontiers qu'il s'agit là tout simplement de linguistique."

Cela veut dire que la "Sociolinguistique" s'intéresse à des groupes divers (diversement structurés) qui partagent en principe des moyens de communication, et notamment qui ont à leur disposition une ou plusieurs langues pour communiquer. Le linguiste s'intéresse bien peu à la "société globale" qui peut retenir le sociologue, mais beaucoup plus à des groupes plus ou moins vastes qui entretiennent des relations notamment d'échanges.

La sociolinguistique n'a pas développé de méthodologie originale. Elle utilise les méthodes de la sociologie : l'observation directe, le questionnaire et l'entretien. Pour mener avec succès une enquête de terrain en sociolinguistique, l'enquêteur doit : - disposer d'une solide culture linguistique, - être entraîné aux méthodes d'enquête, - avoir une connaissance intime du système du parler qu'il veut étudier, - être capable de s'en servir normalement, -

Concepts Théoriques de Base

opérer sur un territoire restreint de la localité dont il connaît bien le parler, - être accepté par la communauté, - choisir des témoins représentatifs, nés dans la localité, parlant normalement l'idiome, sans vices d'articulation, avec une souplesse d'esprit pour s'adapter aux nécessités d'enquête, n'ayant pas séjourné trop longtemps hors de chez eux.

5. La situation sociolinguistique en l'Algérie

La situation sociolinguistique en Algérie est très complexe. Elle se caractérise par la présence de plusieurs langues comme l'a constaté ABDELHAMID (2002:35) : « *Le problème qui se pose en Algérie ne se réduit pas à une situation de bilinguisme, mais peut être envisagé comme un phénomène de plurilinguisme* ». En effet, cette complexité du paysage linguistique en Algérie est due à son histoire et à sa géographie.

Les différentes invasions et conquêtes en Algérie ont engendré la coexistence de plusieurs codes linguistiques à côté du berbère, langue de la communauté autochtone. Cela justifie l'existence de deux groupes importants, les berbérophones et les arabophones qui se sont mêlés à travers l'histoire, sans pour autant négliger la langue française qui est pratiquée par les deux groupes en question suite à la colonisation française. Ce qui nous amène à dire que le pays se caractérise par une situation de plurilinguisme social : arabe standard / français / arabe dialectal / les différentes variétés du berbère.

Nous allons dans ce qui suit, présenter les différentes langues en présence :

5.1. La langue berbère

En ce qui concerne le berbère, on peut dire qu'il est (re)fonctionnalisé par les autorités politiques qui lui ont accordé le statut de langue nationale. Le berbère est enseigné à l'école depuis plus de dix ans, mais la réalité du berbère en Algérie demeure sans statuts officiels. Même si la langue berbère est reconnue comme langue nationale, elle reste cantonnée dans les régions où elle est considérée comme langue maternelle. Les deux dialectes : « *ne doivent leur statut qu'à l'oralité dont la société est culturellement imprégnée, tradition qu'ils contribuent puissamment par ailleurs à perpétuer* » écrit KHALFOUNE (2002 : 117).

En 2016 Tamazight a connu le statut de langue nationale et officielle ce qui représente "une avancée importante dans la mesure où elle donne une base juridique qui ouvre l'espace des

Concepts Théoriques de Base

possibilités de son développement", a indiqué à l'APS OUSSALEM, enseignant à l'université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou et un des acteurs du printemps berbère (avril 1980).

Un avis partagé par ABDERREZAK DOURARI¹⁴, qui soutient que la promotion juridique et constitutionnelle de la langue tamazight, au statut de langue nationale et officielle, est un "pas immense dans la bonne voie". Toutefois, les deux universitaires pensent que "beaucoup reste à faire" pour la concrétisation de cette décision qui demeurera une avancée de jure et non pas de facto tant qu'une institution académique sérieuse n'aura pas mis en place l'effectivité progressive de cette décision constitutionnelle sur le terrain et que l'Etat national n'aura pas été mis en conformité avec la demande démocratique et citoyenne, estime M. DOURARI.¹⁵

Concernant les outils de promotion de tamazight, la mise en place d'institutions pour sa promotion au rang de langue nationale et officielle est, selon M. OUSSALEM, une "bonne décision" à condition que celle-ci "dépasse les limites propres au fonctionnement administratif" et que les institutions mises en place "puissent engager un vrai travail de recherche scientifique (collecte, description), sur lequel s'appuieraient des actions et des dispositifs qui permettraient, à long terme, la sauvegarde de cette langue.¹⁶

Le berbère se présente sous forme de plusieurs dialectes qui sont :

- Le kabyle : pratiqué dans le nord du pays, principalement dans les wilayas de Tizi-Ouzou, Bejaia et Bouira.
- Le chaoui : parlé par les chaouis qui occupent les Aurès
- Le m'zab : employé par les mozabites qui vivent dans le nord du Sahara algérien
- Le targui : pratiqué par les touaregs qui vivent dans le Sahara, communauté que l'on appelle aussi « les hommes bleus »

¹⁴ Directeur du Centre national pédagogique et linguistique de l'enseignement de Tamazight (CNPLET)

¹⁵<http://www.aps.dz/algerie/51845-tamazight-langue-nationale-et-officielle-une-avanc%C3%A9e-importante-en-2016>) consulté le 23/03/2017

¹⁶<http://www.aps.dz/algerie/51845-tamazight-langue-nationale-et-officielle-une-avanc%C3%A9e-importante-en-2016>) consulté le 23/03/2017

Concepts Théoriques de Base

5.2. La langue arabe

La langue arabe en Algérie occupe le statut de langue nationale et officielle depuis l'indépendance du pays. Elle jouit d'une grande importance accordée par l'Etat, pour des buts politiques. Arezki dit à propos de l'arabe:

« La langue arabe, dite : arabe classique, coranique, standard, littéraire ou moderne, doit sa présence à l'islam auquel elle sert de courroie de transmission. Associée à la religion, langue de la révélation du Coran, elle est détentrice selon certains religieux d'une sorte de "légitimité divine". C'est une langue essentiellement écrite et absolument incompréhensible à l'oral pour un public arabophone illettré. Le discours idéologique dominant la présente comme la seule garante de la personnalité nationale. »¹⁷

Il existe en Algérie deux variétés de l'arabe : une variété haute et une variété basse.

- L'arabe classique : considéré comme un pays arabo-musulman, l'Algérie a pour langue officielle l'arabe. Il est essentiellement utilisé dans l'enseignement, dans les administrations et dans toutes les institutions de l'Etat, en plus de sa fonction religieuse.
- L'arabe dialectal : « l'arabe dialectal est la langue maternelle de 72% de la population algérienne » (LECLERC 2007 :118) Il est le véritable instrument de communication pour la majorité des locuteurs algériens, c'est la langue du quotidien, et de leur première socialisation...

5.3. La langue française

En dépit du processus d'arabisation qui a connu beaucoup de succès, la langue française est la première langue étrangère parlée en Algérie, elle est apparue avec la colonisation qui a duré plus de cent ans. Systématiquement, cette langue a marqué profondément les Algériens, au nord, elle est plus fréquemment utilisée que dans le sud, elle est parlée à la maison entre les familles, entre les amis, à la rue, au marché, dans les écoles, à l'université, et dans les administrations. La présence de cette langue en Algérie est d'origine historique, par le biais du colonisateur, une des premières mesures prises par les responsables français fut, vers 1840,

¹⁷ Arezki Abdenour, le rôle et la place du français dans le système éducatif algérien, p22.URL [http://www.unice.fr/bcl/ofcaf/23/AREZKI%20Abdenour.pdf].Consulté le 05/06/2017

Concepts Théoriques de Base

de supprimer l'enseignement de la langue arabe en confisquant tous les biens des fondations qui les supportaient. Jointe à des mesures d'intimidation contre les talebs (enseignants) qui enseignaient langue et religion, cette mesure amena rapidement la chute d'un réseau d'enseignement auparavant très dense. A la place, peu à peu, c'est la langue française qui fut imposée comme langue écrite, langue officielle de la colonisation. Jusqu'à la proclamation de l'indépendance (1962), elle était la langue officielle en Algérie. 18

A l'aube de l'indépendance, l'Algérie a adopté la politique d'arabisation traduite par la récupération des référents culturels, identitaires et linguistiques. L'impact de la domination linguistique coloniale a fait du français, après l'indépendance, la première langue étrangère à jouir d'un statut de langue véhiculaire. Sur le plan formel, elle est définie comme la première langue étrangère, mais elle reste dominante dans les institutions administratives et économiques

« L'étendue de la diversité des champs d'action de cette langue ainsi que son prestige semblent être les facteurs dynamisant qui lui confèrent une bonne position dans la hiérarchie des valeurs sur le marché linguistique algérien. On peut évaluer à plusieurs millions (8 millions environ) le nombre de locuteurs maîtrisant plus ou moins correctement la langue française ».19

Aujourd'hui encore, le français perdure dans le milieu algérien et conserve un rôle privilégié en tant que première langue étrangère. Il occupe une place très importante dans l'éducation, la politique et l'administration. Pour ces raisons, l'enseignement et l'apprentissage du français est obligatoire dans les établissements scolaires algériens dès la troisième année primaire. A ce sujet ASSALAH (2004 :29) dit :

« Cette langue est vue comme la possibilité d'une promotion sociale et comme un instrument d'ouverture vers la modernité, la connaissance. Elle reste la langue des citations cultivées, du monde de l'industrie et du commerce international. Elle est récurrente exclusivement ou concurremment avec l'arabe sur les enseignes des commerces».

18 http://fil.univ-biskra.dz/images/pdf_revue/revue14_15/benazzouz.pdf Consulté le 25/03/2017

19 Ben Azzouz N., politique linguistique en Algérie, Arabisation et francophonie 01/08/ 1999

Concepts Théoriques de Base

5.4. La langue anglaise

Quant à l'anglais, il faut noter que sa position est encore faible sur le marché linguistique algérien, mais vu son statut au plan international, son essor commence à s'accroître lentement mais sûrement. Les événements de 1989 ont conduit à des réformes sociales et économiques visant l'institution éducative et, en particulier, ont autorisé la substitution de l'anglais au français en quatrième année du second cycle de l'école fondamentale. Par conséquent, l'enseignement de l'anglais devient possible comme première langue étrangère, son choix est laissé à l'appréciation des parents. Cette politique n'a pas connu de réussite, vu l'inexistence de cette langue dans l'environnement linguistique et culturel du sujet parlant algérien, elle n'a gardé que sa réputation de langue des sciences et des techniques. Aujourd'hui, l'anglais a le statut de la deuxième langue étrangère après le français, ce qui explique et confirme le prestige du français chez les Algériens, qui reste en position de force assurant son avenir en Algérie. Pour conclure, nous disons que l'arabe dialectal est utilisé par la quasi-totalité de la population, tandis que l'arabe classique est réservé à une élite d'arabophone. Le berbère est employé par environ 35% des algériens. Le français et l'anglais s'imposent en tant que véhicule de modernité par ceux qui fréquentent les écoles. (BEN AZOUZ 2014 :121)

6. Béjaïa et les langues en présence

Béjaïa comme est le cas pour toute l'Algérie, présente une situation de plurilinguisme de fait, dont les langues entrent en enjeu entre le kabyle, l'arabe dialectal et le français.

Notre observation des pratiques sociales dans cette région démontre que la langue berbère est celle dont la majorité des locuteurs font usage dans leur vie quotidienne. Celle-ci à son tour comporte diverses variétés qui diffèrent d'une région à une autre.

En effet, les résidents de l'ancienne ville de Béjaïa usent d'un parler du moins arabisé. Ce parler leur est propre. La langue arabe ne peut jouir dans le reste de la région que du statut d'une langue véhiculaire permettant aux locuteurs kabyles de communiquer avec des locuteurs des autres villes algériennes, pour assurer ainsi une intercompréhension entre le peuple.

Concepts Théoriques de Base

La langue française pour sa part, jouit d'un statut assez valorisant dans cette ville, que ce soit au niveau des pratiques sociales où même au niveau de l'administration ou encore des études supérieures dans les différents domaines. 20. La langue française est l'outil d'expression privilégié de l'administration et des universités à Béjaïa même en ce qui concerne les pratiques sociales, il convient de signaler que la langue française en fait souvent l'objet. Cela dépend toutefois des locuteurs et de certaines variables.

7. Statuts officiel et officiaux en Algérie

L'Algérie est un pays qui connaît une situation linguistique très intéressante. A partir de l'indépendance, en 1962 et pendant des années, ce pays a été « officiellement » monolingue, avec l'arabe classique comme langue officielle et nationale. Mais cela n'a pas empêché la présence sociale d'autres langues. Ces dernières ont longtemps « combattues » pour leur survie. Elles restent présentes dans le patrimoine culturel algérien. Il s'agit en l'occurrence de l'arabe algérien (que certains nomment dialectal), du berbère (devenue langue nationale à partir de 2002 et officielle en 2016) avec toutes ses variantes et du français. A travers ces différents idiomes, les Algériens se sont exprimés, car comme la présente Grandguillaume (BENRABEH 1999 : 9).

La situation linguistique algérienne comporte une configuration quadridimensionnelle, qui se compose essentiellement de :

Dans un domaine formel, l'arabe classique : langue officielle et nationale, réservée à l'usage officiel et religieux (langue du Coran), elle jouit ainsi d'une place privilégiée, comme faisant partie de l'identité nationale algérienne qui se compose, désormais, de la triade : l'Islam, l'arabité et l'amazighité : « *La langue arabe est une langue sacrée pour les Algériens, puisque langue du Texte c'est-à-dire du texte coranique.* » (BOUDJDRA 1992/1994 : 28-29)

Mais, cet arabe classique (ou littéraire), appelé aussi *qawmi*, n'est parlé que par une partie de la population (environ la moitié), celle qui est la plus scolarisée, celle qui a accès à cet arabe officiel appris à l'école et employé généralement comme langue seconde. L'Algérien moyen est souvent incapable de saisir le sens réel des informations radiophoniques ou télévisées diffusées en arabe officiel. Pour beaucoup d'Algériens, cet arabe écrit est artificiel à

20Bourihane Nadia, Le français ; langue de prestige pour un bilinguisme précoce : cas des familles de la ville de Bejaia, p18)

Concepts Théoriques de Base

l'oral et ne correspond pas à leur véritable langue. Ajoutons aussi que les problèmes de l'adaptation de l'arabe classique et de sa modernisation sont toujours d'une grande actualité.²¹

Dans un domaine informel, l'arabe algérien (véhiculaire) : langue de la majorité des Algériens, d'un point de vue sociolinguistique, le langage quotidien (l'algérien) connaît une association avec d'autres langues notamment le français ; l'arabe algérien accepte en son sein des mots et structures grammaticalement tirées de la langue française. Pour AREZKI:

« Bien que d'un usage fort répandu, il est dénommé péjorativement dialecte et considéré inapte à véhiculer les sciences et à être enseigné à l'école ! Les textes officiels n'en font pas ou rarement mention. Toutefois il est la langue maternelle de la majorité de la population (première langue véhiculaire en Algérie) avec certes des variantes régionales qui ne constituent cependant aucun obstacle à l'intercompréhension. »
(AREZKI : p23)

Le français : officiellement, 1ère langue étrangère, mais cette langue connaît une certaine co-officialité, du fait que sa présence est assez importante dans la société algérienne ; par exemple, l'enseignement universitaire est, en grande partie, assuré en français, surtout pour les branches médicales et techniques.

« La réalité empirique indique que la langue française occupe en Algérie une situation sans conteste, unique au monde. Sans être la langue officielle, elle véhicule l'officialité, sans être la langue d'enseignement, elle reste une langue de transmission du savoir, sans être la langue d'identité, elle continue à façonner de différentes manières et par plusieurs canaux, l'imaginaire collectif. Il est de notoriété publique que l'essentiel du travail dans les structures d'administration et de gestion centrale ou locale, s'effectue en langue française. Il est tout aussi évident que les langues algériennes de l'usage, arabe ou berbère, sont plus réceptives et plus ouvertes à la langue française à cause de sa force de pénétration communicationnelle. » (SEBB, 2002) 22

On peut donc constater que la place qu'occupe le français en Algérie, n'est pas celle d'une simple langue étrangère, mais d'une langue qui occupe une place beaucoup plus

²¹ Algérie: situation géographique et démolinguistique. URL : [<http://www.axl.cefan.ulaval.ca/afrique/algerie-1demo.htm>]. Consulté le 25/03/2017

²²Rabeh Sebaa ,Culture et plurilinguisme en Algérie.URL : [<http://www.inst.at/trans/13Nr/sebaa13.htm>].

Consulté le 26/03/2017

Concepts Théoriques de Base

importante que ce que l'Etat algérien veut faire croire. La réalité sur le terrain prouve tout le contraire quant à l'utilisation de la langue française en Algérie.

La langue amazighe (vernaculaire) : plus connue sous l'appellation de langue berbère. Langue nationale depuis avril 2002 et officielle en 2016, la population berbérophone représente à peu près 35% de la population algérienne, le berbère est la langue maternelle d'une communauté importante de la population algérienne (17% à 25% de natifs berbérophones), elle est principalement utilisée en Kabylie (dans sa variante la plus répandue d'ailleurs, le kabyle), dans les Aurès (le chaoui) et dans le Mzab (le m'zab), mais aussi dans d'autres régions du Sahara, du Maghreb et de l'Afrique subsaharienne. Essentiellement orale, elle ne peut être fusionnée ni avec l'arabe classique ni avec l'arabe parlé, mises à part certaines analogies sur le plan structurel (langues de la famille chamito-sémitique).²³

Mais l'officialité de tamazight aujourd'hui à côté de l'arabe "langue officielle de l'État" reste mystérieuse, car depuis 2002 cette disposition n'a eu strictement aucun effet légal ou concret depuis son adoption, il y a plus de treize ans. Bien au contraire, le corpus juridique algérien, loin d'avoir consolidé et précisé le statut de "langue nationale" du berbère, l'a vidé avec constance de toute réalité en réaffirmant à de nombreuses reprises le caractère exclusif de l'arabe dans toutes les sphères publiques car à ce qu'il paraît, l'Algérie n'est pas prête à renoncer à son objectif stratégique : l'arabisation.

"L'officialité" de tamazight, dans un tel contexte, est évidemment un leurre, de la poudre aux yeux dont la seule fonction est de neutraliser un peu plus les élites berbères, de les couper de tout projet politique berbère en accélérant leur intégration dans un appareil d'État qui a programmé depuis longtemps leur phagocytose) ²⁴

8. Variations linguistiques

Dans la vie de tous les jours, chaque individu est sensible aux variations d'accent, d'intonation et de vocabulaire qui reflètent son appartenance à une variété linguistique. Ces variations fournissent des traits distinctifs qui permettent d'exprimer les différences sociales.

²³ Abdenour Arezki, le rôle et la place du français dans le système éducatif algérien, p23. URL : [http://www.unice.fr/bcl/ofcaf/23/AREZKI%20Abdenour.pdf].

²⁴ Tamazight dans la constitution algérienne : un leurre. URL : [http://tamazgha.fr/Tamazight-dans-la-constitution.html] Consulté le 27 / 03/ 2017

Concepts Théoriques de Base

La variation linguistique, notion majeure de la sociolinguistique, introduite principalement par William Labov pour désigner les écarts, observables dans une langue donnée, entre différentes manières de s'exprimer. On peut donner à cette notion une acception dynamique, en y englobant les différentes évolutions diachroniques (historiques) qui affectent les langues.

Il s'avère alors que toute communauté linguistique use de plusieurs variétés linguistiques. Il n'existe pas de société qui n'utilise qu'une seule variété linguistique ; tout comme il n'existe pas d'individu qui ne maîtrise qu'une seule variété d'une langue.

Par ailleurs, la variation linguistique révèle le caractère multiple d'une langue et la possibilité qu'elle a de dire la même chose de différentes manières, sous l'influence de divers facteurs, essentiellement sociaux. Les formes linguistiques peuvent varier aussi bien au niveau du son, du lexique, que de la morphosyntaxe.

8.1. Les types de la variation linguistique

Chaque variation linguistique est associée à une cause extra-linguistique (classe sociale, sexe, âge, habitat, race, attitudes des locuteurs, circonstances de la communication, etc.), où chaque ensemble de variantes linguistiques (réalisation d'une variable) a une ou des variables sociales. Pour BOYER (1996 :41) : « *Il s'agit donc la communauté considérée du point de vue de sa structuration sociologique (âge, localisation géographique, profession, appartenance ethnique, mobilité et espérance sociales).* »

Donc, nous distinguons généralement cinq types de variation linguistique:

A- La variation diachronique, ou variation dans le temps, appelée aussi variation historique, pour BOYER (1996 :13) c'est :

« L'appartenance à telle ou telle génération. Car au sein d'une même communauté, à un moment donné de son histoire, coexistent en fait plusieurs états de la langue dont les diverses générations sont les témoins: c'est vrai pour le vocabulaire mais c'est aussi vrai pour la syntaxe ou la phonétique. Ainsi le "parler des jeunes" est toujours quelque peu en rupture avec celui des adultes. »

D'après MOREAU (1997 : 284.) " *La variation diachronique est liée au temps; elle " permet de contraster les traits selon qu'ils sont perçu comme plus ou moins anciens ou récents."* Le facteur du temps est donc important à étudier, car chaque moment donné dans l'histoire d'une

Concepts Théoriques de Base

communauté est différent de l'autre et laisse des traces distincts sur la langue de cette dernière, ce qui justifie d'ailleurs la différence du vocabulaire des jeunes de celui des adultes et des vieux.

B. La variation diatopique, ou variation en fonction du lieu ou variation géographique :

Elle est définie par MOREAU (1997 :284) " *La variation diatopique joue sur l'axe géographique; la différenciation d'une langue suivant les régions relève de cette variation. Pour désigner les usages qui en résultent, on parle de "régiolectes et topolectes ou de géolectes".* L'origine géographique (le plus souvent en relation avec l'appartenance soit au milieu urbain, soit au milieu rural) est un élément de différenciation sociolinguistique souvent très repérable, qui prête souvent matière à cliché.

C. La variation diastratique, ou variation en fonction de la classe sociale, BAYLON (1994) l'a défini comme : « *La diversité langagières est étroitement liée à la nature des groupes et des catégories qui existent dans une société donnée* ». On parle de variation sociolectale lorsque c'est l'origine sociale (l'appartenance à tel ou tel milieu socioculturel) qui est en cause. On parlera par exemple du " parler populaire " ou du parler pédant "bourgeois ".

Pour cette voie d'approche, il s'agit de montrer que ces groupes se caractérisent par des langages spécifiques, ou plus exactement par des modes spécifiques d'usage du langage, chacun d'eux possédant ses règles de fonctionnement : "*La variation diastratique explique les différences entre les usages pratiqués par les diverses "classe sociales. Il est question en ce cas de sociolectes".*) (MOREAU 1997 : 284)

D. La variation diaphasique ou "stylistique", ou encore variation individuelle, pour GADET (2003 :9) :

« *Un locuteur quelle que soit sa position sociale, dispose d'un répertoire diversifié selon la situation où il se trouve, les protagonistes, la sphère d'activité et les objectifs de l'échange. Ainsi, un professeur qui, en enseignant, réalise à peu près toutes négation en ne.....pas, peut omettre ne en contexte familial; ainsi de deux questions d'un même locuteur dans la même journée, face à des interlocuteurs différents.* ».

MOREAU (1997 : 284) quant à lui la défini comme suit : « *La variation diaphasique lorsqu'on observe une différenciation des usages selon les situations de discours; ainsi la production*

Concepts Théoriques de Base

langagière est-elle influencée par le caractère plus ou moins formel du contexte d'énonciation et se coule-t-elle en des "registres ou des styles" différents".

Les diverses circonstances de l'acte de communication (lieu, moment, atmosphère...), dictent le type du discours attendu, car on n'utilise pas les mêmes propos dans toutes les situations (au travail, au restaurant, dans une soirée, en famille...Etc.) .donc nos propos dépendent du contexte et de la situation dont on se trouve.

Il y a une autre source de variation linguistique existante :

E. Le sexe : La réalité sociale révèle que les usages que font les femmes de la langue diffèrent de ceux qu'en font les hommes. Nous prenons à titre d'exemple le fait que les femmes ont souvent tendance à adopter les formes les plus prestigieuses d'une langue donnée. Les chercheurs de Trudgill démontrent ce qui vient d'être avancé ci-dessus. Selon lui, les hommes adoptent contrairement aux femmes des variétés moins prestigieuses ce qu'il appelle : « prestige couvert »

9. Les représentations et l'imaginaire linguistique

Utilisées initialement dans les sciences humaines, les représentations constituent des phénomènes complexes toujours activés dans la vie sociale. Leur richesse phénoménale caractérisée par une totalité signifiante (GRAPIN 2002) (éléments cognitifs, informatifs, normatifs, croyances, valeurs, attitudes, opinions, images,...), leur a permis de gagner du terrain et de s'étaler à plusieurs champs de recherches entre autre la sociolinguistique qui envisage le langage dans sa dimension sociale car : «*La sociolinguistique est inséparablement une linguistique des usages sociaux de la / les langues et des représentations de cette / ces langues et de ses / leurs usages sociaux, qui repère à la fois consensus et conflit et tente donc d'analyser les dynamiques linguistiques et sociales* » (BOYER H 1990 :104).

Boyer glose que les représentations de la langue ne sont qu'une catégorie des représentations sociales, que la langue n'est qu'un objet – parmi d'autres – de maintes représentations qu'elles soient positives ou négatives, produites de façon individuelle ou collective. Ces représentations commandent les comportements et les actions des locuteurs à travers les jugements formulés.

Concepts Théoriques de Base

Le terme d'imaginaire linguistique correspond comme son nom l'indique à toutes les images à savoir les idées et les évaluations positives ou négatives que peut avoir un locuteur dans une société vis-à-vis des langues en présence .Ce qui fait que le sens de ce concept correspond à celui de représentations et d'attitudes sociolinguistiques avec toutefois un choix terminologique différent.

D'après A.M .HOUDEBINE, (1997 :165) :

*« L'imaginaire linguistique est défini comme le rapport du sujet et la langue...repérable par ses commentaires évaluatifs sur les usages ou les langues....l'imaginaire linguistique des sujets peut être étudié selon un axe discontinu en catégories allant du degré neutre de l'évaluation au degré le plus qualifiant qu'ils s'agissent de valorisation ou de dépréciation ».*Le sens de la notion d'imaginaire linguistique explicitée ci-dessus par Anne Marie HOUDEBINE est étroitement lié avec celui d'attitudes et de représentations sociolinguistiques.

10. Les attitudes

Dans son acception la plus large, le terme d'attitude linguistique est employé parallèlement et sans véritable nuance de sens à « norme subjective », « jugement », « opinion », pour désigner tout phénomène à caractère épilinguistique .On note que le terme « épilinguistique » qualifie « les jugements de valeurs que les locuteurs portent sur la langue utilisée et sur les autres langues » (DUBOIS 1994 : 184 .)

Les attitudes s'expriment plus au moins ouvertement à travers divers symptômes ou indicateurs (paroles, actes, choix ou leur absence) , elles exercent une fonction à la fois cognitive, énergétique, et régulatrice sur les conduites qu'elles sous-tendent .Appliquées au domaine de la linguistique , « les attitudes renvoient à des prises de positions individuelles ou collectives ,par rapport à l'objet « langue » , et à la variation qui la (les) caractérise » (COMITI,J,M,1992 .) .Le caractère social de la langue suscite des comportements, des attitudes, des sentiments différents de la part de ses utilisateurs .

Conclusion partielle

Dans ce premier chapitre, il a été question de présenter les perspectives théoriques dans lesquelles s'inscrit ce travail ainsi que les sous-baisements théoriques qui l'orientent. Nous y revenons essentiellement sur la définition de bases et l'explication de certains concepts en rapport avec les mass-médias en général. Aussi, nous nous sommes focalisé sur l'étude de la situation sociolinguistique algérienne afin de donner un aperçu sur la vie des langues sur le paysage linguistique algérien.

CHAPITRE II
PRESENTATION ET
ANALYSE DES DONNÉES

Introduction partielle

Ce chapitre est le nœud de notre recherche, car toute l'étude sera basée sur l'enquête de terrain. Celle-ci aura pour mission de confirmer ou d'infirmer nos hypothèses de départ. Nous entamerons donc cette partie intitulée « L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants », par la présentation du lieu de recherche dans lequel nous avons puisé nos informations.

Par la suite, grâce à notre étude méthodologique, nous éclaircirons les étapes du déroulement de notre enquête en présentant l'échantillon, ainsi que les difficultés rencontrées lors de la distribution de notre questionnaire pour parvenir à sa description sans négliger celle des enquêtés.

La dernière phase de cette partie consistera enfin en l'analyse de notre corpus constitué à son tour des réponses de nos sujets aux questions qui leur ont été posées. Nous procéderons par une analyse quantitative des questions fermées et par une autre qualitative des questions qui se veulent ouvertes.

Nous nous baserons dans cette analyse sur trois variables, auxquelles nous soumettrons à toutes les réponses dans le but de cerner davantage les facteurs qui sont à l'origine du phénomène en question. Ces variables sont donc le sexe des enquêtés, leur âge et leur lieu de résidence.

A travers les réponses des enquêtés et en nous appuyant sur ces variables, nous pourrions savoir lesquels des mass-médias sont les plus suivis et davantage par quelle catégorie d'étudiants (garçons ou filles), et nous pourrions découvrir, si oui ou non, ceux-ci (mass-médias) sont pour quelque chose dans l'usage que l'on fait de la langue française, particulièrement dans les interactions orales, et s'ils influencent d'une façon ou d'une autre quant à l'amélioration des pratiques langagières des étudiants enquêtés. Nous tenterons d'expliquer aussi le rôle du facteur social (famille et entourage) dans la pratique de la langue française. Pour terminer nous essayerons de revenir sur toutes les hypothèses supposées au début de l'enquête pour voir lesquelles d'entre elles seront confirmées et lesquelles seront infirmées.

1. Méthodologie de l'enquête

1.1. Présentation du lieu de la recherche

Pour la réalisation de ce mémoire, nous avons choisi de procéder par une enquête par questionnaire. Notre enquête a eu lieu à l'université Abderrahmane Mira - Bejaia (Le campus d'Aboudaou). Ouvert en 2003, ce campus, situé à l'Est de la ville, regroupe cinq facultés : la faculté de droit, la faculté des sciences économiques, la faculté des sciences de gestion et des sciences commerciales, la faculté des lettres et des langues, la faculté des sciences humaines et sociales et enfin la faculté de médecine.

1.2. Echantillonnage

Dans le cadre d'une étude quantitative, l'échantillon est un sous ensemble de la population de base qui est interrogé après sélection lors d'une enquête.¹

Notre enquête a été effectuée au mois d'avril. Elle a été réalisée auprès des étudiants de première année, inscrits en langue française à l'université de Béjaïa. Elle consistait à leur remettre des questionnaires (130 questionnaires) en relation avec notre thème de recherche.

Cette population d'étudiants (de première année français) est issue d'un milieu universitaire. Les étudiants enquêtés sont des deux sexes : Masculin et féminin et de différentes tranches d'âges (18 à 25ans)et régions.

1.3. Le déroulement de la recherche et les difficultés rencontrées

L'étude que nous avons réalisée s'est basée essentiellement, comme déjà précisé, sur la distribution d'un questionnaire auquel plusieurs étudiants de première année français ont répondu.

Comme début, nous avons distribué 5 questionnaires dans le but de réaliser une pré-enquête à travers laquelle nous avons pu juger de l'utilité et surtout de la facilité ou de la non facilité du fait de répondre aux questions que nous avons posées. Grâce à elle, nous avons pu juger de la nécessité de rajouter une question (numéro 9) et de constater qu'il était important d'expliquer aux étudiants que les réponses seront purement anonymes, et que n'importe quelle

1 B.Bathelot, Définition : Echantillon étude / enquête .URL : [<https://www.definitions-marketing.com/definition/echantillon-etude/>].consulté le 23/05/2017

question de leur part serait la bienvenue dans le cas de la non compréhension d'une question quelconque, tout ceci dans le but de les inciter à donner le mieux d'eux même .

Par la suite, nous avons distribué 130 questionnaires qui n'ont malheureusement pas été tous récupérés. En effet, nous n'avons pu récupérer que 90 exemplaires. Nous parlons alors de l'obstacle le plus important que notre étude a rencontré ; toutefois, il n'est pas le dernier car l'autre consistait en le refus de certains étudiants de répondre aux questions qui se voulaient ouvertes .Ceux-ci ont exprimé leur manque de temps et leur volonté de quitter la salle dès la fin des cours. Rajoutant à cela le nombre d'absences, vu que dans chaque groupe on avait à peine affaire à 6 ou 8 étudiants au maximum, la plupart du sexe féminin, ce qui nous a mis dans l'obligation de revenir chaque jour, pour pouvoir en interroger d'autres ... En plus de cela, nous avons aussi dû insister sur les étudiants pour nous donner des réponses à certaines questions qui nécessitaient une certaine réflexion , chose qu'ils ont déclaré difficile vu l'effort moral que cela exigeait d'eux .

Pour que nos informateurs acceptent de répondre à nos questions, nous leur avons assuré que l'enquête se déroulera dans l'anonymat total et que les réponses qui vont porter sur les questions que nous avons posées, ne nous serviront qu'à l'intérêt de notre recherche, et non pas à d'autres choses (les jugements, les critiques..., etc.).

1.4. Description du questionnaire

Le questionnaire est un intermédiaire entre l'enquêteur et l'enquêté. Il est le moyen essentiel par lequel les buts de l'enquête doivent être atteints .D'une part il sert à motiver, aider, inciter l'enquêté à parler, d'autre part, il permet d'obtenir des informations sur lui. Il représente un outil adéquat pour interroger la totalité de la population à étudier ou un échantillon.

Dans le but de mener une enquête de terrain affirmant ou infirmant les hypothèses que nous avons soulevées plus haut, nous avons procédé à l'élaboration d'un questionnaire. Celui-ci se compose de questions fermées ; où nous avons proposé des réponses probables aux sujets interrogés dans le but de guider leur réflexion ; semi-ouvertes ;et d'autres questions dites ouvertes qui ont permis aux questionnés de s'exprimer librement sur certaines opinions et quant à certains faits.

Ces questions, comme nous l'avons soulevé plus haut, sont tirées de nos hypothèses ce qui fait qu'elles répondent à des objectifs particuliers. Ces derniers se résument comme suit :

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

- Notre premier objectif a été de poser des questions fermées, à choix multiples, et semi-ouvertes, celles-ci nous permettront de savoir si les étudiants suivent les mass-médias ou non, et pour quelle langue optent-ils dans ces médias (question 1, 2,3et 4), donc de constater par là le pourquoi de ce choix de langue. Mais bien avant, nous avons distingué les personnes questionnées selon quelques variables telles que : l'âge, le sexe et le lieu de résidence.
- Le deuxième objectif vise à poser des questions dites de fait, où nous avons poussé le sujet interrogé à citer des mots et des expressions apprises grâce à un mass-média particulier (question 5et 6) dans le but de constater si ces étudiants apprennent en suivant ces médias, et surtout pour pouvoir juger de la nature des contenus appris et du domaine dont ils relèvent afin de réaliser à quel point ces médias en tant que vecteurs de la langue peuvent s'avérer utiles quant à l'enrichissement de leurs pratiques langagières en français.
- Le troisième objectif est de rendre compte du rôle du milieu extrascolaire dans les pratiques langagières en langue française, la question n°7 vise particulièrement à nous renseigner sur la fréquence de l'utilisation de la langue française dans la vie quotidienne surtout par rapport à l'entourage de nos enquêtés et de savoir à quel moment ils recourent à ladite langue au fur et à mesure des situations de communication. (question7).
- Le quatrième objectif vise à interroger les sujets quant à la particularité de leur situation linguistique au sein de l'organisation familiale. (question 9).
- Le cinquième objectif nous amène à analyser la situation socioculturelle des parents, dans le sens où celle-ci va nous aider à savoir si oui ou non la langue française occupe une place dans les pratiques langagières quotidiennes de ces étudiants est de constater le « pourquoi » de leurs difficultés et/ou aptitudes. (question 10).
- Le dernier objectif auquel sont soumises nos questions nous permettra de connaître l'impact des représentations que se font les étudiants de la langue française sur l'intérêt plus ou moins important qu'ils lui portent. (question 11)

Notre corpus est constitué ainsi de réponses apportées par nos 90 informateurs aux questions que nous leur avons posées. Leurs réponses feront l'objet d'une analyse et d'une interprétation de notre part.

Nous commencerons donc par présenter un tableau qui contient toutes les informations que nous jugeons des plus représentatives concernant nos enquêtés, à savoir : leur âge, leur

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

sexe (féminin ou masculin) et leur lieu de résidence afin de faciliter la compréhension de ce qui va suivre comme résultats.

	Age	Sexe	Lieu de résidence
Inf 1	18 ans	Féminin	Amizour
Inf 2	20 ans	Féminin	Tounef- Timezrit
Inf 3	22 ans	Féminin	Berchiche (Ek-kseur)
Inf 4	19 ans	Masculin
Inf 5	20 ans	Masculin	Akbou
Inf 6	23 ans	Masculin	Béjaïa
Inf 7	18 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 8	21 ans	Masculin	Seddouk
Inf 9	20ans	Féminin	Béjaïa
Inf 10	19 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 11	20 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 12	19 ans	Féminin	Bouhamza
Inf 13	21 ans	Féminin	Akbou
Inf 14	19 ans	Masculin	Béjaïa
Inf 15	20 ans	Masculin	Beni-ouartilane
Inf 16	19 ans	Masculin	Sidi Ahmed (Béjaïa)
Inf 17	22 ans	Féminin	Akbou
Inf 18	20 ans	Féminin	Berchiche (El-Kseur)
Inf 19	20 ans	Féminin	Béjaïa
Inf20	19 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 21	18 ans	Féminin	Sidi-Aich
Inf 22	20 ans	Masculin	Chemini(Sidi-Aich)
Inf 23	19 ans	Masculin	Chemini(Sidi-Aich)
Inf 24	21 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 25	19 ans	Féminin	Kherrata
Inf 26	21 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 27	21 ans	Masculin	Béjaïa
Inf 28	19 ans	Féminin	Tichy
Inf 29	22 ans	Masculin	Béjaïa

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

Inf30	19 ans	Masculin	Béjaïa
Inf 31	20 ans	Masculin	Béjaïa
Inf 32	21 ans	Féminin	El-kseur
Inf 33	21 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 34	20 ans	Masculin	Amizour
Inf 35	18 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 36	18 ans	Féminin	Derguinna
Inf 37	18 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 38	20 ans	Masculin	Berchiche (El-Kseur)
Inf 39	20 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 40	19 ans	Féminin	Akbou
Inf 41	20 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 42	19 ans	Féminin	Sidi-Aich
Inf 43	21 ans	Masculin	Akbou
Inf 44	20 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 45	20 ans	Féminin	Sidi-Aich
Inf 46	19 ans	Féminin	Seddouk
Inf 47	19 ans	Féminin	Akbou
Inf 48	18 ans	Féminin	Berchiche (El-Kseur)
Inf 49	21 ans	Masculin	Béjaïa
Inf 50	20 ans	Féminin	Barbacha
Inf 51	19 ans	Féminin	Melbou
Inf 52	21 ans	Féminin	Barbacha
Inf 53	19 ans	Féminin	El-Kseur
Inf 54	19 ans	Masculin	Sidi-Ahmed
Inf 55	20 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 56	19 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 57	22 ans	Féminin	Amizour
Inf 58	19 ans	Féminin	Akbou
Inf 59	21 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 60	22 ans	Masculin	Béjaïa
Inf 61	19 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 62	19 ans	Féminin	El-Kseur

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

Inf 63	20 ans	Féminin	Adekar
Inf 64	19 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 65	19 ans	Féminin	Berchiche (El-Kseur)
Inf 66	19 ans	Féminin	Bordj-Mira
Inf 67	20 ans	Masculin	Sidi Ahmed (Béjaïa)
Inf 68	21 ans	Féminin	Berchiiche (El-kseur)
Inf 69	19 ans	Féminin	Berchiche (El-Kseur)
Inf 70	20 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 71	20 ans	Masculin	Amizour
Inf 72	19 ans	Féminin	Iheddaden (Béjaïa)
Inf 73	20 ans	Masculin	Béjaïa
Inf 74	19 ans	Masculin	Béjaïa
Inf 75	20 ans	Féminin	Bakarou
Inf 76	20 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 77	19 ans	Féminin	Kherrata
Inf 78	20 ans	Féminin	Béjaïa
Inf 79	20 ans	Féminin	El-kseur
Inf 80	18 ans	Féminin	El-Kseur
Inf 81	22 ans	Masculin	Seddouk
Inf 82	21 ans	Masculin	Akbou
Inf 83	18 ans	Féminin	Sidi-Aich
Inf 84	20 ans	Féminin	Tichy
Inf 85	23 ans	Féminin	Beni Maouche
Inf 86	20 ans	Féminin	Sidi-Aiche
Inf 87	21 ans	Féminin	Sidi-Aiche
Inf 88	20 ans	Masculin	Sidi-Aiche
Inf 89	18 ans	Masculin	Amizour
Inf 90	20 ans	Féminin

2. Présentation des données

Dans ce tableau nous présentons le nombre d'enquêtés (90 personnes) en pourcentage pour faciliter la compréhension des tableaux qui surviront.

Nombre de filles en chiffres	Nombre de filles en pourcentage
64	71%
Nombre de garçons en chiffres	Nombre de garçons en pourcentage
26	29%

Tableau n°1 : Le nombre d'enquêtés

On remarque bien à partir de la lecture du tableau ci-dessus que le nombre des filles, qui est de 71%, prend le dessus par rapport à celui des garçons questionnés, qui est seulement de 29%.

Sachant que nous avons 90 enquêtés, ces derniers (filles et garçons) viennent de différentes régions de la wilaya de Béjaïa, chose que nous illustrons dans ce tableau suivant :

Béjaïa	Amizour	Sidi Aich	Akbou	EL-Kseur
35	6	10	8	12
Seddouk	Tazmalt	Beni-ourtilane	Tazmalt	Derginna
4	1	1	1	1
Tichy	Beni Maouche	Bordj Mira	Barbacha	Melbou
2	2	2	2	1
Bouhamza	Kherrata	Timezrit	Adekar	
1	1	1	1	

Tableau 2 : Les régions d'où viennent nos interrogés.

3. Interprétation des résultats du questionnaire

La prolifération des différents médias (la télévision, la radio et autres), est ce qui participe le plus aujourd'hui à la diffusion de la langue française. C'est pourquoi à travers la

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

diffusion de différents programmes en français, les jeunes étudiants sont mis en contact incessant avec cette langue.

Afin de démontrer l'apport des mass-médias dans l'expansion du français et dans son usage par des étudiants de première année français, et l'impact que portent ceux-ci sur leurs pratiques langagières dans ce qui suit, nous réaliserons des tableaux et un histogramme afin de pouvoir synthétiser les résultats que nous avons obtenu à travers un croisement entre les questions ; nous essayerons par la suite d'établir des commentaires qui accompagneront au fur et à mesure ces tableaux.

3.1. L'influence des mass-médias sur les pratiques langagières des étudiants de première année français

3.1.1. Les étudiants et les mass-médias

Le tableau qui suivra illustrera le nombre d'étudiants qui ont répondu en affirmant ou en infirmant à notre question quant au fait de suivre un mass-média particulier et lequel des deux sexes davantage, il servira ainsi à nous donner une idée de la place qu'occupent les medias dans leur vie en général.

Question numéro 1

- Suivez-vous un mass-média particulier ?

	Sexe masculin	Sexe féminin
Oui	100%	100%
Non	0%	0%

Tableau n°3

Cette première question (n°1) se présente comme une question semi-ouverte (fermée et à choix multiples), qui accepte l'éventualité d'être éclairée par une seule ou plusieurs réponses proposées.

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

Comme nous pouvons le remarquer d'après les taux cités ci-dessus (tableau 3), ayant tous opté pour la réponse : « oui », nos sujets des deux sexes suivent tous un mass-média particulier. Les taux sont donc totaux (100%) et favorables, chose qui prouve que les étudiants, filles comme garçons, portent un intérêt égal quant aux médias et ce quelque soit leur typologie (télévision, réseaux sociaux, presse écrite, radio ...etc.)

Ces résultats obtenus prouvent que les mass-médias occupent une place tellement importante dans le quotidien des étudiants en première année français, ce qui fait qu'aucun des enquêtés ne puisse se passer au minimum d'un seul mass-média particulier plus ou moins au quotidien. On peut donc dire que nous vivons à une époque de médiatisation par excellence, et que l'influence de langue qui y étant utilisée ne peut être qu'apparente.

3.1.2. Le choix des médias privilégiés selon le sexe des étudiants

Ce tableau a comme but de nous donner une idée du média le plus privilégié et le plus suivi de la part de nos enquêtés des deux sexes.

- Pour lequel des medias proposés optez-vous le plus souvent ?

	Télévision	Radio	Presse écrite	Réseaux sociaux	Internet
Sexe féminin	84%	14%	34%	92%	70%
Sexe masculin	73%	65%	58%	92%	62%
Le total des résultats des deux sexes.	80,81%	28,79%	40,96%	92%	67,68%

Tableau n°4

Nous avons là pris soin de donner à nos enquêtés la possibilité de cocher plusieurs cases (réponses) selon ce qu'ils suivent et préfèrent comme média(s).

Selon les réponses obtenues des étudiants, il s'avère d'après l'interprétation des résultats que le mass-média le plus suivi est bel et bien les « réseaux sociaux » : (Facebook, Google+, Twitter , YouTube ...), avec un taux très élevé de 92% pour chacun des deux sexes .

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

Le nouveau dispositif de communication que constitue Internet ne permet pas simplement de mieux communiquer il transforme profondément les modes de la communication qui s'étaient instaurés précédemment, ce nouvel espace d'interaction sociale et symbolique apparaît comme un espace virtuel idéal pour échanger les discussions publiques. (JAUREGUIBERRY et PROULX 2002 :16). Suite à cela, on peut dire que ce qui justifie et rend légitime ce choix est bien la dynamique qui régit ces réseaux sociaux, dans la mesure où ceux-ci sont accessibles partout et tout le temps, chose qui convient à tout le monde.

Les réseaux sociaux accessibles sur Internet tel que : Facebook, Twitter, Fliker ..., etc, ont transformé l'espace médiatique et révolutionné le domaine de l'information en Algérie, particulièrement grâce aux avantages et aux opportunités qu'ils offrent aux internautes de tout âge. En effet, les internautes algériens, précisément les jeunes, utilisent ces nouveaux espaces communicationnels pour se rencontrer virtuellement.

En deuxième position, on retrouve la télévision, avec un taux de 80,81 % (84% pour les filles et 73% pour les garçons). Selon RAHAL(2001)², « ... cette expansion du français s'est faite ces dernières années grâce aux paraboles qui foisonnent de plus en plus dans l'environnement sociolinguistique de chaque foyer algérien ».

La télévision permet aux téléspectateurs algériens, particulièrement aux jeunes, de capter les différents programmes diffusés en français, et, par-delà les informations reçues, de devenir des consommateurs de la langue française, notamment grâce aux programmes qui les tiennent devant l'écran pendant des moments plus ou moins longs, surtout s'agissant de jeunes.

Ce pôle médiatique contribue d'une manière directe ou indirecte à l'accroissement de la pratique du français chez les jeunes étudiants, confrontés à moult programmes qui les attirent tel que les films, les documentaires, les reportages ..., etc.

Nous avons en troisième position l' « Internet » avec un taux de 67,68% (70% pour les filles, et 62% pour les garçons). L'intérêt que portent les deux sexes d'étudiants à ce réseau informatique est presque le même. Ceci n'est pas aléatoire car : « *Le recours à l'usage des nouvelles technologies de l'information et de la communication se propage dans la société algérienne et dans l'ensemble des 48 wilayas avec un effet de prise de conscience de*

²SAFIA RAHA, La francophonie en Algérie : Mythe ou réalité ?2 URL : [http://www.initiatives.refer.org/Initiatives-2001/_notes/sess610.htm].consulté le 1/04/2017

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

l'importance des TIC. Dans le contexte de la catégorie socioprofessionnelle des internautes, le sondage fait le constat que l'Internet est le média par excellence des cadres et des étudiants, ce qui engendre que les internautes algériens ont, pour la plus grande majorité, un niveau d'études supérieur avec 55,3%. » 3

Le support informatique a engendré le développement de plusieurs moyens de communication dont la diversité en ce qui concerne les usages linguistiques est importante. Jeunes et moins jeunes recourent à l'usage de ces multiples possibilités offertes par ces moyens de communication que sont les Emails, les forums, les Tchats, ou les blogs. Cependant, les jeunes étudiants concernés par notre investigation les utilisent afin de communiquer entre eux au moyen d'un système linguistique commun qui est ici le français, ce qui met en avant l'apprentissage de cette même langue. Le réseau Internet a donc engendré le développement de plusieurs moyens de communication qui présentent une importante diversité en ce qui concerne les usages linguistiques.

Une étude récente sur Internet et les réseaux sociaux démontre que les TIC sont devenus un véritable phénomène de société.

Plus de 13 millions d'Algériens âgés de 15 ans et plus passent beaucoup de temps chaque jour sur internet, soit 46% de cette frange de la population, et environ 10,82 millions d'Algériens de cette catégorie d'âge fréquentent quotidiennement les réseaux sociaux, soit 38% de la population, selon une enquête sur «Internet et les réseaux sociaux en Algérie», réalisée en février 2017 par la société spécialisée ImmarResearch et Consultancy.⁴ Les technologies de l'information ont ainsi pris de plus en plus de place dans la vie quotidienne des Algériens. Les jeunes les l'utilisent pour communiquer entre eux au moyen d'un système linguistique commun pouvant être le français qui est employé dans ce pays non seulement en tant que conséquence de la présence coloniale française, mais aussi du fait que c'est une langue d'ouverture, de modernité et de promotion sociale. A ce propos GRANDGUILLAUME (2004 : 92-102) affirme que : « *La langue française, dès la colonisation, a été perçue aussi comme une langue d'ouverture et de promotion sociale, et à ce titre, elle a suscité un grand attachement jusqu'à ce jour* ».

3 Aidli.S - Le quotidien d'Oran, « L'Internet se propage entre les Algériens et les Algériennes, 2010 ;URL : [https://fr-fr.facebook.com/notes/ntic-magazine/internet-se-propage-entre-les-alg%C3%A9riens-et-les-alg%C3%A9riennes/142842339095563/].Consulté 26 :03 :2017.

4L'internet en Algérie.URL : [http://niarunblog.unblog.fr/internet-et-internautes/les-10-verites-selon-google/linternet-en-algerie/].consulté le 22/05/2017

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

En quatrième position, la presse écrite, avec un taux de 40,96% (34% pour les filles, et 58% pour les garçons). On remarque à partir de là, que le nombre des lecteurs et lectrices est moins important que celui des adeptes de la télévision, Internet ou les réseaux sociaux. « *La Presse écrite, c'est aussi et surtout du langage. Qu'elle ait pour fonction d'informer, de polémiquer, de commenter ou de divertir, elle est une merveilleuse machine à fabriquer du discours* ». (CHARAUDEAU 1984). Ce qui fait qu'elle constitue tout de même un mass-média assez important dans la transmission de l'information, et si elle est assez suivie par les étudiants de première année français, c'est parce qu'elle forge leurs opinions et exerce leur esprit critique.

Nous avons en dernière position la radio, avec un taux de 28,79% (14% pour les filles, et 65% pour les garçons). On constate par là, que les garçons sont plus intéressés par la radio que les filles et que les résultats obtenus concernant ce pôle médiatique sont moins importants que ceux des autres médias.

La radio assure une pratique du français sur le plan oral, particulièrement en ce qu'elle favorise l'enrichissement du vocabulaire en français pour les usagers qui écoutent les divers programmes radiophoniques en langue française.

3.1. 3. Le choix de la langue dans les mass-médias et son importance dans la pratique du français

Le tableau suivant a comme but de nous permettre, à partir d'une répartition des nombres d'étudiants selon qu'ils suivent les médias en langue arabe, kabyle, française ou anglaise, de justifier de leur choix de langue, non sans tenir compte des représentations, idées et jugements qu'ils ont de ces langues-là.

Question numéro 2 :

- Vous optez pour un mass-média selon qu'il se présente en ?

	Filles	Garçon	Les deux
Français	96,87%	89,65%	94,78%
Arabe	35,93%	48,27%	39,51%
kabyle	32,81%	55,17%	39,29%
Anglais	31,25%	17,24%	27,18%

Tableau n°5

Il est important de préciser que la question que nous avons proposée comporte des choix multiples, ainsi le choix de la langue utilisée dans les mass-médias préférés des étudiants n'était pas limité à une seule langue. Les étudiants dans la plupart des réponses ont opté pour deux à trois langues vu le bilinguisme qui règne en Algérie.

A travers la lecture du tableau, ci-dessus, nous pouvons noter qu'un taux de 94,78% d'étudiants dont 96,87% de filles et 89,65% de garçons, préfèrent suivre les mass-médias en langue française ; choix qu'ils justifient par le fait qu'ils aiment cette langue, que pour eux il s'agit d'une langue de communication et par-dessus tout de leur domaine de spécialité. En plus de nous préciser leur choix de langue de mass-média, nos enquêtés sont autant amenés à formuler des jugements à propos du français en tant que langue en forte présence dans leur paysage langagier. En effet, pratiquer une langue n'épargne pas la faculté de réfléchir en permanence sur son système langagier, et de développer des visions et des représentations plus ou moins relatives. A ce sujet MOSCOVICI (1972 : 12) déclare : *« Il n'existe pas d'usage linguistique sans croyances ou représentation ; c'est-à-dire sans idées, sans images liées à l'expérience individuelle et/ou collective du locuteur »*. MEDANE et YAHIAOUI (2014 :1671-1672) ajoutent :

« Ces idées se traduisent à travers des images verbales. Ainsi, analyser les faits linguistiques et sociaux, c'est étudier à la fois les usages et les représentations. En Algérie, le français a le prestige de la langue de l'ouverture sur le monde occidental et la modernité. Cela montre que le français est doté d'un certain prestige qui a sûrement des influences sur les représentations et donc sur les pratiques langagières des Algériens. Le prestige lié à la langue française en tant que langue de l'élite et de la démarcation sociale a un impact sur son emploi. »

« Parce que j'aime la langue française et je l'admire », a avancé un enquêté. Le constat devant découler d'une telle réponse est que sur un plan subjectif et personnel, le français est considéré comme une langue « attirante voire qui fascine ». D'autres ont déclaré : « Dans le but d'apprendre la langue, surtout que je suis spécialisé dans ce domaine. » « Pour m'habituer à la langue et me faciliter sa compréhension. » ; « Je veux connaître de nouveaux mots. »

Ces trois réponses nous révèlent que le but ultime de ces étudiants est celui étant d'enrichir leur vocabulaire, d'apprendre et d'améliorer leur français en vue d'améliorer leur

emploi de cette langue. Sur le plan pragmatique, les médias en français sont perçus français comme une source d'enrichissement et d'apprentissage langagier pour les étudiants.

« *Parce que le français est utilisé dans tous les domaines.* » ainsi a été la réponse d'un étudiant à notre question, une réponse pour le moins révélatrice, vu la place prépondérante que tient la langue française non seulement dans le milieu universitaire mais aussi en dehors. Chose que nous confirme Dr BEKTACHE (2009 :93) en avançant :

« En effet, contrairement à de nombreuses universités algériennes, l'université de Béjaïa est la moins touchée par l'arabisation .A l'exception des filières de droit et de la littérature arabe, l'enseignement se fait en langue française pour toutes les filières, et ce au moment où la sociologie la psychologie, les sciences économiques, l'informatique, etc, sont enseignées en arabe dans plusieurs autres universités algériennes. Au niveau de l'administration, seuls les décrets présidentiels et les documents adressés par le Ministre de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique sont rédigés en arabe .L'administration de l'université continue de fonctionner en français ».

Dans certaines réponses, la présence de représentations et de jugements de valeur est plutôt apparente, nous prenons comme échantillon ces deux réponses récoltées : « *La langue française est très agréable à entendre.* » ; « *C'est une langue de prestige, et je me sens supérieure en la parlant.* »

Nous voyons que le privilège accordé au choix des mass-médias francophones décrit une ère de prestige, de séduction et de réconfort, au yeux de certains étudiants, en particulier du sexe féminin. Il s'agit là d'une langue qui a un pouvoir subtil qui ne cesse de fasciner.

De ce fait, l'étudiant se montre entièrement disposé à apprendre le français, à utiliser, à développer, et à élargir ses pratiques langagières rien qu'en suivant les mass-médias en langue française.

Certains ont répondu que ce choix est dû au fait qu'ils disposent d'une meilleure fluidité de compréhension des propos et aussi d'expressions en langue française plutôt que dans d'autres systèmes langagiers. C'est particulièrement le cas des étudiants ayant répondu comme suit : « *Je comprends mieux le français.* » ; « *Parce qu'on parle français à la maison.* » ; « *Je suis habitué depuis que j'étais tout petit à suivre les médias en français* »

Ces réponses montrent que les étudiants optent parfois pour la facilité dans leur choix de mass-média, car certains ayant déjà pris l'habitude d'un usage courant de la langue française,

notamment grâce au rôle de l'entourage sociétal et de l'organisation familiale, n'optent pour le français que parce qu'il représente pour eux cette deuxième langue maternelle qu'ils usent et comprennent plus ou moins parfaitement par rapport à d'autres langues en présence.

« *Parce que je veux partir en Europe* », a déclaré un enquêté. A travers cette réponse on réalise que d'autres voient en la dite langue une fenêtre ouverte sur le monde et sur la mondialisation, elle leur assure ainsi l'ouverture sur l'univers de l'information et de la science leur permettant de suivre l'actualité.

En somme, les réponses des enquêtés à notre question nous renseignent davantage sur la place qu'occupe la langue française au sein de notre société. C'est pourquoi, les questionnés des deux sexes éprouvent souvent, pour la majorité, la préférence d'enrichir leur usage de la langue française à travers les mass-médias. Afin de justifier ce constat, nous prenons appui de ce qui a été dit dans la partie théorique concernant les deux concepts du statut « official » et « officieux », car même étant langue étrangère, le français connaît une certaine tri-officialité avec l'arabe et le berbère. On pourrait même affirmer qu'elle véhicule dans bien des contextes l'officialité dans ce pays. A ce sujet, TALEB IBRAHIM précise :

« *Le français n'est d'abord plus ce butin de guerre, comme l'écrivait Kateb Yacine. Le rapport à la langue a changé. Il y a un bricolage du français en Algérie. En fait, le français est une langue étrangement algérienne, mais qui est toujours considérée dans les textes comme une langue étrangère, au même titre que l'anglais, le mandarin, l'espagnol...* » 5

Concernant la langue arabe, qui occupe la deuxième place dans les taux les plus élevés de choix de langue de mass-média sur notre tableau avec un pourcentage de 39,515% (35,93% pour les filles, et 48,276 % pour les garçons), les questionnés ont justifié leur recours par ces quelques réponses qu'on a pu récolter :

Certain ont écrit : « *Je comprends très bien la langue comme je l'ai étudiée pendant des années.* » ; « *C'est une langue étrangère comme les autres, et ça ne me pose pas problème de suivre les médias en langue arabe.* » ; « *Car je maîtrise les 4 langues (cité sur notre*

5(www.liberation.fr/monde/2012/le-français-reconquiert-l'Algerie) consulté le 4/05/2017

questionnaire).» :« *L'arabe est la deuxième langue après le kabyle, qui est maternelle* » ;
« *Histoire de changer un peu.* »

Ces réponses sont dans leur majorité le fruit du parcours scolaire qu'ils ont suivi. L'arabe étant langue notionnelle et officielle en Algérie avec le berbère, cette première (la langue arabe) est étudiée du primaire jusqu'au secondaire, chose qui favorise la compréhension du sens et du contenu diffusé par les médias arabophones. Mais ce qu'il y a à retenir, d'après les réponses, c'est que sur le plan des représentations, la langue arabe ne jouit paradoxalement pas d'un grand prestige auprès de beaucoup d'étudiants interrogés, du moins par rapport au français comme première langue étrangère en Algérie. En effet, quoi qu'elle soit cette langue comprise et apprise depuis des années, l'un de nos interrogés ne lui reconnaît même pas le statut officiel qu'elle revêt du point de vue institutionnel, rappelons donc ici intégralement ses propos: « *C'est une langue étrangère pour moi* ».

Il y a lieu de préciser aussi que la langue arabe est utilisée par une certaine communauté minoritaire à côté du kabyle et du français ; il s'agit du parler bougiote ; ainsi étant la langue privilégiée dans le choix des mass-médias par certains locuteurs, l'arabe véhicule un statut de langue maternelle utilisée aussi couramment que le kabyle: « *Parce que j'aime la langue, et on parle l'arabe bougiote à la maison* », nous a répondu un étudiant.

Effectivement, pratiquer (parler) l'arabe à la maison constitue un fort alibi qui justifie le choix de mass-médias s'exprimant dans cette langue.

Nous avons soulevé dans le tableau précédent qu'un nombre important de nos acquêtés suivent les mass-médias en langue kabyle, avec un taux de 39,296% (32,812% pour les filles, et 55,172% pour les garçons), cela ne peut se justifier que par le fait qu'elle soit leur langue maternelle, une langue transmise par leurs parents depuis leur plus jeune âge, « *Parce que c'est ma langue maternelle* », telles ont été toutes les réponses que nous avons obtenu.

La langue anglaise quant à elle se révèle avec un faible taux par rapport aux trois autres langues évoquées (française, arabe, kabyle) avec un pourcentage de 27,187% (31,25% pour les filles, et 17,241% pour les garçons). Les étudiants questionnés ont justifié ce choix par les réponses suivantes « *Parce que c'est une langue internationale.* » ; « *C'est une langue que je souhaite apprendre* » ; « *La langue que j'aime.* ».

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

Ces réponses en disent long sur la volonté de enquêtés d'apprendre et d'améliorer leur usage de l'anglais, compte tenu de son statut mondial devant engendrer un certain prestige. Notons surtout que l'anglais est la première langue qui véhicule le développement technologique dans le monde.

3.1.4. Le rôle du facteur « temps » dans la pratique du français.

Les tableaux ci-après (6 et 7) présentent les résultats relatifs à la question numéro 3, dont l'objectif est de nous en dire sur la longueur du temps (en nombre d'heures) exploité par nos enquêtés devant leurs mass-médias favoris.

Question numéro 3 :

- Passez-vous beaucoup de temps devant votre medias préféré ?

	Garçons	Filles	Les deux
Oui	83%	70%	73 .77%
Non	17%	20%	19,13%

Tableau n°6

L'interprétation des résultats de ce tableau révèle clairement qu'un grand nombre d'étudiants interrogés affirment exploiter énormément de temps devant leurs mass-médias préférés avec un taux de 73 .77% (83% pour les garçons, et 70% pour les filles), un pourcentage qui laisse voir la place et l'importance que ces moyens occupent dans leur vie quotidienne. Le reste des étudiants, qui ne constituent qu'un taux faible de 19,13% de la totalité, ont avoué ne pas consacrer beaucoup de leur temps à suivre les mass-médias, ce qui témoigne de l'intérêt plutôt faible qu'ils portent à ces moyens de diffusion.

	Filles	Garçons	Total des deux
0h à 2h	21%	26%	22,45%
2hà4h	42%	42%	42%
4hà6h	18%	11%	11,53%
6het plus	17%	19%	19,23%

Tableau n° 7

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

Le tableau ci-dessus nous informe approximativement sur les nombres d'heures que passent les étudiants en première année français devant leurs mass-médias de choix .Nous relevons que la majorité d'entre eux (filles et garçons) passent environ 2h à 4h par jour devant leurs médias avec un taux de 42%, un temps qu'on peut considérer comme suffisamment long pour favoriser un usage et une pratique du français devant permettre d'améliorer leur parler6 dans cette même langue.

3.2. Les médias et leur rôle dans la pratique du français

3.2.1. L'importance des réseaux sociaux dans l'usage de la langue française

La question qui suivra marque une volonté de savoir est-ce-que les étudiants francophones recourent à un réseau social particulier dans la réalisation d'un quelconque travail de recherche. Les réponses à cette question nous serviront à confirmer le rôle important que jouent les réseaux sociaux en tant que mass-médias dans l'emploi de la langue française.

- Avez-vous déjà utilisé un réseau social dans un travail de recherche ?

	Filles	Garçons
Oui	100%	100%
Non	00%	00%

Tableau n°8

Nous réalisons à travers la lecture faite de ce tableau que l'intégralité (100%) des filles et des garçons questionnées ont déjà utilisé un réseau social particulier pour la recherche.

Ces résultats nous révèlent à quel point nos sujets questionnés se réfèrent aux réseaux sociaux en français, car en plus des opportunités et de la facilité que ces derniers offrent à ces étudiants dans la recherche, ceux-ci favorisent l'utilisation de la langue française avec laquelle ils sont inévitablement en contact dans le cadre de leur spécialité.

6DUBOIS (1999) : «Le parler est une forme de la langue utilisée dans un groupe social déterminé ou comme signe de l'appartenance ou de la volonté d'appartenir à ce groupe social : le parler patois est rural et s'utilise pour des activités campagnardes ; le parler courant est neutre et peut s'employer en toutes circonstances ; le parler cultivé est le signe d'un certain niveau d'instruction ou de culture, contrairement au parler populaire. Chacun de ces parlers (pour ne signaler que les principaux) a des vocables et des règles syntaxiques qui lui sont particuliers et beaucoup d'autres qui sont communs à plusieurs parlers de la langue ou même à tous ».

D'après les réponses recueillies, la plupart des étudiants ont opté pour: Youtube, Facebook et Google comme moyens privilégiés de recherche via Internet. Ces recherches sont effectivement effectuées en langue française. Constituant déjà le domaine d'étude de nos enquêtés, l'usage du français est généralisé même en dehors du milieu universitaire restreint.

3.2.2. Le rôle des médias en masse dans l'usage de nouvelles structures de la langue française

Les tableaux qui surviendront ci-dessous illustrent les deux questions (5 et 6), celles-ci servent à répondre à nos interrogations quant à l'intégration de nouveaux mots et de nouvelles expressions dans le système langagier des étudiants interrogés grâce aux médias en masse. Nous retracerons également l'utilité de ces derniers dans l'enrichissement des usages langagiers oraux en langue française chez les étudiants.

Question numéro 5 et 6 :

- Diriez-vous que vous apprenez de nouveaux mots et structures de la langue grâce aux médias ?
- Quelle est la phrase que vous avez apprise grâce à un mass-média et que vous répétez le plus souvent ?

	Garçons	Filles	Total des deux
Oui	84%	84%	84%
Non	19%	10%	12,61 %

Tableau n°9

Le pourcentage des réponses obtenues grâce à ces deux questions, et comme l'indique ce tableau (n°9), révèle qu'un grand nombre de nos enquêtés usent de nouveaux mots, voire de nouvelles structures de la langue française que leur procurent les différents médias en masse. Ainsi, 84% des questionnés (filles et garçons) ont opté pour un « Oui » comme réponse à notre question fermée. Précisons que les interrogés des deux sexes sont des résidents de différentes régions de la wilaya de Béjaïa qui appartiennent à différentes franges d'âges (de 18 ans à 25ans). Cela nous prouve que, s'agissant de l'usage du français, les mass-

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

médias exercent le même impact sur tous les étudiants francophones en première année universitaire quelque soit leur âge ou leur lieu de résidence.

Que cela soit grâce à la télévision, la radio, l'internet ou autres, les différents pôles médiatiques francophones que l'Algérie met à la disposition du public donnent l'opportunité aux jeunes étudiants francophones de rester en contact permanent avec la langue française, qui, de surcroît, constitue leur domaine d'études. Cela est réalisé notamment à travers différents programmes diffusés en française qui favorisent l'appropriation de ladite langue et son expansion. Ainsi, selon RAHAL: « *Nous pouvons dire que cette expansion du français s'est faite ces dernières années grâce aux paraboles qui favorisent de plus en plus l'environnement sociolinguistique de chaque foyer algérien.* »⁷

Le fait d'assister fréquemment à des émissions télévisées ou autres peut véhiculer un usage remarquable du français par le public spectateur que sont les étudiants francophones de première année. Nous citons, à titre d'exemples, les chaînes télévisées françaises : TV5Monde, ARTE, France 3, TF1, etc. TV5 monde diffuse des programmes variés qui tiennent les téléspectateurs devant leurs écrans pendant des moments plus ou moins longs, surtout s'agissant de jeunes étudiants, nous citons par exemple les émissions d'ordre culturel, éducatif et autres, dont l'utilité atteint indéniablement le spectateur jusque dans l'usage plus ou moins conscient qu'il fait de la langue véhiculée dont il devient de plus en plus le consommateur. Tout ce là se fait (entre autres moyens) à travers la mémorisation des informations diffusées qui contribue à l'accroissement du français dans l'usage courant des étudiants francophones en première année. (GUERID 2014/2015 :18).

Précisons aussi qu'il existe également des chaînes radiophoniques nationales algériennes (Alger chaîne 3), qui diffusent l'essentiel de leurs programmes en français, offrant ainsi un espace favorable pour les représentations auditives en expression française chez les étudiants. Ces chaînes diffusent principalement en langue française des émissions d'ordre scientifique, des débats, des enquêtes portant sur des sujets divers, des informations, mais aussi des activités culturelles et sportives... Ce moyen auditif permet ainsi à un nombre important de jeunes étudiants auditeurs d'être constamment en contact avec cette langue

⁷SAFIA RAHAL , La francophonie en Algérie : Mythe ou réalité ?.URL : [http://www.initiatives.refer.org/Initiatives-2001/_notes/sess610.htm http://www.initiatives.refer.org/Initiatives-2001/_notes/sess610.htm consulté le 3/06/2017].Consulté le 18/04/2017

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

relevant de leur domaine d'études, à savoir le français. La radio francophone assure à l'étudiant, à travers un contact permanent, la pratique du français sur un plan particulièrement oral, qui maintient l'enrichissement de son vocabulaire.

Voici une liste contenant quelques mots donnés par nos enquêtés et pratiqué en usage grâce à un mass-média particulier :

Pipelet	Apôtre	Sinistre	Hâtivement	Attractif	Logistique	Arbitraire
Immutabilité	Marinage	Chamailleur	Hibernation	nigritique	Déisme	Maffieux
Laïcité	Homogène	Chagrin	Butin	Elucide	Bouffon	Versatile
Secoue	Bible	Défécation	Enclin	Surpatte	Ondes	Passoire
Psychose	Inouï	Malinois	Latanier	Strate	Fétiche	Empathie

On remarque bien à travers le tableau ci-dessus que les mots donnés par nos enquêtés relèvent de :

- A- Moults domaines : politique (laïcité) ; médecine (psychose, défécation) ; religieux (Apôtre, bible) ; géographie (malinois, relatif à la ville belge de malines) ; zoologie (hibernation) ; géologie (strate) ; Mathématique (logistique) ; philosophie (déisme, empathie) ; physique (ondes).
- B- différentes natures grammaticales telles que : **les adjectifs qualificatifs** (Pipelet, immutabilité, homogène, inouï, sinistre, chamailleur, hâtivement, enclin, attractif, élucide, surpatte, bouffon, maffieux versatile). **Les verbes** (secoue (secouer), remuer). Et **les noms** (marinage, chagrin, butin, passoire).

A travers la présente analyse, nous pouvons affirmer que le milieu extrascolaire, plus précisément médiatique, favorise chez les étudiants de première année français de l'université de Béjaïa, la pratique de la langue française, particulièrement par une pratique intégrée d'un certain vocabulaire dont l'importance est capitale pour des étudiants qui font des études en langue. En effet, « *Une langue, c'est d'abord des mots de vocabulaire. Les mots sont comme des briques qui permettent de construire des discours, d'échanger.* »⁸.

⁸Apprendre la langue de Molière en 14 étapes. ULS :[<http://www.superprof.fr/blog/comment-apprendre-rapidement-a-parler-francais/> consulté le 15/05/2017].

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

Notons qu'à travers la lecture du tableau ci-dessus, la majorité de nos informateurs ont confirmé que les médias en masse leur reviennent d'une aide importante qui leur permet de faire usage de français. Donc et d'après les réponses collectées, on conclue que plus les étudiants se procurent un champ médiatique francophone, plus ils s'usent de nouveaux mots et plus ils arrivent à formuler des phrases expressives voire des formules plus ou moins utiles que peuvent exiger les situations de communication quotidiennes en français.

Voici dans ce qui suit une autre liste renvoyant à quelques phrases données par nos enquêtés apprise grâce à un média particulier :

Toujours mieux, toujours plus loin	Quand on veut, on peut
La logistique est un domaine magnifique	La vengeance est un plat qui se mange froid
Vous êtes dans une situation pathétique	La vie est pleine de surprises
Votre confort est notre priorité	Sois maitre de ta vie
Je fume du thé et cauchemar continu	Il vaut mieux être seul que mal accompagné
Vive la lutte, car il n'y a que la lutte qui paye	J'en ai ras-le-bol
Appréciez le moment avec Coca-Cola	Je ne dirai jamais « Allo patron » !
Les choses qu'on possède finissent par nous posséder	On ne peut pas cacher ce qu'on a sur le cœur

Les phrases qu'on a pu récolter auprès de nos informateurs sont tirées soit d'un film, « *Je ne dirai jamais* » ; « *Allo patron* » ; « *On ne peut pas cacher ce qu'on a sur le cœur* » ; « *Sois maitre de ta vie* », « *J'en ai ras-le-bol* » ...etc. d'une publicité « *Votre confort est notre priorité* » ; « *Appréciez le moment avec Coca-Cola* » du réseau social Facebook : « *Quand on veut, on peut* » ; « *Il vaut mieux être seul que mal accompagné* » ; « *Les choses qu'on possède finissent par nous posséder* » et qui relèvent du genre « proverbes », d'un titre d'un journal « *Vive la lutte, car il n'y a que la lutte qui paye* » ; ou d'une chanson « *Je vous le dis au final, je suis tombé pour elle* ».

Par là, nous constatons que le degré de pratique de la langue française chez nos enquêtés varie entre les mots, les expressions, et les phrase selon que l'on s'intéresse à un mass-média particulier : Facebook, film, publicité, ou documentaire..., etc. Les medias avec leurs différentes typologies, et selon ce que nous confirment les résultats de notre enquête, influent sur les pratiques langagières des étudiants en première année français en ce qu'ils constituent

les principaux facteurs qui contribuent à l'émergence de la langue française jusque dans les conversations quotidienne des jeunes étudiants francophones.

3.3. L'impact de l'environnement social sur les usages langagiers

Afin de savoir si les éléments extralinguistiques portent un impact sur l'usage de la langue française dans la vie de tous les jours de nos informateurs, nous avons établi un croisement entre les questions N°7 et N°8 qui portent d'un coté sur l'usage du français dans le quotidien des ces étudiants et de l'autre sur la place que tient cette langue dans leur entourage.

3.3.1. L'importance de l'utilisation quotidienne du français dans l'amélioration de son usage chez les jeunes étudiants

Question : 7

- La langue française, est-elle une langue de communication dans votre quotidien ?

Tableau n°10

	Garçons	Filles
Oui	73%	79%
Non	26%	20%

A partir de la lecture du tableau 10, nous notons que la majorité de nos questionnés avaient opté pour la réponse « Oui » pour répondre à la question (Q7). En effet, nous avons enregistré le nombre important de 77,26% des enquêtés des deux sexes qui adoptent la langue française dans leur parler quotidien. On retrouve le sexe féminin ayant le majeure part de ce taux avec 79% ; pas très loin de celui du sexe masculin avec 73% .Ce qui nous amène à dire que les étudiants spécialisés en langue française, recourent à l'usage courant de leur langue de spécialité dans leur vie quotidienne dans le but d'apprendre et donc d'améliorer leur usage du français, chose que nous montrent leurs réponses :

Certains ont dit : « *Parce que je prépare ma licence en langue française.* » ; « *J'aimerais bien la maîtriser* » ; « *Parce que c'est mon domaine d'études.* » ; « *Pour améliorer mon accent et avoir l'habitude de parler couramment* ».

- Ceci se justifie également par les jugements et représentations que portent nos enquêtés sur la langue française :

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

« *Je parle français car c'est une langue très riche* » ; « *Parce quelle contient un riche vocabulaire* » ; « *Parce que c'est une langue très belle à parler* » ; « *La langue française est devenue une langue de prestige, c'est pour cela que je l'utilise souvent* » ; « *Elle facilite la communication* » ; « *Parce que c'est la langue de l'amour, très esthétique et romantique.* » , ont déclaré certains de nos enquêtés.

- Mais aussi par question d'habitude liée à l'usage quotidien et fréquent du français dans l'entourage bougiote :

« *On utilise le français dans tous les domaines et par tous les gens aussi* » ; « *Parce que le français est la langue la plus utilisée* » ; « *C'est une question d'habitude* » ; « *Parce que je vis dans une région francophone* » ; « *C'est une langue assez courante dans mon entourage* » ; « *J'utilise le français spontanément, ça me vient tout seul* » ; « *Dans certain cas, on est tenu d'utiliser la langue française* »

- Par influence du milieu familial :

« *Je suis issu d'une famille francophone* » ; « *Je parle français à l'université et à la maison* » ; « *On la parle souvent à la maison entre famille* » ; « *Mon entourage communique en français* » ; « *Parce qu'elle a le même statut que la langue maternelle pour moi* »

- Par l'attitude envers cette langue :

Les réponses étaient comme suit : « *J'adore la langue depuis mon enfance c'est pour cela que je l'ai choisie comme spécialité* » ; « *Ma langue préférée et je me sens à l'aise en la parlant* »

- Par contraintes et obligations:

« *Parce que maintenant la plupart des gens utilisent la langue française* », « *Il y a des situations qui nécessitent qu'on parle en français* ». Tels étaient les dires de quelques uns des étudiants interrogés.

Les étudiants francophones en première année sont parfois amenés, contextes obligent, à pratiquer la langue française en dehors des situations formelles au sein du milieu universitaire, comme c'est le cas dans les administrations.

- Par effet de variation diatopique jouant sur l'axe géographique, chose qu'illustrent les réponses suivantes :

« *En tant que citadins, nous utilisons le français même dans les situations informelles* » ;
« *Dans la ville où je réside, les gens parlent kabyle et français* ».

Comme l'explique RIGUET (1984 : 51-52) : « *Les manifestations orales du français restent plus nombreuses dans les grands centres urbains.* »

L'appartenance géographique est un critère qui permet de mettre en relief l'usage que font les étudiants de première année français de leur langue de spécialité. Ainsi, d'après ce que nous avons pu récolter comme résultats, les étudiants qui utilisent plus couramment français dans leurs productions langagières sont issus de milieux citadins, ceux occupant les espaces ruraux sont moins enclins au recours à cette langue en dehors des situations formelles contraignantes.

Quant à nos enquêtés ayant opté pour un « Non » comme réponse à notre question, et dont le pourcentage, rappelons-le, est de 26% pour les garçons, et 20 % pour les filles, leurs réponses étaient justifiées comme suit : « *Car ma langue maternelle est le kabyle* » ; « *Je suis kabyle, et vive ma langue* »

Nous soulevons alors qu'un certain nombre de nos enquêtés préfèrent la langue Kabyle, cela revient en relation avec le fait que celle-ci représente leur langue maternelle, langue transmise par les parents depuis leur venue au monde

Ces réponses découlent d'un jugement identitaire, révélant le rejet des enquêtés de l'idée de marginaliser leur langue maternelle en recourant au français. Ce genre de réponses a été le plus particulièrement enregistré auprès des étudiants résidant dans les régions rurales.

3.4. Usage lié à l'environnement social et familial

3.4.1. L'appartenance sociale et l'usage du français

A travers la description du tableau ci-dessous, nous examinerons les taux d'utilisation de la langue français dans l'entourage de nos enquêtés des deux sexes ainsi que le degré de

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

différence entre eux selon leur appartenance familiale et sociale, et leur rapport avec la langue française en général.

- Que représente le français dans votre entourage ?

	Filles	Garçons	Les deux
Langue des usages courants.	51%	42%	48%
Seulement un moyen de communication (occasionnel).	23%	43%	37%
Une langue privilégiée ou de prestige.	50 %	37%	40%
Une langue utilisée à égalité avec d'autres langues (maternelle ou autres)	43%	15%	43%
Autre	00%	00%	00%

Tableau n°11

A cette question, nous avons proposé des réponses à choix multiples illustrant les différents statuts relatifs à la place qu'occupe le français dans le quotidien de chacun de nos enquêtés.

A première vue dans ce tableau, nous constatons que le français est omniprésent dans les pratiques langagières quotidiennes de nos sujets. En effet, 48% de nos enquêtés utilisent le français couramment avec toutefois un pourcentage légèrement différencié selon le sexe ; encore une fois plus élevé chez les filles que chez les garçons. Cette légère différence est la conséquence de la présence de représentations particulièrement bienveillantes chez ces premières (les filles), cette utilisation décrit une ère de prestige, de séduction et de réconfort, en particulier chez le sexe féminin. Cette réalité fortifie l'idée que le facteur sexe joue un rôle primordial dans l'étude sociolinguistique. Il faut dire qu'on a souvent tendance à associer les femmes aux « pratiques prestigieuses » en langue, jusqu'à même dire que « *les variantes prestigieuses le deviennent par le fait d'être celles employées par les femmes* » (BAUVOIS2002 : 54).

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

Chose que justifie le taux des réponses des femmes optées par rapport à ce choix : « *Une langue privilégiée ou de prestige.* ». Ainsi, selon ce que nous révèle notre étude, les filles considèrent la langue française, plus que les garçons, comme une langue de prestige avec un taux de 50 % contre 37%.

Quant à cette réponse : « *Une langue utilisée à égalité avec d'autres langues (maternelle ou autres)* », 43% des filles ont déclaré que le français pour elles est utilisé à égalité avec la langue maternelle, réponse pour laquelle ont opté uniquement 15% des garçons. Les réponses des enquêtés à cette question nous renseignent autant sur l'importance que revêt l'usage de la langue française dans les différents milieux sociétaux auxquels appartiennent les étudiants interrogés, que sur l'intérêt qu'ils accordent à la pratique de cette langue

Quant à cette réponse choisie : « *Seulement un moyen de communication (occasionnel)* », 23% ont affirmé utiliser le français comme moyen de communication occasionnel, un taux plus faible que celui des garçons étant de 43%. Les raisons de ce choix peuvent être justifiées par l'attachement que la majorité de nos enquêtés manifeste pour leur langue maternelle qui est le kabyle.

3.4.2. L'appartenance familiale et l'usage du français

Dans le but de cerner le rôle que joue l'organisation familiale dans la pratique de la langue française par les étudiants francophones en première année, nous avons établi une question qui nous permettra de montrer le rapport influant qui existe entre l'usage du français et le milieu familial.

- Etes-vous issu d'une famille francophone ou non ?

	Garçons	Filles
Oui	53%	43%
Non	46%	53%

Tableau n°12

La lecture des résultats obtenus dans ce tableau nous révèle qu'un grand nombre de nos enquêtés du sexe masculin sont issus de familles francophones avec le taux important de 53%

L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants

pour les garçons, contre 43% pour les filles. Le français étant une langue qui existe en parallèle avec d'autres langues en présence (kabyle et arabe), cela illustre parfaitement la réalité linguistique des familles dont sont issus nos sujets interrogés. Ainsi, le fait que l'usage du français demeure en forte présence dans le paysage linguistique bougiote, découle souvent d'un choix parental (les parents étant ici le symbole de l'organisation familiale). Dans cet ordre d'idées BOURIHANE (2013 :58) affirme que :

« les raisons d'apprendre la langue française aux enfants varient entre :raison d'ordre instructif, autrement dit, leur apprendre la langue dans le but de mieux les instruire à l'avenir, et d'autres raisons qui se situent au niveau de la forme, on parle du prestige accordé à la langue française et des représentations qui influencent les choix des parents. »

Effectivement, à l'instar de l'école et de l'organisme de travail, la cellule familiale constitue, elle aussi, un espace de productions et d'influences langagières. Chose que nous confirme BENNACER (2014 :23) en disant :

« Elle est non seulement, "propulseur" de nouvelles pratiques socioculturelles, auxquelles les sources principales sont inhérentes aux représentations mentales des groupes, mais elle est également le vecteur essentiel de toute mutation socio-langagière de la société. Nous pourrions admettre le postulat que, préalablement, le foyer familial est le vecteur principal dans la formation du futur profil linguistique de l'enfant.

3.4.3. Le niveau d'instruction des parents et l'usage du français

- Quel est le niveau d'instruction de vos parents?

Ce tableau qui révèle les réponses de nos enquêtés, nous permettra de constater le lien qui existe entre le niveau d'études des parents et la pratique du français chez les étudiants de première année français y étant issus.

Réponses	Nombre de réponses		Pourcentage	
	Père	Mère		
Ne sait ni lire ni écrire	2	10	2,22%	11,11%
Etudes primaires	15	19	16,67%	21,11%
Etudes préparatoires	4	15	4,44%	16,67%
Etudes secondaires	34	32	37,78%	35,56%
Etudes supérieurs	35	15	38,89%	16,67%

Tableau n°13

Nous constatons à travers les réponses des étudiants, qu'un bon nombre d'entre eux sont issus de parents instruits : 37,78% pour les pères et 35,56% pour les mères, ont faits des études secondaires et 38,89 des pères ont fait des études supérieures. Ainsi, l'usage du français par les étudiants s'avère être en lien étroit avec la formation des parents dont ils sont issus. Cela dénote que le niveau d'instruction des parents, particulièrement la maman, peut être vecteur d'un rôle non négligeable, chose que nous confirme BENNACER (2014 :32) en disant que: « *le profil linguistique de la mère exerce une influence considérable dans le processus de transmission des langues aux enfants* ». En effet, le profil linguistique des mamans s'avère plutôt déterminant dans les usages linguistiques de leur progéniture.

Toutefois, le profil et l'appartenance linguistique des parents sont des critères considérables qui déterminent l'enjeu de la pratique de la langue française chez nos enquêtés. Nous voulons comme preuve ce que MOORE (2006 : 81) avance en disant que :

« Les différentes études montrent des pratiques variées et variables, où les choix de langues en famille dépendent des langues parlées respectivement par le père et la mère, des langues du milieu, des interlocuteurs en présence, de leur sexe, des moments, des sujets de conversations, de l'âge des enfants, des valeurs accordées aux langues en présence, des projets d'insertion dans la société d'accueil et de l'idée qu'on se fait du retour au pays si l'on vient d'ailleurs. »

Nous dirons donc qu'autant les parents sont instruits, autant ceci s'avère profitables pour les jeunes étudiants en termes de pratiques du français, chose que soutient Mahmoud

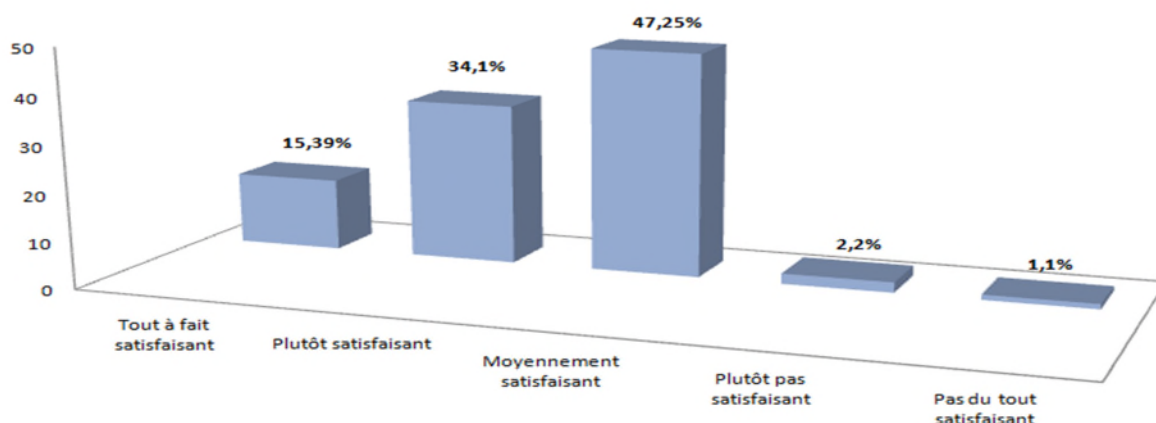
BENNACER (2014 :34) qui avance : « *Eu égard à son utilité sociale, scolaire et professionnelle, le choix du français, en tant que première langue de transmission familiale a été perçu comme une nécessité, car il assure l'avenir de leurs enfants.* »

3.5. Jugements évaluatifs des pratiques en français

3.5.1. Auto-évaluation

L'histogramme suivant illustre les réponses de nos enquêtés à la dernière question (n°11) dont, nous le rappelons, l'objectif est de cerner certains jugements émis par nos informateurs quant à la question qui concerne une auto-estimation de niveau en langue française.

- Comment jugeriez-vous votre niveau en français ?



Cet histogramme contient plus précisément une présentation des taux de réponses de nos enquêtés à la question numéro 11. Notons que ceux-là (filles et garçons), avec un pourcentage de 47,25 %, avouent avoir un niveau « moyennement satisfaisant » ; 34%, disent avoir un niveau « plutôt satisfaisant ». Ces deux pourcentages marquent un grand écart par rapport aux trois autres qui suivront, à savoir : 15,39% pour « tout à fait satisfaisant », 2,2 % pour : « plutôt pas satisfaisant » et 1,1 % pour : « pas du tout satisfaisant ».

Plusieurs facteurs relatifs et propres à tout un chacun peuvent justifier les réponses formulées à cette question. Toutefois, l'auto-évaluation, c'est-à-dire cette image de que l'on se fait de soi

en tant qu'usager d'une langue faite par nos enquêtés de leurs propres usages en français, met en avant la fiabilité des réponses.

Conclusion partielle

Dans cette partie finale réservée à l'analyse des résultats obtenus grâce aux questionnaires et aussi à la discussion de ses finalités, nous avons pu parvenir à récolter des réponses quant aux questions posées initialement. En effet, nous avons pu démontrer la véracité de nos hypothèses de départ concernant le rôle important des mass-médias, avec leurs différentes typologies (réseaux sociaux, télévision, radio, Internet, presse écrite ..., etc.), dans la pratique de la langue française chez les étudiants francophones en première année. La diffusion de différents programmes en langue française favorise l'expansion et l'usage de cette langue. Ainsi, les réponses à nos questionnaires nous révèlent que le choix de la langue dans les mass-médias, le temps y étant consacré, mais aussi les représentations et les jugements que se font nos informateurs de la langue française (en gros, l'intérêt que manifestent les étudiants envers un mass-média publié dans une langue particulière), sont des paramètres qui influent fortement sur les usages langagiers. Nos enquêtés ont attesté avoir enrichi, à travers différents pôles médiatiques, leur usage de la langue française notamment en assimilant tantôt des mots tantôt des constructions syntaxiques relevant de plusieurs natures et appartenant à moult domaines.

L'émergence de la langue française dans les habitudes langagières quotidiennes des étudiants en première année français, étant gérée par beaucoup de facteurs extralinguistiques à l'image du milieu social et familial (niveau d'instruction des parents), des représentations langagières (le français langue de prestige), et du sexe (masculin/féminin), joue un rôle prépondérant dans les pratiques en langue française.

Nous pouvons affirmer au final que l'usage que font les étudiants francophones de l'Université de Béjaïa en première année de la langue française est à la fois le fruit d'une bonne audience médiatique et d'une pratique langagière quotidienne et courante reflétant souvent un souci parental préalable d'introduire le français dans l'univers linguistique de nos enquêtés.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Conclusion Générale

Le thème de notre recherche est le fruit d'une longue et profonde réflexion au sujet de l'apport des mass-médias concernant les pratiques linguistiques des étudiants de première année français de l'université de Béjaïa. Ainsi, vivant dans une époque régie par une large diffusion de l'information via les différents médias en masse existants, ceux-là portent un impact apparent sur les usages langagiers des étudiants. C'est du vécu de nos informateurs que nous avons puisé les fondements de notre étude sociolinguistique objective visant à élucider la question de l'influence des pôles médiatiques sur les pratiques langagières des étudiants.

A travers cette étude, nous avons tenté de comprendre l'importance que revêtent les différents mass-médias dans les pratiques linguistiques chez les étudiants en langue française. Mais aussi de cerner les facteurs sociaux qui déterminent le choix de la langue dans les médias.

Dans un premier temps, nous avons recouru, au sein de notre partie théorique, à quelques références pour cerner le statut qu'occupe les médias en masse dans la vie de nos interrogés, nous avons pour cela défini quelques concepts en rapport avec la sociolinguistique simultanément avec une étude rendant compte de la situation sociolinguistique en Algérie.

Dans un second chapitre, nous avons présenté une analyse des réponses des enquêtés au questionnaire (en nombre de 90) que nous leur avons soumis. Celui-ci en plus d'être élaboré pour répondre à des objectifs tracés en fonction des hypothèses émises se veut de tenir compte des trois variables extralinguistiques que sont le sexe, le niveau d'études et le lieu de résidence.

Nous avons interprété, commenté et expliqué les réponses de nos enquêtés, ce qui nous a permis de tirer des conclusions et de répondre en confirmant nos hypothèses de départ. Nous pouvons maintenant affirmer que les médias exercent un impact sur l'usage linguistique des étudiants de première année français d'où l'intérêt porté particulièrement pour les mass-médias francophones.

Aussi, et toujours concernant les médias, certains informateurs ont manifesté une attitude positive quant à leur apport bénéfique dans l'usage qu'ils font du français, c'est pourquoi un taux important de nos enquêtés préfèrent suivre les mass-médias francophones. Nous avons également pu prouver que l'hypothèse sur l'influence de la situation sociale est vectrice du choix de la langue dans les médias en masse. Ainsi, les étudiants qui s'entourent

Conclusion Générale

d'un champ francophone sont davantage privilégiés dans leur usage de leur langue de spécialité que les autres moins enclins à ces usages-là.

En dernier lieu, nous pouvons affirmer que les résultats de notre recherche vont dans le sens des perspectives et desseins que nous nous sommes assignés dès le départ. L'étude de l'usage du français au sein d'un milieu médiatique ne peut être que féconde vu la diversité des orientations que le chercheur pourrait prendre. En effet, afin d'élucider le cas de l'impact du pôle médiatique dans l'usage du français dans la quotidienneté des étudiants, objet d'étude de ce travail, nous avons synthétisé et tiré des conclusions préalablement supposées.

Finalement, nous avons appris à travers la modeste étude effectuée, qui se veut une contribution au domaine sociolinguistique, que la finalité d'un travail de recherche n'est pas uniquement de trouver des réponses concrètes aux questions posées, mais également de contribuer, même pour si peu, à ouvrir le champ à d'autres investigations qui vont peut-être suivre à ce sujet et surtout le développer plus profondément par exemple en généralisant un intérêt porté pour un public visé plus large que le nôtre afin d'aboutir à des résultats encore plus larges. Toutefois, cette hypothèse peut être une perspective et un thème à envisager dans un travail de recherche ultérieur. Effectivement, nous avons tout au long de notre investigation essayé d'apporter une pierre à l'édification d'une recherche portant sur une question très peu explorée dans nos universités. Bien que l'on ne puisse prétendre que nous avons été exhaustifs au cours de l'esquisse que nous avons menée, nous espérons avoir apporté un éclairage sur les pistes que nous avons empruntées.

BIBLIOGRAPHIE

1. Ouvrages

- ALAQQAB M, (1999).*L'internet et l'ère de la révolution de l'information* .ED, Elhoma, Alger.
- BALAGUE, C. FAYON D., (2010).*Facebook, Twitter et les autres*, PEARSON.
- BALLES, (2015). *Médias et société*, montcheretien, Paris.
- BARBIER F ; et Lavenir. C., (2009). *Histoire des médias*, A ; Colin, Paris.
- BAYLON, C. (1994).*Repères sociolinguistiques pour l'enseignement des langues*. Paris : Hachette.
- BENRABAH, M. . (1999).*Langue et pouvoir en Algérie*, Paris, Editions Segulier.
- BERTRAND, CJ. (1999). *Médias:Introduction à la presse, la Radio et la télévision* 2e éd, édition ellipse. *Historique*.
- BOUDJEDRA, R, (1992/1994), *Le FIS de la haine*, Paris, Editions Denoël.
- BOULAHSEN, (2002). Ali, *Sociologie de l'éducation, Maroc, Afrique orient*.
- BOYER, H, (1996). *Sociolinguistique : territoire et objet*, Delachaux et Niestlé S.A., Lausanne (Switzerland) Paris.
- BRAHIMI, B. (1996). *Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme*. MARINOOR.
- BÜHLER, M. (1974). *Introduction à la communication*, Tema-éditions, Paris.
- CHAREAUDEAU, P. (2005),*Les médias et l'information*, éd, Deboek, Bruxelles,
- COMITI, J, M. (1992) *Les corses face à leur langue, de la naissance de l'idiome à la reconnaissance de la langue* .Squadradiv Finusellu Diacciu.
- DUBOIS J., (1999) « *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage* » LarousseBordas/HER1999.
- FALCONI, A. (1992) *Les bases de l'audiovisuel*, Saint Paul Afrique, Kinshasa.
- FALCONI,A.et BUDIMBAN,F.(2009). *Lexique des médias, internet et multimédia*, médiaspaul, Kinshasa.

- Françoise, G. (2003). *La variation sociale en français*, OPHRYS.
- Forquin J-c. Labov, w. (1978), Sociolinguistique (Sociolinguistic patterns). In: *Revue française de pédagogie*, volume 42.
- Grapin F (2002), *La dénomination des langues et ses enjeux à Mostar (Bosnie-Herzégovine)* TER des Sciences du Langage, Université de Stendhal Grenoble).
- Labov, W. (1976), *Sociolinguistique*, Ed. De Minuit.
- LASSUEL. (1995). cité par Amand et Michel Matelard, *histoire des théories de la communication*, la découverte, Paris .
- MEILLET, A. (1921) , *linguistique et linguistique générale*, Paris, Champion.
- MOREAU, M-L. (1997). *Sociolinguistique concept de base*, Pierre Mardaga, éditeur Hayen 11-B-4140.
- MULUMBATI.N. (2001). *Manuel de sociologie générale*, collection savoir et connaître, aux éditions Africa, Lubumbashi.
- RIGUET. M, (1984), *Attitudes et représentations liées à l'emploi du bilinguisme. Analyse du cas tunisien*, Paris : publication de la Sorbonne.
- SOURIAU- HOEBERECHTS, C.: *La presse maghrébine*, Ed. CNRS, Paris, Thèse de 3° cycle, 1969
- SAYATE Kh (1987), *les moyens de communication, de la naissance à l'évolution* .Ed in clou, Egypte le Caire.
- SEBBA, A. (1996), *L'arabisation dans les sciences sociales*, Paris, L'Harmattan. Rapport de l'OIF, *Le français dans le monde*, 2006-2007. (<http://www.inst.at/trans/13Nr/sebaa13.htm>).
- SOURIAU- H, (1969). C. *La presse maghrébine*, Ed. CNRS, Paris, Thèse de 3° cycle.
- HOUEBINE, A-M, (1997). in, *sociolinguistique, concepts de bases* ; ML MOREAU, éd Mardaga.
- YLON. (1991) . *Sociolinguistique. Société, langue et discours*, Nathan.

2 .Dictionnaires

-DUBOIS J. (1999). « *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage* ». LarousseBordas/HER.

-DUBOIS, J et al, *Dictionnaire de la linguistique et des sciences du langage*, Larouss, Paris, 1994, p184.

-*Dictionnaire Larousse Illustré, édition spéciale RDC 2009.*

-Le Petit Larousse Illustré, Edition Larousse, 2005.

3. Articles et revues

-Abdenour A, *LE RÔLE ET LA PLACE DU FRANÇAIS DANS LE SYSTÈME ÉDUCATIF ALGÉRIEN*, p23. (<http://www.unice.fr/bcl/ofcaf/23/AREZKI%20Abdenour.pdf>).

-ARPT, « Dossier de presse : Rapport d'activité ARPT », *Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications*, 10 avril 2015, p. 9) (https://www.arpt.dz/fr/doc/actu/com/2016/Dossier_presse_10-04-2016_fr.pdf).

-ASSALAH S Propos recueillis dans le journal liberté, cité par.., plurilinguisme et migration, éd L'Harmattan, Paris, 2004, P.29. (<http://revues.univ-biskra.dz/index.php/fl/article/view/1083>).

-BENNACER Mahmoud, 2014, Le discours de quelques parents de la ville de Bejaia sur la transmission familiale des langues aux enfants, P 32) ([file:///C:/Users/MON_LAPTOP/Downloads/0fb799a5ba68020daf71f8548523d119%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/MON_LAPTOP/Downloads/0fb799a5ba68020daf71f8548523d119%20(4).pdf)).

-BEN AZOUZ Najiba, *Appropriation du français en Algérie: contact de langues et de cultures*, 2014, p121) (http://fl.univ-biskra.dz/images/pdf_revue/revue14_15/benazzouz.pdf).

BEKTACHE Mourad, contact de langue entre compétitions des langues et enjeux interculturels à l'université de Bejaia, *Synergies Algérie* n°8, P93. (<https://gerflint.fr/Base/Algerie8/bektache.pdf>).

-BOUDHANE, y et MERAH, A. (2013). « *Espace public médiatique en Algérie à la recherche d'un modèle* », 2013 P367 -378. (https://www.crasc.dz/ouvrages/pdfs/2013_espace_pub_boudhane_merah.pdf).

-Grandguillaume G. (octobre 2004), « Les langues au Maghreb : des corps en peine de voix ». In *Esprit, Immobilismes au Maghreb*, N°10, p.92-102. (<http://www.ggrandguillaume.fr/titre.php?recordID=85>).

-IHADDADEN Zahir, *introduction aux sciences de l'information et de la communication*, OPS ; Alger.1991.P107, 108) (<https://communicationorganisation.revues.org/1831>).

-MEDANE Hadjira et YAHIAOUI Kheira, Le "français cassé" chez les jeunes Algériens : interférence et calque au service de l'humour, 2014 :1671 (https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2014/05/shsconf_cmlf14_01006.pdf).

4. Mémoires et thèses :

-AYAD Abla, Analyse de la rubrique Tranche de Vie dans le quotidien d'Oran, p17, 18, 19, 20,21 (<http://bu.umc.edu.dz/theses/francais/AYA1039.pdf>) .

-BENBEGRA Khadidja, L'impact du milieu extrascolaire dans l'enseignement /apprentissage de l'oral en classe de FLE, p18 (<http://dspace.univ-biskra.dz:8080/jspui/bitstream/123456789/5755/1/BENBEGRA%20Khadidja.pdf>).

-Bourihane Nadia Le français ; langue de prestige pour un bilinguisme précoce : cas des familles de la ville de Bejaia, p18).

-SABDELHAMID, S, (2002.) Pour une approche sociolinguistique de l'apprentissage de la prononciation du français langue étrangère chez les étudiants du département de française université de Batna, thèse de doctorat, université de Batna.

-SADOUR, Soumicha (2012-2013), Le contact de langue dans les messages instantanés de Facebook : cas des étudiants de l'université de Bejaia.

5. Site internet

-François-Bernard Huyghe, 27 août 2012 - Mass media vs nous les médias.URL : [http://www.huyghe.fr/actu_317.htm].

-PPT, Sociolinguistique: contexte épistémologique, définition, objet d'étude, p16 et 19) site .URL : [<http://docslide.fr/documents/sociolinguistique-contexte-epistemologique-definition-objet-detude.html>]

-J ; LECLERC .Algérie dans « l'aménagement linguistique dans le monde, Quebec, TLFQ, université Laval, 24 février 2007.) URL : [<http://www.axl.cefan.ulaval.ca/>].

-Rahal, S, 2001, « La francophonie en Algérie : Mythe ou réalité ? ».URL : [<http://www.initiatives.refer.org/Initiatives-2001/notes/sess610.htm>)

-Huyghe .fr .URL : [http://www.huyghe.fr/actu_317.htm consulté le 18/02/2017. Consulté le 22/2/2017].

-Histoires des Succès et Réussites sur Internet .URL : [<http://www.websuccessstories.com/>].

-HUFFPOST, L'Algérie compte 6.8 millions d'utilisateurs sur Facebook, seulement 37 500 sur Twitter (Étude).URL : [http://www.huffpostmaghreb.com/2014/06/30/facebook-twitter-algerie- n_5543478.html] .

-JaZairess, Utilisation des réseaux sociaux : Les Algériens suivent les tendances mondiales.URL : [<http://www.djazairess.com/fr/elwatan/538395>]

El Watan .URL : [http://elwatan.com/sso/inscription/inscription_payant.php]

-DIA, Rapport ARPT 2015 : 43 millions abonnés mobile et 18,5 millions abonnés internet. URL: [<http://dia-algerie.com/rapport-arpt-2015-43-millions-abonnes-mobile-185-millions-abonnes-internet/>]

- Wikipédia, Internet en Algérie.URL : [https://fr.wikipedia.org/wiki/Internet_en_Alg%C3%A9rie]

-Rabeh Sebaa, Culture et plurilinguisme en Algérie .URL : [<http://www.inst.at/trans/13Nr/sebaa13.htm>] .

-Une reconnaissance pleine et entière pour tamazight .URL : [<http://tamazgha.fr/Tamazight-dans-la-constitution.html>] .

-Définition : échantillon /étude /enquête URL : [<https://www.definitions-marketing.com/definition/echantillon-etude/>].

-SAFIA RAHAL, La francophonie en Algérie : Mythe ou réalité ?
URL : [http://www.initiatives.refer.org/Initiatives-2001/_notes/sess610.htm].

-Aidli - Le quotidien d'Oran, «L'Internet se propage entre les Algériens et les Algériennes, 2010.URL : [<https://fr-fr.facebook.com/notes/ntic-magazine/linternet-se-propage-entre-les-alg%C3%A9riens-et-les-alg%C3%A9riennes/142842339095563/>] .

-L'internet en Algérie. URL : [<http://niarunblog.unblog.fr/internet-et-internautes/les-10-verites-selon-google/linternet-en-algerie/>].

- Le français reconquis et l'Algérie .URL : [www.liberation.fr/monde/2012/le-français-reconquiert-l'Algerie].

-Apprendre la langue de Molière en 14 étapes : [<http://www.superprof.fr/blog/comment-apprendre-rapidement-a-parler-francais/>].

Table des matières

Introduction générale	
1. Préliminaire.....	5
2. Problématique.....	6
3. Hypothèses.....	7
4. Intérêt et motivations du choix du sujet.....	8
5. Méthodologie et corpus.....	9
6. Plan et organisation du travail.....	10
Chapitre 1 : Concepts théoriques de bases	
Introduction partielle	12
1. Définition et fonctions des mass-médias.....	12
2. Classification des medias	14
2.1. Selon les familles.....	14
2.2. Selon les statuts	14
3. Histoire et statuts des différents types de mass-médias en Algérie.....	15
3.1. La télévision.....	15
3.2. La radio	15
3.3. La presse écrite.....	16
3.4. Les Réseaux sociaux.....	18
3.4.1. Définition de quelques réseaux sociaux.....	19
3.4.1.1. Facebook.....	19
3.4.1.2. Twitter.....	20
3.4.1.3. Google+.....	20
3.4.1.4. Youtub	20
3.4.2. Les réseaux sociaux en Algérie.....	21
3.5. L'internet.....	22
4. La sociolinguistique	23
4.1. Objet et méthode de la sociolinguistique.....	24
5. La situation sociolinguistique en Algérie	25
5.1. La langue berbère	25
5.2. La langue arabe	27
5.3. La langue française	27
5.4. La langue anglaise	29
6. Bejaia et les langues en présence	29
7. Statut officiel et officiaux en Algérie.....	30
8. Variations linguistiques.....	32
8.1. Les type de variations	33
9. Les représentations et l'imaginaire linguistiques	35
10. Les attitudes.....	36

Conclusion partielle	37
----------------------------	----

Chapitre 2 : Analyse des données

Introduction partielle.....	38
1. Méthodologie de la recherche.....	39
1.1.Présentation du lieu de l'enquête.....	39
1.2.Echantillonnage.....	39
1.3.Le déroulement de la recherche et les difficultés rencontrées.....	39
1.4.Description du questionnaire	40
2. Présentation des donnés	45
3 .Interprétation des résultats du questionnaire.....	45
3.1. L'influence des mass-médias sur les pratiques langagières des étudiants de première année français.....	46
3.1.1. Les étudiants et les mass medias	46
3.1.2. Le choix des médias privilégiés selon le sexe des étudiants.....	47
3.1.3. Le choix de la langue dans les mass medias et son importance dans la pratique du française	50
3.1.4. Le rôle du facteur « temps » dans la pratique du français.....	55
3.2. Les medias et leur rôle dans la pratique du français.....	56
3.2.1. L'importance des réseaux sociaux dans l'usage de la langue française...56	
3.2.2. Le rôle des médias en masse dans l'usage de nouvelles structures de la langue française.....	57
3.3. L'impact de l'environnement social sur les usages langagiers.....	61
3.3.1. L'importance de l'utilisation quotidienne du français dans l'amélioration de son usage chez les jeunes étudiants	61
3.4. Usage lié à l'environnement social et familial.....	63
3.4.1. L'appartenance sociale et l'usage du français.....	63
3.4.2. L'appartenance familiale et l'usage du français.....	65
3.4.3. Le niveau d'instruction des parents et l'usage du français.....	66
3.5. Jugements évaluatifs des pratiques en français	68
3.5.1. Auto-évaluation	68

Conclusion partielle	69
Conclusion générale	70
Bibliographie	72
Annexe	81

ANNEXE

Questionnaire de recherche

Nous vous prions de bien vouloir remplir ce questionnaire de recherche en répondant avec soin aux questions posées.

Ps : ce travail ne sera pas évalué et l'anonymat est assuré pour tous.

I. Fiche d'identification :

Age :

.....

Sexe :

Femme Homme

Lieu de résidence

.....

I. Questions :

1. Suivez-vous un mass medias particulier ?

Oui Non

Si « oui » citez lequel :(vous pouvez cocher plusieurs cases)

a/ Télévision

b/ Radio

c / Presse écrite (journaux et magazines)

d/ réseaux sociaux (Facebook, Google+,Twitter,YouTube ...)

e / Internet (sites d'informations, de propagande...)

2. Vous optez pour un mass média selon qu'il se présente en?

Français Arabe kabyle Anglais

Justifiez votre réponse :

.....

.....

3. Passez-vous beaucoup de temps à suivre votre mass medias préféré ?

Oui

Non

Combien d'heures par jour :

De :

0hà2h

2hà4h

4hà6h

6h et plus

4 .Avez-vous déjà utilisé un réseau social pour vous aider dans un travail de recherche ?

Oui

Non

Si oui, lequel ?

.....

5 .Diriez-vous que vous apprenez de nouveaux mots, voire nouvelles structures de la langue, rien qu'en suivant ces mass medias ?

Oui

Non

Si oui, citez deux mots appris dernièrement si possible :

1:.....

2:.....

6. Vous avez surement une phrase qui se répète souvent dans votre mass média préféré et que vous répétez sans cesse qu'elle soit dans une publicité, film,Facebook ou autre ...citez-la nous

La phrase :.....

7. La langue française, est-elle une langue de communication dans votre quotidien ?

Oui

Non

Justifiez votre réponse :

.....
.....

8. Que représente le Français dans votre entourage ? (vous pouvez cocher plusieurs cases)

- La langue des usages courants
- Seulement un moyen de communication (occasionnel)
- Une langue privilégiée ou de prestige
- Une langue utilisée à égalité avec d'autres langues (maternelle ou autres)
- Autre :

9. Etes-vous issus d'une famille francophone ou non ?

Oui

Non

10. Quel est le niveau d'instruction de vos parents?

Père Mère

- | | | |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a- Ne sait ni lire ni écrire | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b- Etudes primaires | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c- Etudes préparatoires | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d- Etudes secondaires | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e- Etudes supérieures | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

11. Comment jugeriez-vous votre niveau en français ?

-Tout à fait satisfaisant

-Plutôt satisfaisant

-Moyennement satisfaisant

-Plutôt pas satisfaisant

-Pas du tout satisfaisant

Mots clés : Sociolinguistique- Variations -Usages et pratiques langagières- Mass-médias - Langue française.

Résumé :

Notre projet de recherche dont l'intitulé est : « Etude sociolinguistique de l'impact des mass-médias sur les pratiques langagières des étudiants de première année français de l'Université de Béjaïa », porte sur le développement de la compétence linguistique dans et à travers les mass-médias chez les universitaires francophones en première année qui se distinguent entre eux de par les usages qu'ils font de la langue qui constitue leur domaine d'études, à savoir le français. Aussi, compte tenu de leur appartenance familiale et sociale, nous avons jugé pertinent et judicieux d'intégrer une étude de l'impact de différentes variables propres au domaine sociolinguistique sur les usages langagiers des étudiants interrogés. Ainsi, tous nos questionnements viennent soutenir une réflexion sur l'enjeu autour des constantes et des variantes de différents genres dans les usages langagiers en langue française chez les étudiants en première année français.

De surcroît, ce mémoire étant principalement bibliographique, l'intérêt a été pour nous de nous pencher sur les ouvrages, les articles, aussi les discours en croisement avec notre sujet.

Notre démarche d'investigation visant à cerner le développement d'une aptitude langagière par les étudiants dans une langue étrangère, s'est avérée mixte en ce qu'elle combine deux chapitres au sein desquels elle se scinde, le premier que nous avons intitulé : « Concepts théoriques de base » développe une approche théorique ; pendant que le second nommé : «L'influence des médias et du milieu extrascolaire sur les pratiques langagières des étudiants » met en avant des observations empiriques.

L'aboutissement de notre travail s'est donc fait grâce à une méthodologie de recherche sociolinguistique. Ainsi, une enquête par questionnaire a été utilisée en vue de voir si nos résultats sont conformes avec nos prédictions de départ.

Nous avons finalement pu dégager des conclusions parfaitement en conformité avec nos premières hypothèses. En définitif, l'impact des mass-médias et des facteurs extralinguistiques sur les usages langagiers des étudiants de première année français ne constitue plus un terrain de doute pour nous, mais plutôt une certitude, voire une évidence vu les affirmations concrètes auxquelles nous avons pu aboutir à l'achèvement de ce modeste travail.