

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



Faculté des Lettres et des Langues
Département de français

MEMOIRE
EN VUE DE L'OBTINATION DU DIPLOME DE
MASTER

Option : Sciences du langage

Thème

La place des langues nationales dans les pratiques
langagières des jeunes internautes Algériens

Réalisé par :
LEKRIM Atika
HAMOUMOU Lila

Encadré par :
Dr. YAHIA CHERIF Rabia

2023-2024

Remerciement

Nous tenons à remercier sincèrement toutes les personnes qui nous ont aidés à réaliser ce mémoire de fin d'études.

Tout d'abord, nous remercions Dieu Tout-Puissant pour Ses bénédictions et Sa guidance tout au long de notre parcours. Sans Son aide, nous n'aurions pas pu surmonter les défis que nous avons rencontrés.

Nous exprimons notre profonde gratitude à notre directeur de recherche, Mr. YAHIA CHERIF Rabia, pour ses conseils avisés, sa disponibilité et son soutien tout au long de ce travail. Son expertise et ses encouragements ont été essentiels pour la réussite de ce travail.

Nous remercions chaleureusement nos parents pour leur soutien inconditionnel, leurs encouragements constants et leur amour. Leur patience et leurs sacrifices ont été une source de motivation et de force pour nous.

Nous remercions également les membres du jury qui ont accepté d'évaluer et d'examiner ce travail.

Enfin, un grand merci également pour tous nos amis(es) sur facebook et Instagram, et toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce mémoire. Leur aide, qu'elle soit matérielle, intellectuelle ou émotionnelle, nous a permis de mener à bien ce projet.

Dédicace

Je dédie ce mémoire de fin d'études à toutes les personnes qui ont joué un rôle crucial dans ce parcours et m'ont offert leur soutien inconditionnel et leurs encouragements.

À mon père, dont la sagesse, les conseils et le soutien indéfectible m'ont toujours guidé. Sa force et son dévouement m'inspirent chaque jour.

À ma mère, pour son amour inépuisable, ses prières et ses encouragements constants. Sa patience et ses sacrifices m'ont permis de poursuivre mes rêves.

À mon frère, pour sa présence rassurante et ses encouragements. Sa camaraderie et son soutien ont été précieux tout au long de ce voyage.

À mes sœurs Hakima et Manel, pour leur affection, leur soutien moral et leur capacité à égayer mes journées. Leur compréhension et leurs encouragements.

À mes chères copines Amina, Kenza, Asma, Cylia, Massisilia, Naouel et Manel, pour leur amitié sincère, leur soutien indéfectible et les moments de joie partagés. Leur présence et leur encouragement a rendu ce parcours plus agréable et moins difficile.

À ma bien-aimée Lila, pour sa collaboration, son dévouement et son soutien constant tout au long de ce projet.

Lekrim Atika

Dédicace

Louange à Dieu Tout Puissant, qui m'a permis de vivre ce jour tant attendu.

Je dédie ce mémoire de fin d'étude :

À mon cher grand-père, à qui je souhaite une bonne santé, ton soutien fut une lumière dans tout mon parcours.

À mon cher père, qui m'a toujours été pour moi un exemple de père respectueux, honnête, pour l'éducation qu'il m'a prodiguée avec tous les moyens et aux prix de tous les sacrifices qu'il a consentis à mon égard.

À ma chère mère, aucune dédicace ne saurait exprimer mon respect et ma considération pour les sacrifices qu'elle a consentis à mon égard.

À mes chères tantes Zakia et Farida qui n'ont pas cessé de me conseiller, encourager et soutenir tout au long de mes études, que Dieu vous garde pour moi.

À mon cher frère Mouloud décédé trop tôt, qui m'a toujours poussé et motivé dans mes études, à tous les moments d'enfance passés avec toi. Puisse Dieu, le Tout Puissant, l'avoir en Sa sainte miséricorde !

À mes chères sœurs, Sarah, Akila, Karima, Kahina et Kenza, qui n'ont pas cessé de m'encourager, de m'aider et soutenir tout au long de mes études.

À mon adorable et chère petite sœur Liza, qui sait toujours comment procurer la joie et le bonheur pour toute la famille.

À ma bien-aimée Atika, pour son soutien moral, sa patience et sa compréhension tout au long de ce projet.

Pour finir, à tous ceux que j'aime et qui m'aiment.

Samoumou Lila

Sommaire

Introduction générale

Chapitre I : Situation sociolinguistique en Algérie et concepts linguistiques

1. La situation sociolinguistique en Algérie 12
2. Le statut des langues en Algérie 12
3. Définition des concepts linguistiques 15

Chapitre II : Les réseaux sociaux et choix méthodologiques

1. Bref historique des réseaux sociaux 22
2. Définition des réseaux sociaux 23
3. Le choix méthodologique 26
4. L'échantillonnage 32

Chapitre III : Analyse des données : questionnaire et captures d'écrans

1. Analyse de questionnaire 36
2. Analyse des captures d'écran 50

Conclusion générale 59

Bibliographie 62

Table des matières 66

Annexes 70

Introduction générale

Présentation du sujet

Dans le cadre des travaux de recherche de fin d'étude pour l'obtention du diplôme de Master, option sciences du langage, nous avons jugé utile de travailler sur le thème suivant, « La place des langues nationales dans les pratiques langagières des jeunes internautes Algériens ».

L'Algérie, tout comme autre pays à travers le monde, est caractérisé par plusieurs langues coexistent. Cette diversité linguistique est souvent le reflet de son histoire, de sa culture, et de sa société.

On distingue des langues nationales telles que : l'arabe classique et/ou moderne est la première langue nationale utilisé officiellement dans la religion, l'administration, et à l'école. La deuxième est l'arabe dialectal utilisé dans la vie quotidienne. Et la langue berbère comme troisième langue nationale, est représentée par différentes variétés telles que : le kabyle, le chouïa, le mozabite, etc.

On distingue également des langues étrangères telles que, le français comme première langue étrangère, qui occupe une place prépondérante dans les domaines de l'administration, de l'éducation, du commerce, des médias, et de la communication. Cette utilisation courante découle de l'influence coloniale française laissant une empreinte significative dans la culture et la vie quotidienne du pays. Et la langue anglaise comme deuxième langue étrangère.

Notre thème de recherche s'inscrit dans le domaine de la sociolinguistique qui s'intéresse à la langue dans une société donnée, autrement dit elle explore les relations entre la langue et la société, analysant les pratiques langagières d'un individu et leur lien avec divers aspects sociaux. Selon le Dictionnaire Universel Francophone : « *la sociolinguistique étudie l'influence des facteurs sociaux sur le comportement linguistique. D'une part, un même individu parle différemment dans des contextes sociaux différents, d'autre part, sa façon de parler et son répertoire linguistique révèlent son origine sociale, nationale, régionale, religieuse, etc.* » (Dictionnaire Universel Francophone, cité par Bendieb Aberkane Mehdi, 7). Et Pour le Dictionnaire de linguistique : « *la sociolinguistique est une partie de la linguistique dont le domaine se recoupe avec ceux de l'ethnolinguistique, de la sociologie du langage, de la géographie linguistique, et de la dialectologie* » (Dictionnaire de linguistique, 1994,435).

William Labov, qui est considéré comme l'un des pères fondateurs de la sociolinguistique. Définit cette dernière comme « *tout simplement de la linguistique* » (William Labov, cité par Boyer, H, 2017 ,11). C'est-à-dire l'étude de la structure et de l'évolution de la langue, que ce soit du point de vue phonologique, morphologique, syntaxique ou sémantique, mais considérées au sein du contexte social formé par la communauté linguistique.

Dans notre travail nous allons nous intéresser à l'étude de la place des langues nationales (arabe, berbère), dans les pratiques langagières des jeunes internautes Algériens. Enfait, nous avons

remarqué au premier coup que leurs publications sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, ...) ne sont pas toujours produites dans une même langue, mais plutôt dans différentes langues.

Motivation et objectif

Nous nous sommes intéressées à cette étude de recherche, en raison de la prédominance des jeunes sur les réseaux sociaux, un phénomène qui a attiré notre attention et motivé notre choix d'explorer de plus près les pratiques langagières qui émergent au sein de cette génération connectée. Notre objectif est d'approfondir notre compréhension sur la place des langues nationales chez les jeunes internautes algériens en se concentrant spécifiquement sur les réseaux sociaux.

Problématique

De nos jours, l'Internet est devenu un élément indispensable de la vie quotidienne des jeunes. Cette technologie offre une multitude d'avantages en matière de communication, d'accès à l'information et de possibilités d'interaction sociale.

Les jeunes d'aujourd'hui ont une présence significative en ligne, notamment à travers les réseaux sociaux, qui connaissent une popularité mondiale croissante, et cette tendance se manifeste également en Algérie.

Au cours des dernières années, les jeunes Algériens utilisent largement l'Internet pour se connecter, discuter et partager en ligne. On remarque que ces jeunes mélangent entre plusieurs langues pour communiquer.

Notre travail de recherche portera sur les pratiques langagières des jeunes internautes Algériens, nous tenons à déterminer la place des langues nationales au sein des réseaux sociaux chez les jeunes Algériens.

Par ailleurs, les questions de départ que nous posons sont :

- Quelles sont les langues les plus utilisées par les jeunes internautes algériens sur les réseaux sociaux ?
- Quelle place occupent les langues nationales dans les pratiques langagières des jeunes algériens sur internet ?

Nous proposons les questions secondaires suivantes :

- Comment l'utilisation des réseaux sociaux affecte-t-elle la façon dont ces jeunes internautes communiquent dans différentes langues ?
- Qu'est-ce qui motive les jeunes Algériens à utiliser les langues nationales ?

Hypothèses

Afin de répondre à nos questions de départ et à cerner les autres questions, nous allons mettre à l'épreuve les hypothèses suivantes :

- Les jeunes algériens utilisent principalement les langues nationales, telles que l'arabe classique, l'arabe dialectal et la langue berbère sur les réseaux sociaux.
- Les langues nationales pourraient occuper une place importante dans les pratiques langagières des jeunes algériens sur internet.
- Les réseaux sociaux offrent aux jeunes la possibilité de communiquer dans différentes langues en fonction de leurs intérêts et de leur environnement social.
- Les jeunes internautes algériens peuvent être motivés à utiliser les langues nationales pour communiquer plus facilement avec leur communauté.

Méthodologie et corpus

Pour notre travail de recherche, nous avons choisi d'adopter le questionnaire comme outil d'enquête qui, à notre avis, plus conforme à ce genre d'étude. Celui-ci nous permettra d'obtenir à la fois des données quantitatives, exprimées en chiffres, et des données qualitatives concernant les pratiques langagières des jeunes internautes Algériens. Et nous allons aussi analyser quelques captures d'écrans issues des réseaux sociaux de nos amis.

Nous allons distribuer notre questionnaire à quelques jeunes algériens qui font partie de nos amis sur les réseaux sociaux spécifiquement Facebook et Instagram.

Nous avons opté pour l'utilisation du questionnaire comme méthode d'enquête en raison de sa capacité de recueillir des données variées, à la fois quantitatives et qualitatives, auprès d'un large éventail de participants. Cette approche nous permettra d'obtenir des informations précieuses pour mieux comprendre les représentations et les attitudes des jeunes internautes Algériens à l'égard des langues nationales sur les réseaux sociaux.

Notre mémoire sera composé de trois (03) chapitres. Le premier chapitre s'intitule « Situation sociolinguistique en Algérie et concepts linguistiques » qui sera consacré au cadre théorique divisé en deux sous-chapitres : Le premier sur la situation linguistique en Algérie, les langues en présence et leurs statuts. Dans le second, nous abordons les différentes définitions des concepts sociolinguistiques qui ont une relation avec notre thème. Nous commencerons d'abord par définir la discipline dans laquelle nous avons inscrit notre travail à savoir la sociolinguistique générale. Puis nous aborderons les notions telles que : le contact de langue, bilinguisme, plurilinguisme, la communauté linguistique, représentation et attitudes sociolinguistique et pratiques langagières.

Le deuxième chapitre nous l'avons intitulé « les réseaux sociaux et choix méthodologiques ». Nous allons le consacrer aux réseaux sociaux avec leurs avantages et leurs

Introduction générale

inconvenients. En d'autres termes, nous tenterons dans la première partie de ce chapitre de définir les deux réseaux sociaux Facebook et Instagram. Quant à la deuxième partie de ce chapitre, elle sera consacrée à l'explication de nos choix méthodologiques.

Et enfin le troisième chapitre « analyse des données : questionnaire et captures d'écrans » concerne la partie pratique, focalisée sur l'interprétation et l'analyse des résultats obtenus par le biais de questionnaire. De plus, nous allons analyser quelques captures d'écrans issues des réseaux sociaux de nos amis. Notre objectif principal est de vérifier et d'appuyer les résultats obtenus à partir de l'enquête par questionnaire en utilisant ces captures d'écran comme des sources supplémentaires de données.

Chapitre I
Situation sociolinguistique en Algérie et concepts
linguistiques

Introduction partielle

Ce premier chapitre débutera en exposant la situation sociolinguistique en Algérie, ensuite nous allons aborder le statut des différentes langues en présence telles que l'arabe, le berbère, le français et l'anglais. Et enfin nous explorerons les concepts clés qui sous-tendent notre recherche. Cela comprendra une discussion approfondie sur des notions telles que la sociolinguistique générale, le contact de langues, le bilinguisme, le plurilinguisme, les représentations linguistiques et les attitudes linguistiques, les pratiques langagières et la communauté linguistique.

1. La situation sociolinguistique en Algérie

La situation sociolinguistique en Algérie est caractérisée par une diversité de langues, reflétant les différentes cultures et l'influence historique du pays, « *Comme dans de nombreuses régions du monde, l'Algérie offre un panorama largement riche en matière de multi ou plurilinguisme* » (AREZKI, A, 22).

La société algérienne reflète ainsi une réalité sociolinguistique dynamique, avec la présence notable de quatre langues en usage : le berbère sous ses différentes variétés, l'arabe dialectal et classique, le français qui a occupé une place prépondérante pendant la période coloniale mais est désormais considéré comme une langue étrangère, et l'anglais, qui est également présent en tant que deuxième langue étrangère.

2. Le statut des langues en Algérie

2.1 La langue arabe

La langue arabe est une langue sémitique et principalement parlée par les Arabes. Elle est largement répandue, en particulier en Algérie où elle jouit d'un statut socioculturel important. Elle est la langue officielle de nombreux pays ; cependant il convient de noter que l'arabe est découpé en deux principales variétés.

2-1.1 L'arabe classique

Également connu sous le nom de « fusha », est la forme la plus ancienne de l'arabe. La langue arabe est d'abord et avant tout la langue du Coran, le texte sacré de l'islam. A propos de cette langue, le sociolinguiste français Gilbert Grandguillaume affirme que « *L'arabe est avant tout la langue de coran, l'arabisation avant tout une motivation religieuse, car c'est par elle, par sa connaissance, que l'Algérien s'affirme et se réalise comme bon musulman, l'Islam étant la dimension essentielle de sa personnalité* » (Grandguillaume. G, 1983,130).

Dans de nombreux pays arabes, la langue arabe est présentée comme un élément essentiel de l'identité nationale et de l'unité de la nation arabe. Elle est considérée comme un symbole de la tradition et de la culture arabes. L'arabe classique est souvent utilisé dans des contextes écrits, tels que la littérature, la poésie, et les textes religieux.

Actuellement, l'usage de l'arabe classique a considérablement diminué, laissant la voie à une nouvelle forme connue sous le nom "arabe moderne". Cette variante est couramment employée dans les discours officiels, les mass médias, l'enseignement et une certaine littérature en développement. Toutefois, il est pertinent de noter que l'arabe moderne est davantage perçu comme un outil culturel utilisé principalement par une population scolarisée, plutôt que comme un moyen de communication quotidien.

En Algérie l'arabe classique est la langue nationale et officielle du pays. Ainsi, pour Rahal « *Le choix de l'arabe classique comme langue nationale et officielle unique, mutile l'identité nationale algérienne* » (Asselah-Rahal. S, 2007,14).

2-1.2 L'arabe dialectal

Également appelé arabe véhiculaire, couramment utilisé dans la vie quotidienne par les habitants des pays arabophones, et qu'est une variété informelle de la langue arabe. L'arabe dialectal varie considérablement d'un pays à l'autre, voire d'une région à l'autre, en Algérie. En effet, l'arabe dialectal pratiqué en Algérie est différent de ceux parlés dans des pays comme par exemple l'Egypte et la Syrie.

L'arabe dialectale est utilisée pour la communication informelle, les échanges commerciaux, les interactions familiales et sociales. Il est également souvent préféré pour la musique populaire, le cinéma, et la télévision, car il est plus accessible pour le grand public que l'arabe classique.

Selon Morsly : « *L'arabe dialectale qu'il est plus à la portée des jeunes indigènes que l'arabe classique, dont ils n'auront la clef qu'à la fin de leurs études* » (Morsly, cité par Chachou. I, 2013, 23).

Ainsi, en Algérie l'arabe dialectal ou « derija », c'est la langue maternelle de la plupart des Algériens, est utilisé dans la vie de tous les jours, aussi bien dans des contextes informels. Il est employé dans la rue, en famille, au travail entre collègues, et lors des échanges commerciaux au marché.

2.2 La langue berbère

La langue berbère, également connue sous le nom de « tamazight », est une langue autochtone parlée en Algérie et dans d'autres régions d'Afrique du Nord. Elle est la langue maternelle d'une partie de la population algérienne, en particulier dans les régions montagneuses et rurales. Le berbère est une langue à part entière, avec ses propres dialectes et variantes, qui jouent un rôle important dans la préservation de l'identité culturelle et ethnique des populations berbères en Algérie. Parmi ses dialectes on cite :

- **Le kabyle** : est une variété berbère parlée principalement en Kabylie, une région montagneuse (Tizi-Ouzou, Bejaia, Bouira).

- **Le targui** : c'est un dialecte parlé par le Touaregs vivant principalement dans le sud du pays, dans les régions désertiques du Sahara. Ils sont présents dans les wilayas du sud telles que Tamanrasset, Illizi, et Adrar, ainsi que dans d'autres régions proches du Sahara.
- **Le chaoui** : est une variété parlée par les Chaouis, une population habitant principalement la région des Aurès, située à l'est de l'Algérie.
- **Le mozabite** : est une variété berbère parlée par les habitants de la vallée du M'Zab, une région située dans la wilaya de Ghardaïa.

La langue berbère en Algérie est donc la langue nationale et officielle aux côtés de l'arabe depuis la révision de la constitution de 2016. Morsly déclare que : « *Tamazight, langue nationale et officielle, ce slogan qui s'était un déjà exprimé lors des manifestations du printemps berbère, s'était un peu éclipsé. Il réapparaît avec insistance en 1995, pendant la grève du cartable et plus précisément encore en 1996, quand il est question de la révision de la constitution* » (Morsly, cité par Chachou. I, 2013,91).

2.3 La langue française

La langue française occupe une place importante en Algérie en raison de l'histoire coloniale du pays. Aujourd'hui, même après l'indépendance de l'Algérie en 1962, le français conserve une forte présence dans la société algérienne. En effet, il est toujours utilisé dans l'administration publique, l'enseignement supérieur, les affaires et les médias. Gilbert affirme que : « *La langue française réfère à la colonisation et à la dépendance, mais aussi au développement, au modernisme, au schème de consommation, à tous ces thèmes qui constituent le fondement de discours national. Ces objets que le pouvoir laisse espérer, représentent la récompense à venir des efforts et des sacrifices du présent ; on y est attaché, on ne veut pas y renforcer l'attachement qu'on leur porte, le désir qu'on a de ne pas les perdre. De sorte que, tout autant que les élites favorisées sont sensibles au discours développementaliste et à ses promesses. On doit donc constater que, derrière la langue française, et ses rapports avec la science, la technique, le monde occidental, existe un univers-réel ou imaginaire-auquel on est attaché* » (Grandguillaume. G, 1983,41).

La langue française occupe une place importante en Algérie. En tant que langue étrangère, elle est enseignée dès la troisième année primaire. Bien que son importance demeure significative en tant que langue de communication internationale et langue d'enseignement dans de nombreux domaines académiques et professionnels. Son utilisation est également significative dans le monde de travail, dans l'éducation et les médias.

2.4 La langue anglaise

La langue anglaise est également présente en Algérie, comme une deuxième langue étrangère, bien qu'elle occupe une place moins prédominante que le français. Avec la

mondialisation et l'importance croissante des échanges internationaux, l'apprentissage de l'anglais est devenu de plus en plus courant en Algérie. Safia Asselah dit que « *Cette langue jouit d'un certain prestige auprès des élèves grâce à la musique et aux chansons anglo-saxonnes et grâce aussi à son statut de langue internationale. Etant donné l'impact qu'elle a en matière d'échanges commerciaux, elle tend à occuper une place plus ou moins importante dans l'enseignement algériens* » (Asselah-Rahal, S, 2007,15).

Il semble y avoir eu un changement dans le programme éducatif en Algérie concernant l'enseignement de l'anglais. Traditionnellement, l'anglais était enseigné en première année moyenne, mais depuis l'année dernière, en 2023, il est désormais enseigné en quatrième année primaire.

De nombreux jeunes Algériens apprennent l'anglais pour améliorer leurs perspectives d'emploi et pour communiquer avec des personnes du monde entier. Bien que le français conserve une plus grande influence en Algérie en raison de l'histoire coloniale du pays, l'anglais gagne en popularité en tant que langue internationale et langue de communication mondiale.

Nous allons à présent tenter de cerner les notions théoriques sur lesquelles nous allons nous appuyer pour analyser notre corpus. Mais avant cela, nous commencerons d'abord par une définition de la sociolinguistique.

3. Définition des concepts linguistiques

3.1 La sociolinguistique

La sociolinguistique s'est véritablement organisée comme discipline dans les années 60 aux USA, qui est une branche de la linguistique qui étudie les relations entre la langue et la société. Elle tente de montrer comment les facteurs sociaux tels que la classe sociale, le sexe, l'âge, etc., influencent l'utilisation et la variation linguistique. Selon Jean Louis Calvet : « *la sociolinguistique a pour objet de décrire et d'expliquer les rapports existant entre, d'une part, la société et, d'autre part, la structure, la fonction et l'évolution de la langue* ». (Calvet, J-L, 1999,15).

William Labov l'un des pères fondateurs de la sociolinguistique, Selon lui, la sociolinguistique est une discipline qui étudie la variation linguistique dans la société et ses implications sociales. Ses travaux pionniers, notamment son étude sur l'anglais de New York, ont démontré que les variations linguistiques, telles que les accents régionaux ou sociaux, ne sont pas aléatoires, mais sont systématiquement liées à des facteurs sociaux tels que la classe sociale, l'âge, le sexe et l'ethnicité.

Selon Fishman la sociolinguistique peut se résumer comme suit : « *Etudier qui parle quoi, comment où et à qui* » (Fishman, cité par KHATTALA Ismail, 2024, 3). Ainsi la sociolinguistique explore les nombreux aspects du langage dans la société. Elle se penche sur les diverses fonctions et utilisations du langage, qu'elles soient formelles ou informelles, professionnelles ou quotidiennes. D'après Baylon : « *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 linguistiques... 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 » (Baylon, cité par Marie-Christine Hazaël-Massieux). C'est-à-dire La sociolinguistique examine comment le langage est utilisé dans la société et comment il est influencé par différents facteurs sociaux. Cela comprend la façon dont le langage est utilisé dans différentes situations sociales, comment les langues sont apprises, et comment différentes communautés perçoivent leurs langues.

Après avoir défini l'objet d'étude de la sociolinguistique, nous allons maintenant aborder la première notion théorique, à savoir, le contact de langue.

3.2 Le contact de langues

Le contact de langues, est un phénomène sociolinguistique qui se produit lorsque quelqu'un utilise simultanément deux langues.

Cette notion a été introduite pour la première fois par Weinreich en 1953. Selon lui le contact de langues, « *inclut toute situation dans laquelle une présence simultanée de deux langues affecte le comportement langagier d'un individu* ». (Moreau, M, L, 1997, 94), et selon Hamers et Blanc, 1983 le contact de langues est définie comme « *un état psychologique de l'individu qui a accès à plus d'un code linguistique ; le degré d'accès varie sur certain nombre de dimensions d'ordre psychologique, cognitif, psycholinguistiques, socio-psychologique, sociologique, sociolinguistique, socio-culturel et linguistique* » (Moreau, M, L, 1997, 94-95).

Le contact de langues fait référence à la situation où deux langues ou plus entrent en interaction. Ce contact peut se produire dans divers contextes, tels que la coexistence de différentes langues dans une région géographique, les interactions entre locuteurs de différentes langues dans des situations sociales ou professionnelles, ou encore les contacts résultant de la colonisation, de la migration ou du commerce. Selon le dictionnaire linguistique : « *Le contact de langues est donc l'évènement concret qui provoque le bilinguisme ou en pose les problèmes. Le contact de langues peut avoir des raisons géographiques : aux limites de deux communautés linguistiques, les individus peuvent être amenés à circuler et à employer ainsi tantôt leur langue maternelle, tantôt celle de la communauté voisine* » (Dictionnaire Linguistique, 1994,115).

Puisqu'il existe différentes langues en Algérie, telles que l'arabe, le berbère, le français et l'anglais, nous avons jugé utile de nous intéresser à ce phénomène afin de comprendre comment les jeunes Algériens utilisent ces langues sur leurs réseaux sociaux. Par ailleurs, il y a lieu de préciser

que plusieurs phénomènes linguistiques découlent du contact des langues, notamment le bilinguisme et le plurilinguisme, que nous allons définir juste après.

3.3 Le bilinguisme

Le bilinguisme est la pratique de deux langues différentes par une société ou un individu. C'est-à-dire un bilingue c'est celui qui maîtrise parfaitement deux langues. Selon le dictionnaire linguistique définit cette notion d'une façon générale comme suit : « *Le bilinguisme est la situation linguistique dans laquelle les sujets parlants sont conduits à utiliser alternativement, selon les milieux ou les situations, deux langues différentes* » (Dictionnaire linguistique, 1994,66).

Selon Daniel ELMIGER « *Au lieu de fonder la définition du bilinguisme sur le critère d'une maîtrise maximale, certains auteurs proposent de se contenter d'une connaissance minimale, un seuil à franchir dans les langues en question, comme p. ex. Macnamara (1967) pour qui la personne bilingue doit posséder une compétence minimale dans une des quatre habiletés linguistiques. Ainsi, il tient en outre compte du fait que toutes les capacités de la personne bilingue ne sont pas nécessairement développées de manière équilibrée dans chaque langue* » (ELMIGER.D, 2000,56-57). C'est à dire il existe deux conceptions du bilinguisme : les maximalistes et les minimalistes. La première considère qu'une personne bilingue maîtrise parfaitement deux langues (compréhension et expression à l'oral et à l'écrit.) Tandis que les minimalistes soutiennent qu'un individu bilingue est simplement capable de s'exprimer et de comprendre au moins une langue, que ce soit à l'écrit ou à l'orale.

Il existe aussi deux types de bilinguisme : le bilinguisme social, concerne la présence de plusieurs langues dans une société, par exemple, en Algérie les kabylophones utilisent en plus de leur langue maternelle une langue véhiculaire : l'arabe ou le français selon le cas. Et le bilinguisme individuel, se rapport à la compétence d'un individu à utiliser deux langues différentes, par exemple une personne qui a grandi dans une famille où le français est parlé à la maison, mais qui a également appris l'anglais à l'école.

Après le bilinguisme, nous allons maintenant tenter de définir la notion de plurilinguisme.

3.4 Le plurilinguisme :

Le plurilinguisme c'est la capacité de pratiquer plus de deux langues, c'est-à-dire le plurilinguisme fait référence à la situation où une personne, une communauté où une société utilise et maîtrise plusieurs langues. Cela peut se manifester de différentes manières, telles que la capacité d'une personne à parler et comprendre plusieurs langues, ou la coexistence de plusieurs langues dans une même région ou communauté. Ainsi, Jean Dubois définit le plurilinguisme dans ces termes : « *on dit d'un sujet parlant qu'il est plurilingue quand il utilise à l'intérieure d'une même communauté plusieurs langues selon le type de communication (dans sa famille, dans ses relations sociales, dans ses relations avec l'administration, etc.). On dit d'une communauté qu'elle est*

plurilingue lorsque plusieurs langues sont utilisées dans divers types de communication » (Dubois, J, 2002 ,381). A partir de cette citation, on rend compte que le plurilinguisme peut être observé tant au niveau individuel qu'au niveau communautaire. Au niveau individuel, une personne est considérée comme plurilingue lorsqu'elle utilise plusieurs langues dans différents contextes de sa vie quotidienne, que ce soit au sein de sa famille, dans ses relations sociales, dans ses études ou au travail. Cette capacité à passer d'une langue à une autre en fonction du contexte est souvent le résultat d'une exposition précoce à plusieurs langues ou d'une acquisition ultérieure de compétences linguistiques dans différents environnements.

Au niveau communautaire, une communauté est qualifiée de plurilingue lorsque plusieurs langues sont utilisées dans divers aspects de la vie sociale, économique et administrative. Cela peut être le cas dans des sociétés où différentes langues coexistent en raison de facteurs historiques, géographiques, ou migratoires. Le plurilinguisme communautaire peut également être favorisé par des politiques linguistiques qui reconnaissent et promeuvent la diversité linguistique au sein de la société.

Nous avons choisi de nous intéresser au plurilinguisme pour comprendre comment les jeunes internautes algériens utilisent différentes langues en ligne, ce qui reflète leurs représentations linguistiques. Après avoir abordé le plurilinguisme, nous allons maintenant définir le concept de représentation et attitude linguistique.

3.5 Représentations et attitudes linguistiques :

Le concept de représentations linguistiques a émergé dans le domaine de la linguistique dans les années 1970, en grande partie grâce aux travaux de William Labov. Les représentations linguistiques font référence à l'image mentale que les locuteurs se font de leur langue, c'est-à-dire que les locuteurs pensent de leur propre langue et de la manière dont ils l'utilisent.

En effet, chaque individu a une représentation interne de sa propre langue ainsi que des langues qu'il connaît ou avec lesquelles il est en contact, et cette représentation influence la façon dont il communique et interagit avec les autres locuteurs. Sur ce sujet Kerbrat Orrecchioni montre que : *« une représentation tout d'abord : on imagine souvent que l'on parle d'une manière, alors que réellement on parle d'une autre. Une opinion ensuite : nous estimons que telle manière de parler correspond à tel statut social, à tel état d'esprit, à tel caractère, etc. (...) On peut écouter la voix de plusieurs et se faire une idée de leur honnêteté, de leur aptitude à commander, de leur caractère sympathique, sur la base de leur pratique »* (Kerbrat-Orrecchioni, C, 2005,30).

Alors, Les représentations linguistiques désignent les idées mentales que les gens ont des langues, y compris leur propre langue maternelle et d'autres langues qu'ils connaissent. Ces idées comprennent les mots, les sons, la grammaire et d'autres aspects du langage. Elles influencent la façon dont les langues sont utilisées et perçues. Certaines manières de parler peuvent être

considérées comme plus prestigieuses ou socialement valorisées, tandis que d'autres peuvent être dévalorisées.

L'attitude linguistique est évoquée lorsque nous exprimons des opinions ou des sentiments, positifs ou négatifs, envers une langue donnée. Autrement dit, l'attitude linguistique se réfère aux jugements et émotions que les individus ou les groupes expriment à l'égard d'une langue ou de ses différentes variantes.

Jean Calvet dans son ouvrage « la sociolinguistique », souligne que : « *Tout un ensemble d'attitudes, de sentiments des locuteurs face aux langues, aux variétés de langues et à ceux qui les utilisent, qui rendent superficielle l'analyse de la langue comme un simple instrument. (...), alors que les attitudes linguistiques ont des retombées sur le comportement linguistique* » (Calvet, L-J, 1993,42). Ce que cela implique, selon Calvet, c'est que ces attitudes ont des effets concrets sur le comportement linguistique des locuteurs. En d'autres termes, nos opinions et nos sentiments vis-à-vis d'une langue influencent la manière dont nous l'utilisons dans la vie quotidienne.

Nous nous sommes intéressés au concept des "représentations et attitudes linguistiques" dans le cadre de notre recherche, car nous souhaitons explorer les représentations et les attitudes des jeunes Algériens face aux langues nationales sur les réseaux sociaux. Après les représentations linguistiques, nous allons maintenant montrer comment les différents auteurs définissent les pratiques langagières.

3.6 Les pratiques langagières

Les pratiques langagières, c'est tout simplement la façon dont les gens utilisent le langage dans leur vie quotidienne. Ça inclut parler, écouter, lire et écrire. Boutet J, définit les pratiques langagières comme suit : « *D'un point de vue empirique, "pratique langagière" renvoie aux notions de "production verbale", d'"énonciation", de "parole", voire de "performance", mais il s'en distingue d'un point de vue théorique par l'accent mis sur la notion de "pratique" : le langage fait partie de l'ensemble des pratiques sociales, que ce soit des pratiques de production, de transformation ou de reproduction. Parler de "pratique", c'est donc insister sur la dimension praxéologique de cette activité. Comme toute pratique sociale, les pratiques langagières sont déterminées et contraintes par le social, et en même temps, elles y produisent des effets, elles contribuent à le transformer. Dans cette perspective, le langage n'est pas seulement un reflet des structures sociales mais il en est un composant à part entière. [...] Parler n'est pas seulement une activité représentationnelle, c'est aussi un acte par lequel on modifie l'ordre des choses, on fait bouger les relations sociales* » (Boutet, J, cité par Cambon, E, Léglise, I, 2008, 05).

Ce qui nous intéresse dans ce concept " pratiques langagières", c'est que nous allons explorer de plus près les pratiques langagières des jeunes Algériens qui émergent au sein de cette génération connectée. Ainsi, pour bien réussir dans cette entreprise, nous avons pensé qu'il est utile d'aborder la notion de communauté linguistique.

3.7 La communauté linguistique

La notion de communauté linguistique a été proposée par William Labov, selon lui « *Il serait faux de concevoir la communauté linguistique comme un ensemble de locuteurs employant les mêmes formes. On la décrit mieux comme étant un groupe qui partagent les mêmes normes quant à la langue* » (Labov, W, Cité par Calvet, J-J, 1993,66). Labov insiste ici sur le fait qu'une communauté linguistique ne se définit pas uniquement par le fait que ses membres utilisent exactement les mêmes formes linguistiques. Au lieu de cela, il met en avant l'idée que ces communautés partagent des normes linguistiques communes.

Pour le dictionnaire Larousse, « *on appelle communautés linguistique un groupe d'êtres humains utilisant la même langue ou le même dialecte à un moment donné et pouvant communiquer entre eux* » (Larousse, 1994.93). Donc, La communauté linguistique c'est un milieu social parlant une même langue, autrement dit c'est lorsqu'un groupe social partage une langue commune.

Ainsi, une communauté linguistique peut également être définie comme un environnement social où les individus interagissent, échangent et partagent des expériences en utilisant une langue commune ou un dialecte similaire. Cette communauté peut se former autour de l'utilisation quotidienne de la langue dans divers contextes tels que le travail, l'éducation, la religion, les médias, etc.

Notre recherche se focalise sur la communauté des jeunes internautes algériens, ce qui suscite notre intérêt pour le concept de communauté linguistique.

Conclusion partielle

Dans ce premier chapitre théorique, nous avons d'abord commencé par la présentation de la situation sociolinguistique en Algérie, et le statut des langues en présence. Ensuite, nous avons essayé de cerner les différents concepts théoriques que nous avons jugés importants avec notre thème de recherche.

Dans le prochain chapitre, nous allons nous focaliser sur les réseaux sociaux et notre choix méthodologique.

Chapitre II

Les réseaux sociaux et choix

Méthodologiques

Introduction partielle

Dans ce deuxième chapitre, nous commencerons par un bref historique des réseaux sociaux, puis nous les définirons. Nous examinerons ensuite les avantages et les inconvénients de ces réseaux sociaux, en mettant l'accent sur deux types de ces dernières qui sont Facebook et Instagram, car notre étude se concentre principalement sur eux. Enfin nous détaillerons nos choix méthodologiques concernant notre thème de recherche. Dans cette partie nous débiterons par une explication de ce que représente ce choix dans le cadre de notre recherche. Ensuite, nous aborderons la notion d'enquête, nous discuterons également de l'enquête par questionnaire, en mettant en lumière les différents types de questions qui peuvent être utilisées et leurs objectifs, nous allons également aborder les variables quantitatives et qualitatives concernant la construction de notre corpus. Par la suite, nous présenterons notre propre enquête, en précisant le déroulement de l'enquête, les défis que nous avons rencontrés lors de cette enquête. Enfin, nous allons définir l'échantillonnage, et de présenter notre échantillonnage ainsi que la présentation de notre public.

1- Bref historique des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ont commencé à devenir populaires au début du XXI^e siècle grâce aux nouvelles technologies numériques. Selon Bernardon Margot : « *Les réseaux sociaux sur internet ont été découverts aux États-Unis en 1995 avec l'apparition du premier réseau social apparu sur Internet par Randy, il s'agissait d'un service de réseautage social appelé Classmates. Cependant ils n'ont été connus par tous les continents qu'en 2004. Les réseaux sociaux se sont développés sur Internet à partir du début du XXI^e siècle suite à l'apparition des nouvelles technologies numériques* » (Bernardon. M, 2016).

Ainsi, les réseaux sociaux ont évolué rapidement depuis la fin des années 1990. Malick (2024), a résumé l'évolution des réseaux sociaux comme suit :

- En 1997, Sixdegrees.com a été le premier réseau social majeur, permettant aux utilisateurs de créer des profils, de se connecter avec d'autres personnes et d'échanger des messages.
- En 1999, MSN (plus tard Windows Live Messenger) et Blogger ont été lancés, permettant respectivement des discussions en ligne et la création de blogs.
- En 2000, Hot or Not a introduit le concept de notation des photos des utilisateurs, influençant potentiellement les fondateurs de Facebook.
- En 2002, Friendster et Myspace ont popularisé les réseaux sociaux en ligne, bien que Friendster ait rencontré des difficultés à gérer son nombre croissant d'utilisateurs.
- En 2003, Mark Zuckerberg a lancé Facemash, qui est devenu Facebook en 2005, et des plateformes de partage de photos comme Flickr et Photobucket ont été lancées.
- En 2005, YouTube a été créé, permettant aux utilisateurs de partager des vidéos en ligne.

- En 2006, Twitter a été lancé, introduisant le concept de microblogging avec des "tweets", et LinkedIn a également connu un succès croissant comme plateforme professionnelle.
 - En 2010, Instagram a été fondé, centré sur le partage de photos et de vidéos.
 - En 2011, Snapchat est apparu, proposant un moyen de partager des messages éphémères.
 - En 2017, TikTok a été lancé sur les marchés internationaux, offrant une plateforme de partage de vidéos populaires, déjà présente en Chine sous le nom de Douyin depuis 2016.
- Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont omniprésents dans nos vies, avec des plateformes telles que Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, Tik-tok, Snapchat, etc.

2- Définition des réseaux sociaux

Le terme "réseau social" trouve ses origines aux États-Unis, avec la création en 1995 du premier réseau social nommé ClassMates. Selon Yves Collard : *« un réseau social numérique est un site web (ou même, une application) qui permet à ses membres de créer une page personnelle afin de partager et d'échanger des informations, photos ou vidéos avec un réseau d'utilisateurs, et de consulter leurs publications. Cette définition englobe des sites aussi divers que eBay, Wikipédia, LinkedIn, YouTube, Twitter, Ask ou encore, Snapchat. Le plus connu d'entre eux, c'est Facebook, et ses usages multiples : l'expression, le partage, la rencontre, le jeu »* (Collard, Y, 2017,07).

Les réseaux sociaux sont donc des plateformes en ligne qui permettent aux individus de créer des profils personnels ou professionnels, de se connecter avec d'autres utilisateurs, et d'interagir en partageant du contenu, des messages, des photos, des vidéos, ou en participant à des discussions. Ces plateformes facilitent la création et le maintien de relations sociales, ainsi que le partage d'informations et d'intérêts communs entre les utilisateurs. D'après Gil Adamy, montre que *« les réseaux sociaux permettent d'échanger des messages publics ou privés, les liens hypertexte, des vidéos, des photos, des jeux, etc. avec d'autres membres inscrit sur le même réseau. Mais ce qui fait l'intérêt fondamental d'un réseau social, c'est la possibilité d'ajouter des contacts avec qu'on appelle des « amis », et de gérer une liste de contacts avec qui on peut échanger tout et rien de façon globale ou individuelle »* (Gil. A, 2013,29).

Ainsi Les réseaux sociaux sont devenus une partie essentielle de notre vie quotidienne depuis leur création. De plus en plus de personnes les utilisent, que ce soit pour des raisons professionnelles ou personnelles. Certains les utilisent pour se connecter avec des collègues, chercher des opportunités de travail ou développer leur réseau professionnel. D'autres les utilisent pour rester en contact avec des amis et de la famille, partager des moments de leur vie et rester informés sur ce qui se passe dans le monde.

2.1 Les avantages des réseaux sociaux et leurs inconvénients

Aujourd'hui, les réseaux sociaux font partie intégrante de notre quotidien. Ils sont devenus un élément essentiel de la façon dont nous interagissons, partageons des informations et maintenons nos relations sociales.

Ainsi, les réseaux sociaux offrent une multitude d'avantages qui impactent différents aspects de nos vies. Tout d'abord, ils facilitent la communication et la connexion avec nos amis, notre famille, quel que soit l'endroit où nous nous trouvons. Grâce aux réseaux sociaux, il est plus facile que jamais de rester en contact, d'échanger des nouvelles, des photos et des vidéos en temps réel. De plus, ces plateformes nous offrent un moyen pratique de découvrir de nouveaux contenus et de rester informés sur les dernières actualités, tendances et événements.

Cependant, l'utilisation des réseaux sociaux comporte également des inconvénients. Les risques pour la vie privée sont omniprésents, avec la possibilité que les informations personnelles soient divulguées involontairement. De plus, « la cyberintimidation » qui est l'un des pires effets des réseaux sociaux, cela peut prendre diverses formes, telles que l'envoi de messages offensants ou menaçants, le partage de rumeurs ou de photos embarrassantes, la création de faux profils pour humilier quelqu'un, ou encore le piratage de comptes personnels pour diffuser des informations privées. Selon Institut national de santé publique du Québec « *La cyberintimidation chez les jeunes est une problématique relativement nouvelle associée à la démocratisation des technologies de la communication et à l'utilisation des réseaux sociaux. Les personnes utilisatrices de sites de réseautage social seraient proportionnellement plus nombreuses à être victimes de cyberintimidation* » (Institut national de santé publique du Québec, 2024). « La cyberintimidation » peut avoir de graves répercussions sur la santé mentale, l'estime de soi et le bien-être émotionnel des victimes, et peut parfois même entraîner des conséquences tragiques, comme le suicide. En outre, l'utilisation excessive des réseaux sociaux peut entraîner une dépendance et une diminution de la productivité.

2.2 Facebook

Facebook est un réseau social sur Internet, qui a été lancé en 2004 par Mark Zuckerberg. Est un réseau extrêmement populaire qui offre une plateforme permettant de rester en contact avec des amis, de partager des centres d'intérêt et de rejoindre des groupes. Selon le dictionnaire de l'information et de la communication le définit « *comme un site de communication sociale, fondé en 2004, permet de partager les pages de profils, au début, il était mis à la disposition des étudiants et du personnel de l'université, puis, il est généralisé à tout le monde, ensuite, disponible aux lycéens, à certains sociétés et ouvert à toute personne âgée plus de 13 ans. Ouvrir un compte ça implique d'avoir une adresse email pour confirmer l'inscription et s'identifier davantage, le compte devient accessible dès lors* » (Cité par Abdiche. S, 2019,07).

Le Facebook donc est un réseau social en ligne où toute personne possédant un compte peut créer son profil et y publier des informations. Ce réseau permet aux utilisateurs de se connecter avec des amis, de partager du contenu tel que des photos, des vidéos, des statuts et des liens vers d'autres pages web, et d'interagir avec le contenu publié par d'autres utilisateurs en aimant, en commentant ou en partageant. D'après Pierre-Luc Pouliot, « *Facebook est un réseau social sur Internet permettant à toute personne possédant un compte de créer son profil et d'y publier des informations, dont elle peut contrôler la visibilité par les autres personnes possédant ou non un compte. L'usage de ce réseau s'étend du simple partage d'informations d'ordre privé (par le biais de photographies, liens, textes, etc.)* » (Pouliot, P-L, 2011,02).

2.3 Instagram

Instagram est un réseau en ligne, similaire à Facebook qui permet aux utilisateurs de partager des photos et des vidéos, ainsi que de les modifier avec divers filtres et outils créatifs. Fondée en 2010 et acquise par Facebook en 2012, Mylène montre qu'Instagram est « un réseau social spécialisé dans le partage de photos et vidéos. Cela représente aujourd'hui 800 millions d'utilisateurs dont 500 millions au quotidien dans le monde. Cet outil est surtout utilisé par une clientèle jeune (41% ont moins de 24 ans) qui peut même s'en servir comme guide pour s'inspirer et repérer les endroits incontournables d'un territoire (34% des voyageurs s'en servent en ce sens). Les sujets de prédilection sont la décoration, la mode / beauté, la nourriture et le tourisme. Le but initial était de poster de l'instantané. Ce n'est plus aussi vrai aujourd'hui mais se fait toujours depuis un mobile ». (Mylène, Instagrameuse, 2017,01). Instagram est une application de réseaux sociaux qui permet aux utilisateurs de partager des photos et des vidéos avec leurs amis et leurs abonnés. Les utilisateurs peuvent publier du contenu sur leur profil, ajouter des légendes, des filtres et des hashtags pour rendre leurs publications plus faciles à découvrir par d'autres utilisateurs. Ils peuvent également interagir avec les publications d'autres personnes en les aimants, en les commentant ou en les partageants. Instagram offre également la possibilité de suivre d'autres utilisateurs pour voir leur contenu. Selon Valérie MARCH, « Instagram a été créé initialement pour permettre aux mobinautes d'améliorer le rendu de photos prises avec leur smartphone et de les partager avec leurs amis et contacts. Sans être membre d'Instagram, vous avez déjà vu ces photos au style très reconnaissable, carrés est retravaillées des filtres » (Véline.M, 151, 2015).

Instagram est devenue l'une des plateformes de médias sociaux les plus populaires au monde, avec des centaines de millions d'utilisateurs actifs quotidiennement. Après avoir tenté de définir les réseaux sociaux, nous allons dans les paragraphes qui vont suivre aborder nos choix méthodologiques.

3- Le choix méthodologique

Le choix méthodologique ou la démarche méthodologique désigne l'ensemble des étapes, des approches et des outils utilisés pour mener à bien une recherche ou un projet. Cela comprend la construction du travail, ainsi que la sélection des méthodes et des techniques appropriées pour atteindre les objectifs fixés. Selon Maurice Angers « *Le choix de la méthodologie en science humaines se fait principalement entre six méthodes et techniques de recherche : l'observation en situation, l'entrevue de recherche, le questionnaire ou le sondage, l'expérimentation, l'analyse de contenu et l'analyse de statistique. La méthode d'enquête qui permet l'étude de population, est utilisée dans certaines d'entre elles. L'investigation peut se faire de manière directe ou indirecte... L'investigation se différencie aussi selon que l'examen porte des individus isolés ou sur un ou des groupes et selon qu'il s'agit de prélever des données à des fins de traitement quantitatif ou qualitatif* » (Angers, M, 2014, 56).

Dans le cadre de notre travail de recherche, nous avons opté pour deux outils de recueil de données : un questionnaire destiné aux jeunes internautes Algériens spécifiquement nos amis sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram), nous reviendrons un peu plus sur ce choix méthodologique. Ainsi un corpus composé de contenus des capteurs d'écran de publications de ces jeunes internautes.

3.1 L'enquête

Une enquête est une méthode de recherche utilisée pour recueillir des données et des informations pertinentes sur un sujet spécifique. Elle implique généralement la collecte systématique de données auprès d'un échantillon de personnes dans le but de comprendre, d'évaluer ou de mesurer certains aspects de la réalité.

Puisque notre travail de recherche s'inscrit dans le domaine de la sociolinguistique qui a pour objet d'étudier la langue dans une société donnée, l'utilisation de l'enquête est une méthode de recherche fréquemment employée dans ce domaine. Selon Calvet et Dumond. P : « *la sociolinguistique étudie ces rapports dans la vie sociale en collectant les données à analyser in vivo, c'est-à-dire auprès d'un échantillon représentatif de la communauté linguistique, par le moyen d'instrument qui assurent aux résultats de la recherche objectivité et fiabilité. Le questionnaire occupe une position de choix parmi les instruments de recherche mis à contribution par le sociolinguiste car il permet d'obtenir des données recueillies de façon systématique et se prêtant à une analyse quantitative* » (Calvet, J-L, Dumont, P, 1999,15).

Ainsi, plusieurs méthodes existent de collecte de données en sociolinguistique, telles que le questionnaire, l'entretien, l'observation, l'enregistrement audio ou vidéo, etc. Pour notre part, comme nous l'avons déjà mentionné, nous avons choisi le questionnaire comme outil de recueil de données.

3.1.1 L'enquête par questionnaire

Le questionnaire est l'un des outils les plus couramment utilisés dans les enquêtes sociolinguistiques. C'est un instrument de collecte de données structuré, composé d'un ensemble de questions préétablies posées aux participants dans le but de recueillir des informations sur un sujet spécifique lié à la langue et à la société. D'après R. Ghilgion et B. Matalon le questionnaire est défini comme suit : « *un des instruments rigoureusement standardisé à la fois dans le texte des questions et dans leur ordre. Toujours pour assurer la comparabilité des réponses de tous les sujets, il est absolument indispensable que chaque question soit posée à chaque sujet de la même façon, sans adaptation ni explication complémentaire laissées à l'initiative de l'enquêteur* » (R. Ghilgion et B. Matalon, 1998, 98).

Dans le contexte de la sociolinguistique, l'objectif d'un questionnaire est de recueillir des données sur les pratiques linguistiques, les attitudes linguistiques et les perceptions des locuteurs dans une communauté ou un groupe. Calvet montre l'objet du questionnaire comme suit : « *Le sociolinguistique élabore le questionnaire dans le but de confronter avec les données empiriques la pertinence des questions qu'il se propose d'élucider et de confirmer la validité des hypothèses postulées dans la phase préliminaire de sa recherche, il est nécessaire d'administrer à l'échantillon construit un questionnaire standard, c'est-à-dire, idéalement, un questionnaire comprenant les mêmes questions pour tous les groupes et sous-groupes, administré dans les mêmes conditions, sans adaptation ni explication* » (J. Calvet et P. Dumont, 1999, 15-16). Dans d'autres termes, pour assurer la fiabilité des résultats, il est essentiel d'administrer le même questionnaire à l'ensemble des participants, sans aucune modification ou explication supplémentaire, afin de garantir la comparabilité des données recueillies.

Nous avons choisi d'utiliser le questionnaire comme un outil d'enquête parce que cette méthode permet de recueillir des données à la fois quantitatives et qualitatives. En le partageant sur les réseaux sociaux, nous pouvons toucher un large public, y compris nos amis vivant en dehors de notre région et de notre pays.

3.1.2 Les types de questions dans un questionnaire

Dans un questionnaire, la question est en effet un élément essentiel de mesure qui permet de recueillir des informations auprès des participants. Il existe généralement trois types de questions :

3.1.2.1 Les questions fermées

Les questions fermées sont celles où les participants ont des choix prédéfinis parmi lesquels ils doivent sélectionner leur réponse. Selon François de SINGLY : « *Les questions fermées sont celle où les personnes interrogées doivent choisir entre des réponses déjà formulées à*

l'avance. » (SINGLY. F, 1992, 66). En répondant à ces questions, les personnes interrogées n'ont pas besoin de formuler leurs propres réponses, mais peuvent plutôt choisir parmi les options qui leur sont présentées. Exemples : -A quelle point utilisez-vous les langues nationales dans vos publications sur les réseaux sociaux ? (toujours, rarement, parfois, jamais)

- Comment vous sentez-vous lorsque vous utilisez les langues nationales sur vos réseaux sociaux ?
(Très fier, fier, neutre, pas fier)

3.1.2.2 Les questions ouvertes

Contrairement aux questions fermées, les questions ouvertes permettent aux participants de répondre librement, sans être limités par des choix prédéfinis. Selon Hervé Fenneteau : « *Quand on emploie une question ouverte, on formule une interrogation sans fournir de modalités de réponse. La personne interrogée peut dire ce qu'elle veut ; aucune suggestion ne lui est présentée* ». (Fenneteau. H, 2002,58). Ainsi, ils sont encouragés à exprimer leurs opinions, leurs expériences ou leurs idées de manière plus détaillée. Exemples :

-Quelle est votre langue maternelle ?

-Que représentent pour vous ces langues ? (arabe, kabyle, français et anglais).

-Quelle(s) langue(s) utilisez-vous sur vos réseaux sociaux dans les situations suivantes ? (entre famille, entre amis et dans le cadre professionnel).

3.1.2.3 Les questions semi-fermées (mixtes)

Ces questions sont un mélange de questions fermées et ouvertes. Elles peuvent commencer par une question fermée pour orienter les participants vers des choix précis, puis suivre avec une question ouverte pour leur permettre d'ajouter des explications détaillées à leurs réponses. Exemples :

- Quelle est la langue que vous utilisez le plus souvent sur vos réseaux sociaux ? (Arabe, kabyle, français, anglais, autre...). Pourquoi ?

- Vous arrive-t-il de mélanger plusieurs langues quand vous parlez ? (Oui, non)

Si oui lesquelles ? Pourquoi ?

- Pensez-vous que l'utilisation des langues nationales sur les réseaux sociaux facilite la communication par rapport à d'autres langues ? (oui, non). Pourquoi ?

- D'après vous l'utilisation des langues nationales dans les réseaux sociaux est importante ? (oui, non), Pourquoi ?

- Dans quelle langue préférez-vous publier vos publications dans les réseaux sociaux ? (Arabe, kabyle, français, anglais, autre...). Pourquoi ?

3.1.3 Tableau N°1 : les objectifs des questions posées aux jeunes internautes Algériens

Le tableau qui suit montre de façon détaillée les objectifs des questions de notre questionnaire :

Questions	Objectifs
01-Quelle est votre langue maternelle ?	Son objectif est de savoir si la langue maternelle influence les choix linguistiques des jeunes internautes Algériens.
02- Que représentent pour vous ces langues ? (arabe, kabyle, français et anglais).	Son objectif est de comprendre comment les jeunes Algériens perçoivent et utilisent ces langues sur les réseaux sociaux, afin d'explorer l'importance et l'influence de chaque langue dans leur pratiques langagières.
03- Quelle est la langue que vous utilisez le plus souvent sur vos réseaux sociaux ? (Arabe, Kabyle, Français, Anglais ; autres)	Le but de cette question est de déterminer la langue dominante dans les réseaux sociaux chez les jeunes internautes Algériens.
04- Vous arrive-t-il de mélanger plusieurs langues quand vous parlez ? Si oui Lesquelles ?	Son objectif est de savoir si les jeunes Algériens mélangent différentes langues quand ils parlent sur les réseaux sociaux. Si c'est le cas, on veut savoir quelles langues ils mélangent le plus souvent.
05- Quelle(s) langue(s) utilisez-vous sur vos réseaux sociaux dans les situations suivantes ? : (Entre famille, Entre amis, Dans le cadre personnel, Dans le cadre professionnel).	Son but est de savoir comment les jeunes Algériens choisissent les langues en fonction du contexte de leur communication.
06- Pensez-vous que l'utilisation des langues nationales sur les réseaux sociaux facilite la communication par rapport à d'autres langues ?	Cette question vise à explorer si les jeunes internautes algériens trouvent plus facile de s'exprimer en utilisant les langues nationales par rapport à d'autres langues. Cela permettrait de comprendre comment les langues nationales influencent la facilité de communication pour cette population.
07- D'après vous l'utilisation des langues nationales dans les réseaux sociaux est	Cette question vise à connaître l'opinion des jeunes internautes algériens sur l'importance

importante ? Pourquoi ?	d'utiliser les langues nationales sur les réseaux sociaux.
08- Dans quelle langue préférez-vous publier vos publications dans les réseaux sociaux ? (Arabe, Kabyle, Français, Anglais ; Autre). Pourquoi ?	En posant cette question, on cherche à recueillir des informations sur la langue dans laquelle les jeunes Algériens préfèrent partager leur contenu sur les réseaux sociaux, ainsi que les raisons qui motivent ce choix.
09- A quelle point utilisez-vous les langues nationales dans vos publications sur les réseaux sociaux ? (Toujours, Parfois, rarement, Jamais)	Cette question vise à évaluer la fréquence à laquelle les jeunes internautes algériens utilisent les langues nationales dans leurs publications sur les réseaux sociaux.
10- Comment vous sentez-vous lorsque vous utilisez les langues nationales sur vos réseaux sociaux ? (Très fier(e), Fier(e), Neutre, Pas fier(e))	Cette question vise à évaluer le sentiment de fierté des jeunes internautes algériens à l'égard de l'utilisation des langues nationales sur les réseaux sociaux.

Après avoir identifié les objectifs de nos questions qui sont destiné aux jeunes internautes Algériens, nous allons maintenant aborder les variables qualitatives et quantitatives. Ces dernières sont essentielles pour analyser les réponses des participants à notre questionnaire. Et l'analyse des captures d'écran.

3.1.4 Variables qualitatives et variables quantitatives

Chaque question du questionnaire est associée à une variable statistique, qui représente un ensemble de réponses obtenues auprès des enquêtés. Mélanie Le Goff affirme que « *Pour chaque question posée dans le questionnaire, le statisticien va définir une variable. Une variable, c'est un objet statistique dans lequel on va ranger toutes les valeurs obtenues auprès de tous les enquêtés pour une même question posée* » (Goff. M, 1).

Les variables se divisent généralement en deux catégories principales : les variables quantitatives et les variables qualitatives. Les variables quantitatives représentent des données mesurables ou compteuses, telles que la taille, le poids, l'âge, etc. Les variables qualitatives correspondent à des informations que l'on ne peut pas mesurer, comme le sexe ou la couleur des cheveux par exemple. Selon Olivier Martin : « *deux grands de variables peuvent être distingués : les variables quantitatives, qui expriment des grandeurs non quantifiables, et les variables qualitatives, qui reflètent des grandeurs non quantitatives, des « qualités »* » (Martin. O, 2007,07).

Pour notre méthode d'enquête basée sur le questionnaire, nous avons utilisé deux approches d'analyse : quantitative et qualitative. Dans l'analyse quantitative, nous chercherons à mettre en évidence les différents rapports entre les résultats obtenus et les différentes variables

possibles, afin de dégager certains éléments clés. Quant à l'analyse qualitative, nous étudierons des énoncés produits par les jeunes internautes comme réponses aux questions ouvertes et semi-fermées. De plus, nous allons essayer d'analyser quelques captures d'écrans issues des réseaux sociaux de nos amis. Notre objectif principal est de vérifier et d'appuyer les résultats obtenus à partir de l'enquête par questionnaire en utilisant ces captures d'écran comme des sources supplémentaires de données. Et notre but est de savoir les langues utiliser sur les réseaux sociaux de ces deux derniers mois avril et mai, a fin d'identifier la place des langues nationales dans leurs pratiques langagières.

3.2 Notre enquête

Pour réaliser cette recherche, nous avons choisi l'enquête comme méthode de travail : Nous avons mené notre étude auprès des jeunes internautes Algériens, qui se distinguent par leur utilisation de plusieurs langues, incluant le kabyle, l'arabe (classique, dialectal), ainsi que le français et parfois l'anglais. Dans le but de dégager la place des langues nationales telles que le kabyle et l'arabe dans leurs pratiques langagières sur leurs réseaux sociaux (Facebook, Instagram).

Pour mener à bien notre étude, nous avons utilisé un questionnaire distribué à quelques amis via nos réseaux sociaux, en particulier Facebook et Instagram. Nous avons cherché à comprendre leurs représentations et leurs attitudes envers les langues qu'ils utilisent fréquemment, afin de déterminer la place des langues nationales, en tenant compte des variables telles que le sexe, l'âge et le lieu d'habitation, le niveau d'instruction. De plus, nous avons choisi d'étudier quelques captures d'écran basées sur des publications publiés par ces internautes dans les réseaux sociaux Facebook et Instagram. Le corpus de base de notre recherche se compose de 33 publications Partagées de deux derniers mois avril et mai de cette année.

3.3 Déroulement de l'enquête

L'enquête a été réalisée au mois de mai de l'année en cours. Notre plan était d'interroger les jeunes qui font partie de nos amis sur les réseaux sociaux. Pour ceux qui se trouvaient dans notre région, nous avons prévu de les rencontrer face à face. Quant à ceux qui étaient en dehors de la région, nous avons envoyé le questionnaire via un site web.

3.4 Les difficultés rencontrées lors de l'enquête

Comme dans toute recherche, nous avons rencontré des obstacles. Nous avons distribué le questionnaire à 60 personnes et en avons récupéré 45. Au cours de notre enquête, certains jeunes ont refusé de participer en raison de leur indisponibilité, et le non maîtrise de la langue française pour d'autres. En outre, même parmi ceux qui ont accepté de participer, nous avons rencontré des difficultés liées à des réponses incomplètes. Mais un bon nombre de personnes interrogées ont volontiers accepté de remplir notre questionnaire. Et concernant les captures d'écrans, nous avons

prévu de sélectionner un échantillon de 45 publications par personne, mais comme beaucoup de nos enquêtés ne publient pas souvent sur leurs réseaux sociaux, nous avons sélectionné seulement 33 publications.

4- L'échantillonnage

Après avoir présenté notre méthode d'enquête, nous abordons maintenant le choix de notre échantillon, qui représente l'une des étapes essentielles dans toute recherche.

Ainsi, L'échantillonnage, simplement dit, consiste à interroger un groupe spécifique de personnes qui nous aidera à obtenir diverses informations dans différents domaines. Selon Gaspard Claude : « *L'échantillonnage est un procédé qui permet de définir un échantillon dans un travail d'enquête. Il s'agit d'étudier une partie sélectionnée pour établir des conclusions applicables à un tout. En d'autres termes, l'échantillonnage est une sélection précise de personnes ciblées pour réaliser un entretien, un focus group, un sondage ou un questionnaire* » (Claude. G, 2019).

4.1 Notre échantillon

Notre recherche vise un public bien précis, il s'agit bien des jeunes internautes algériens, particulièrement nos amis sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram). Nous avons choisi ce public restreint car, étant nos amis, ils répondront plus facilement à notre questionnaire. Cette proximité nous permet d'obtenir des réponses honnêtes et directes, ce qui nous aide à mieux comprendre leurs attitudes et représentations envers l'utilisation des langues nationales et à déterminer la place de ces langues.

4.2 Tableau N°2 : Présentation de notre public

Q : Questionnaire

F : Femme

H : Homme

Les enquêtés	Sexe		Age	Niveau d'instruction	Lieu d'habitation
	Femme	Homme			
QF1	*		22ans	Universitaire	Bejaia
QF2	*		20ans	C.E.M	Bejaia
QF3	*		36ans	Universitaire	France
QF4	*		27ans	3AS	Bejaia
QF5	*		23ans	Universitaire	Bejaia
QF6	*		20ans	Universitaire	Alger
QF7	*		20ans	Universitaire	Bejaia
QF8	*		22ans	Universitaire	Bejaia
QF9	*		31ans	Universitaire	Bejaia
QF10	*		23ans	Universitaire	Canada
QF11	*		26ans	Universitaire	Bejaia
QF12	*		38ans	Lycée (3AS)	Bejaia
QF13	*		23ans	Universitaire	Canada
QF14	*		23ans	Universitaire	Bejaia
QF15	*		25ans	Universitaire	Bejaia
QF16	*		23ans	Universitaire	Bejaia
QF17	*		23ans	C.E.M	Bejaia
QF18	*		28ans	3 AS	Chlef
QF19	*		25ans	Universitaire	Bejaia
QF20	*		22ans	C.E.M	Bejaia
QF21	*		39ans	Lycée	Bordj-Bou Arreridj
QF22	*		25ans	Universitaire	Bejaia
QF23	*		29ans	Universitaire	Chlef
QF24	*		22ans	C.E.M	Clef-Bejaia
QH25		*	37ans	C.E.M	Tizi-Ouzou
QH26		*	28ans	3 AS	Chlef
QH27		*	26ans	Universitaire	France
QH28		*	33ans	Lycée	Alger
QH29		*	26ans	C.E.M	Bejaia
QH30		*	28ans	Lycée	Alger
QH31		*	20ans	Universitaire	Bouira

QH32		*	25ans	Universitaire	Bejaia
QH33		*	27ans	Universitaire	Bejaia
QH34		*	40ans	3 AS	Bejaia
QH35		*	27ans	Lycée	Béjaia
QH36		*	35ans	Universitaire	Alger
QH37		*	26ans	Universitaire	Bejaia
QH38		*	22ans	Universitaire	Tizi-Ouzou
QH39		*	21ans	Universitaire	Bejaia
QH40		*	22ans	Universitaire	Bouira
Q4H1		*	25ans	Universitaire	Bouira
QH42		*	30ans	Lycée (3AS)	Bejaia
QH43		*	24ans	Lycée	Alger
QH44		*	23ans	Universitaire	Bejaia
QH45		*	23ans	Universitaire	Bejaia

D'après ce tableau on constate que notre public se compose d'un nombre restreint de 45 personnes, originaires de différentes wilayas d'Algérie telles que Bejaia, Bouira, Chlef, Tizi-Ouzou, Bordj-Bou-Argeridj, Alger, Boumerdes, ainsi que des pays étrangers tels que la France et le Canada. Les participants sont âgés de 20 ans à 40 ans. Dans notre échantillon, nous comptons 24 femmes et 21 hommes.

Conclusion Partielle

Dans cette partie, on a fait recours à la présentation d'un bref historique des réseaux sociaux, suivi de leurs définitions. Nous avons ensuite examiné leurs avantages et inconvénients, en mettant l'accent sur Facebook et Instagram, les deux principaux réseaux sociaux de notre étude. Enfin, nous avons détaillé nos choix méthodologiques, en expliquant l'importance de ces décisions dans notre recherche. Nous avons également abordé la méthodologie d'enquête, en mettant en lumière les différentes questions possibles, et présenté notre propre enquête en détaillant le terrain, les défis rencontrés et la constitution de notre corpus.

Dans le prochain chapitre Dans la prochaine étape, qui clôture notre recherche, nous aborderons l'analyse des données. Tout en restant objectif, notre but sera de répondre aux questions initiales de notre recherche. Nous chercherons à comprendre la place qu'occupent les langues nationales ainsi que les représentations des utilisateurs sur les réseaux sociaux.

Chapitre III
Analyse des données :
Questionnaire et captures d'écrans

Introduction partielle

Après la définition de diverses notions méthodologiques importantes pour mener notre recherche qui a pour but d'étudier les langues nationales utilisées sur les réseaux sociaux, nous allons dans ce chapitre tenter de faire une analyse sociolinguistique de notre corpus. En fait, notre objectif est de mettre en lumière la place des langues nationales chez les jeunes internautes algériens, en particulier parmi nos amis sur les réseaux sociaux tels que Facebook et Instagram. Pour ce faire, nous allons étudier les réponses recueillies auprès de ces jeunes par le biais du questionnaire, en utilisant à la fois les deux méthodes d'analyse quantitative et qualitative en tentant d'interpréter ces réponses pour mieux comprendre leurs attitudes et comportements linguistiques.

En outre, nous analyserons également quelques captures d'écran des publications de nos enquêtés sur les réseaux sociaux. Notre objectif principal est d'enrichir les résultats obtenus à partir de l'enquête par questionnaire en utilisant ces captures d'écran comme sources supplémentaires de données.

1. Analyses du questionnaire

D'après les questionnaires distribués, nous avons obtenus des résultats que nous résumons ainsi :

1: La langue maternelle

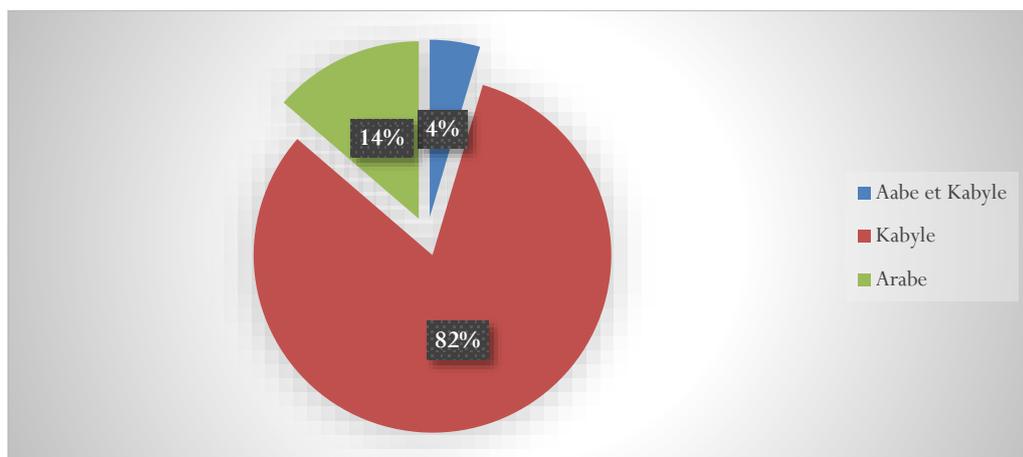


Diagramme (03) : la langue maternelle des enquêtés

« Quelle est votre langue maternelle ? », Cette question est la première posée à notre public d'enquêté. Nous avons remarqué que 37 locuteurs dont 20 femmes et 17 hommes qui représentent 82%, ont comme langue maternelle le kabyle. Ces locuteurs sont originaires de kabylie, principalement de la région de Bejaia, ainsi que de Tizi-Ouzou et de Bouira. Pour le reste des locuteurs, 14% ont comme langue maternelle l'arabe. Ces locuteurs sont trois (03) femmes, dont l'une est originaire d'Alger et les deux autres de Chlef, ainsi que trois hommes originaire d'Alger. Les 4% restant ont pour langue maternelle le kabyle et l'arabe. Ces informateurs sont : QF24 et QH26 tous les deux sont de Bejaia originaires de Chlef.

2: Représentations des langues nationales

A-Arabe

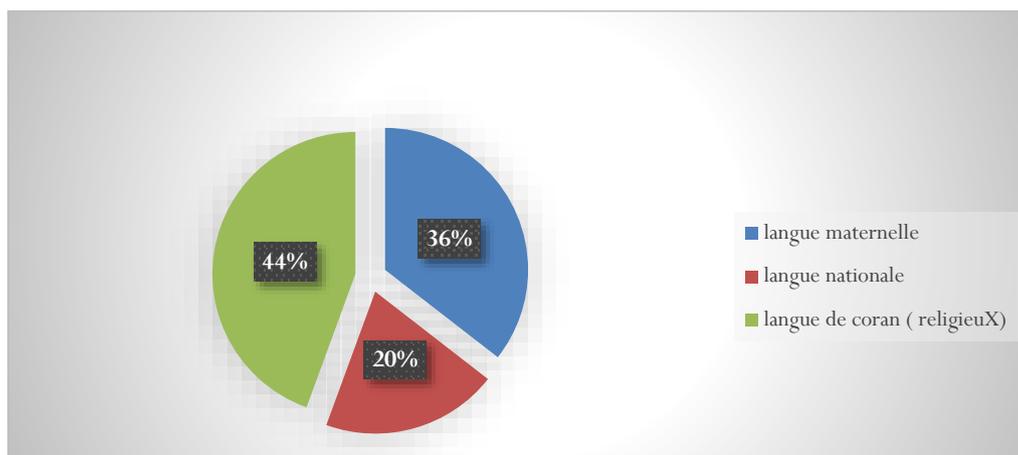


Diagramme (04) : les représentations vis-à-vis de l'arabe

Le graphe ci-dessus nous indique que 44% de nos locuteurs considèrent la langue arabe comme langue du coran (religieuse). 36% dans notre public le considère comme langue maternelle. 20% d'autres eux la perçoivent comme langue nationale.

B- Kabyle

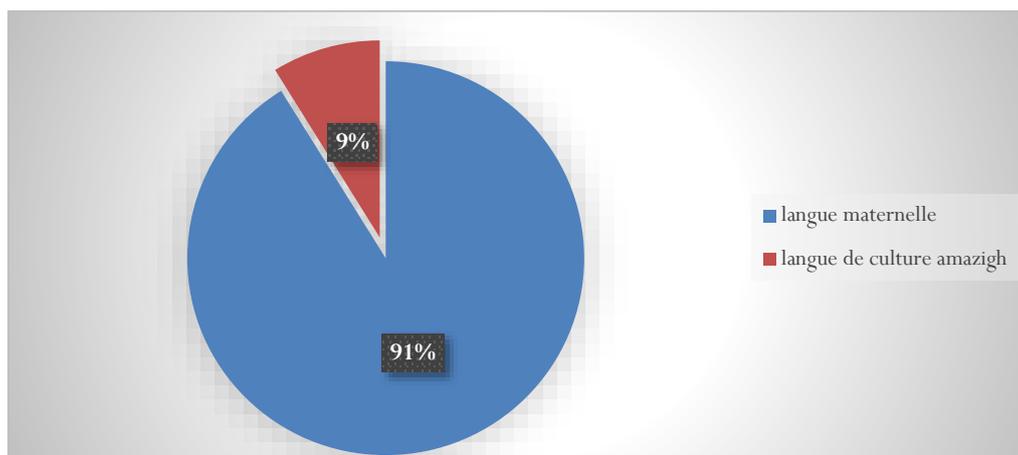


Diagramme (05) : les représentations vis-à-vis du kabyle

Ce graphe ci-dessus nous montre que 91% de nos locuteurs perçoivent le kabyle comme langue maternelle. 9% d'entre eux considèrent la langue kabyle comme une langue de culture amazighe. En effet, pour ces enquêtés, la langue kabyle est une composante essentielle de leur identité linguistique et culturelle.

C- Français

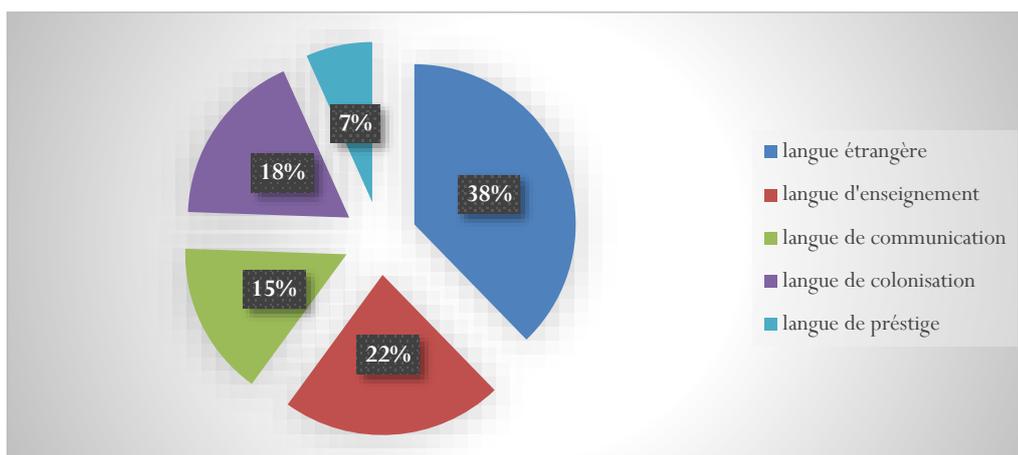


Diagramme (06) : les représentations vis-à-vis du français

Ce graphe ci-dessus nous montre que 38% de nos enquêtés considèrent le français comme langue étrangère. 22% pensent que c'est une langue d'enseignement. Nous devons rappeler que cette langue occupe une place privilégiée dans les pratiques linguistiques des locuteurs algériens. Elle est utilisée dans des situations formelles et informelles diverses. Nous la retrouvons principalement dans des domaines tels que : l'enseignement (surtout universitaire), l'économie, les medias, la production littéraire etc. 18% perçoivent le français comme une langue de communication. 15% considèrent le français comme une langue de colonisation et 7% entre eux la perçoivent comme une langue de prestige. Généralement le français jouit d'une image positive auprès des locuteurs algériens. Il est souvent associé au monde la science et de la recherche. Elle est aussi une langue d'ouverture sur le monde.

D- Anglais

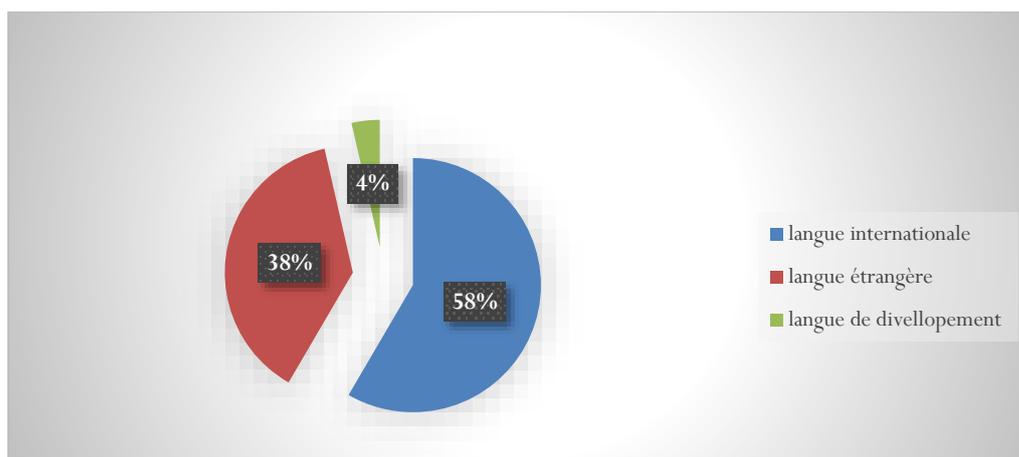


Diagramme (07) : les représentations vis-à-vis de l'anglais

Ce graphe ci-dessus nous indique que 58% de nos enquêtés considèrent l'anglais comme une langue internationale. En effet, cette langue est pratiquée dans les quatre coins du monde. Grâce à la puissance technologique et économique des pays anglo-saxons, l'anglais est devenu la langue de la communication moderne partout dans le monde. 38% pensent que c'est une langue étrangère. 4% d'entre eux la perçoivent comme une langue de développement. Aujourd'hui, les plus grandes

recherches dans les différents domaines sont surtout faites en langue anglaise. Puis viennent après les autres langues.

3: Les langues utilisées sur les réseaux sociaux

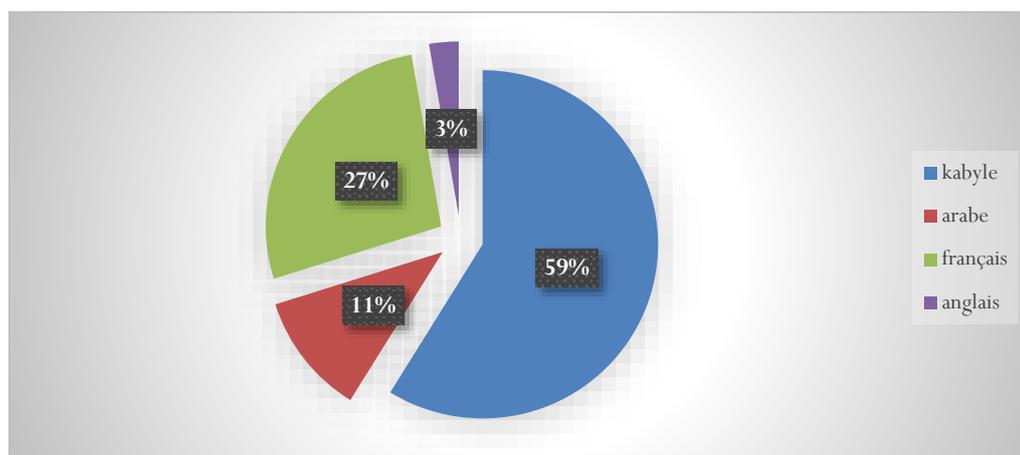


Diagramme (08) : La langue la plus utilisée sur les réseaux sociaux

Ce graphe ci-dessus montre que la langue kabyle est la plus utilisée par nos enquêtés sur les réseaux sociaux, avec une majorité de 59% (personnes). En revanche, la langue française arrive en deuxième position avec 27%, suivie de l'arabe avec 11%, tandis que la langue anglaise ne représente que 3% des préférences. Nous pensons que si c'est le kabyle qui est le plus utilisé par nos informateurs, c'est parce que c'est la langue maternelle de la majorité de ces derniers. Et cela doit être aussi la langue qu'ils maîtrisent le mieux.

4: Mélange de plusieurs langues sur les réseaux sociaux

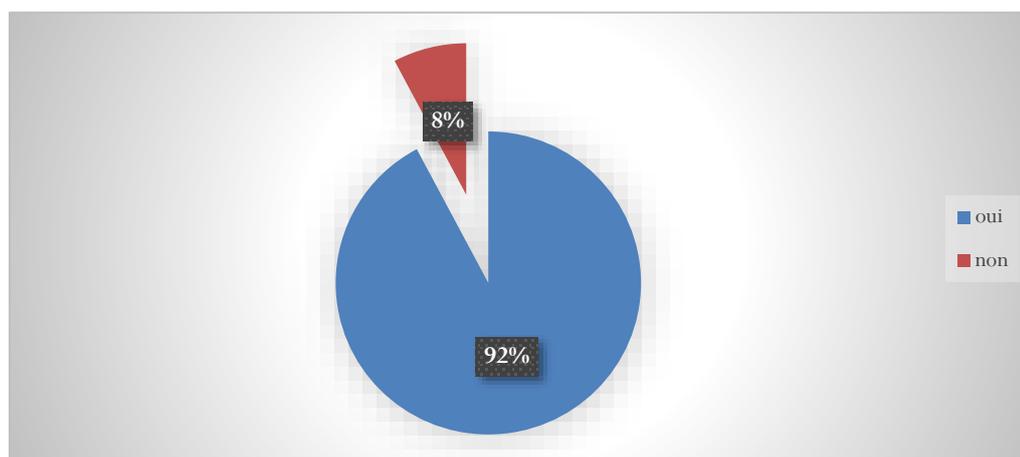


Diagramme (09) : le mélange de langues

La majorité des locuteurs, qui représentent 92% des enquêtés ont reconnu mélanger les langues lorsqu'ils s'expriment sur les réseaux sociaux. Ils ont justifié leur réponse en affirmant que le mélange de langue leur facilite la communication. En effet, ils arrivent plus facilement à transmettre leur message lorsqu'ils utilisent plusieurs langues en même temps. Par contre, 8% seulement ont répondu par le refus. Ils ont répondu à la question en affirmant qu'ils utilisent seulement la langue maternelle pour s'exprimer sur les réseaux sociaux.

Ainsi, douze (12) entre ces enquêtés mélangent le kabyle, le français et l'arabe. Douze (12) autres mélangent le kabyle et le français. Sept (7) de ces jeunes utilisent l'arabe, le français et l'anglais. Quatre (04) enquêtés mélangent l'arabe et le français. Deux (02) enquêtés mélangent entre le français, le kabyle et l'anglais. Et pour deux (02) restants mélangent le français, arabe et l'anglais.

Ces pratiques langagières bilingues et multilingues sur les réseaux sociaux montrent que les jeunes internautes Algériens mélangent entre les langues nationales et étrangères. Cela reflète la diversité linguistique de l'Algérie et l'impact de colonialisme et des contextes éducatifs et culturels sur les pratiques langagières de ces jeunes internautes. Les langues nationales, bien que souvent mélangées avec des langues étrangères, occupent toujours une place significative dans les interactions quotidiennes des jeunes internautes Algériens.

5: Tableau N°3 : le choix des langues en fonction des situations de communication

Locuteurs	Langues utilisées dans les réseaux sociaux de chaque situation		
	Entre famille	Entre amis	Dans le cadre professionnel
QF1	Kabyle, français	Kabyle, arabe, français, anglais	Français, arabe
QF2	Kabyle	Kabyle	Français
QF3	Kabyle, français	Kabyle, français	Arabe, français
QF4	Kabyle	Kabyle, français	Français
QF5	Kabyle, français	Kabyle, français	Français
QF6	Kabyle, français	Kabyle, arabe, français, anglais	Français
QF7	Kabyle	Kabyle, français	Français
QF8	Kabyle	Kabyle	Français
QF9	Kabyle	Kabyle, français	Français
QF10	Kabyle, arabe	Kabyle, français	Français
QF11	Kabyle	Kabyle, arabe, français, anglais	Français
QF12	Kabyle	Kabyle	Kabyle, français
QF13	Kabyle	Kabyle	Français
QF14	Kabyle	Kabyle, français	Français
QF15	Kabyle	Kabyle, français	Français
QF16	Kabyle	Kabyle, français	Français
QF17	kabyle	Kabyle, arabe	Kabyle

QF18	Arabe	Arabe	Arabe, français
QF19	Kabyle, français	Kabyle, français	Français
QF20	Kabyle	Kabyle	Kabyle
QF21	Kabyle	Kabyle, arabe	Arabe
QF22	Kabyle	Kabyle, français	Français
QF23	Arabe	Arabe	Français
QF24	Arabe	Kabyle	Français
QH25	Kabyle	Kabyle, français	Français
QH26	Arabe, kabyle	Arabe, kabyle	Français
QH27	Kabyle	Kabyle, français	Français
QH28	Kabyle	Kabyle, français	Français
QH29	Kabyle	Kabyle, français	Kabyle
QH30	Kabyle	Kabyle	Kabyle
QH31	Kabyle	Kabyle, français	Français
QH32	Kabyle	Kabyle, français	Français
QH33	Kabyle	Kabyle, français	Français, arabe
QH34	Kabyle	Kabyle, français, arabe, anglais	Arabe
QH35	Kabyle	Kabyle	Français
QH36	Kabyle	Kabyle, français	Français
QH37	Kabyle	Kabyle	Français
QH38	kabyle	Kabyle, français	Français
QH39	Kabyle	Kabyle	Français
QH40	Kabyle, français	Kabyle, français	Français
QH41	Kabyle, arabe	Kabyle	Français, arabe
QH42	Kabyle	Kabyle	Français
QH43	Kabyle	Kabyle, arabe	Français
QH44	Kabyle, français	Kabyle, français	Français
QH45	Kabyle	Kabyle	Français

A-Entre famille :

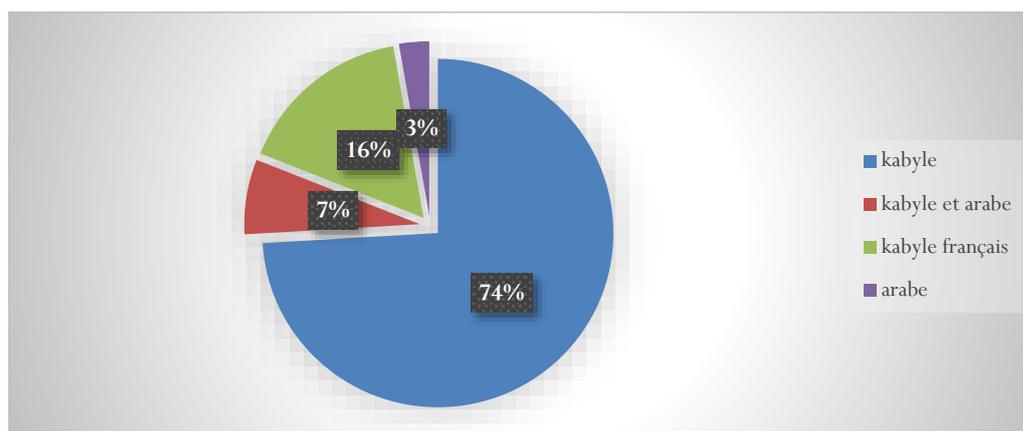


Diagramme (10) : langue utilisée au sein de la famille

Le graphe présente une analyse des langues utilisées par nos enquêtés au sein de la familial. Ainsi, la majorité des personnes interrogées (32, soit 74%) utilisent la langue kabyle au sein de leur famille. Voici un exemple de justification donnée par les informateurs : « *parce que les membres de notre famille sont des kabylophones* ». Cela s'explique par le fait que le kabyle est leur langue maternelle, ce qui leur permet de s'exprimer plus facilement, où ces enquêtés trouvent peut-être que la langue kabyle facilite la communication et renforce les liens familiaux.

Un sous-groupe de 7 personnes (16%) mélange le kabyle et le français dans leurs interactions familiales. Cette combinaison est notamment indiquée par les répondants, **QF1** : « *j'utilise la langue que le membre de ma famille comprend* », **QF5** : « *parce que sont les langues les plus utilisées entre les membres de ma famille* », **QF6** : « *c'est pour bien transmettre le message* », et **QF19** : « *c'est le discours utilisé entre ma famille* ». À partir de leurs réponses on estime que l'alternance entre ces deux langues leur permet de mieux transmettre leurs messages. Pour les informateurs comme **QH40**, cette pratique est courante car tous les membres de sa famille sont bilingues, selon lui « *parce que ma famille parle kabyle et français* ». Quant à **QH44**, il a déclaré qu'il : « *utilise kabyle avec mes parents, français avec mon frère parce qu'il maîtrise couramment cette langue* ».

Une petite fraction des participants (3 personnes, soit environ 7%) utilise un mélange d'arabe et de kabyle. C'est le cas de l'enquêté **QF10** qui nous a répondu comme suit : « *car mes parents coté maternels sont des arabes et autres parents sont des kabyles (paternels)* », même cas aussi avec **QH26** et **QH41**, donc on a rendu compte que ces enquêtés ont des origines familiales mixtes avec des racines maternelles arabes et paternelles kabyles. Cette mixité culturelle et linguistique les amène à intégrer les deux langues dans leur communication familiale.

Enfin, 3% des répondants utilisent l'arabe avec leurs familles, représentés par **QF18**, **QF23** et **QF24**, ils nous ont répondu que leurs familles parlent uniquement en arabe. On constate que ces personnes résident probablement dans des régions où l'arabe est la langue dominante, ou bien considèrent l'arabe comme leur langue maternelle, ce qui leur permet de s'exprimer plus facilement.

B-Entre amis :

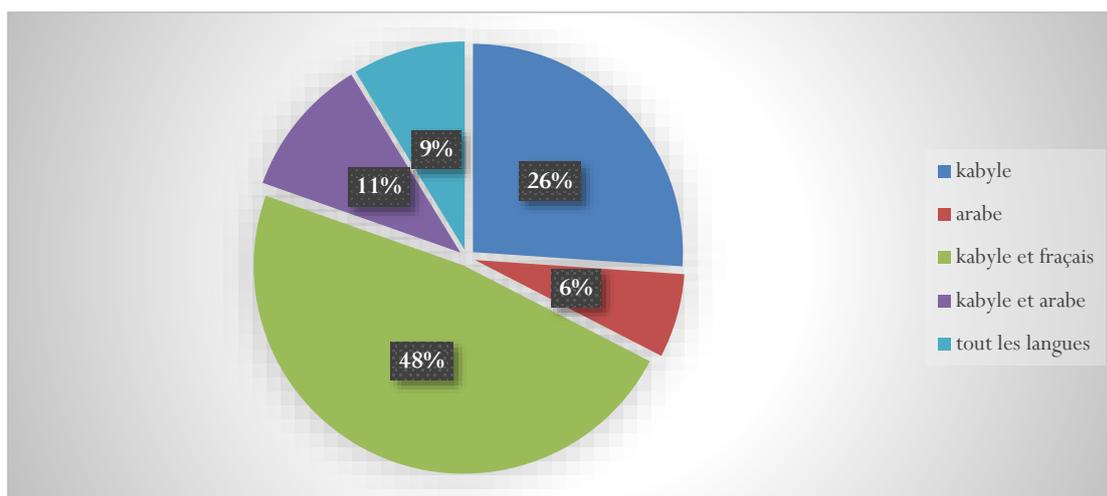


Diagramme (11) : la langue utilisée entre amis

Le graphe ci-dessus montre que la majorité des personnes interrogées, représentant 48% (22 personnes), utilisent à la fois le kabyle et le français avec leurs amis. Cette combinaison entre ces langues facilite la compréhension et est devenue une habitude pour beaucoup. Par exemple, **QF15** explique que « *j'utilise le kabyle et le français parce que je ne peux choisir entre ces langues, mais s'adapte à enrichir mon vocabulaire en français* ».

26%, soit 12 personnes, utilisent le kabyle avec leurs amis. Étant leur langue maternelle, cela rend la communication plus facile pour eux.

Environ 11% des répondants (5 personnes) utilisent à la fois le kabyle et l'arabe. Ils ont des amis issus de communautés kabyle et arabe, ce qui justifie cette pratique linguistique mixte.

Un groupe de 9% (4 personnes) utilise un mélange de kabyle, arabe, français et anglais dans leurs interactions amicales. **QF6**, **QF11** et **QH34** indiquent que cette diversité linguistique facilite la compréhension, et cela reflète que ces informateurs sont multilingues ou ils s'expriment dans différentes langues. Selon **QF1** : « *le choix de la langue dépend de la situation de communication et du sujet abordé* ».

Les 6% restants (3 personnes) utilisent uniquement l'arabe avec leurs amis. Ces personnes, comme **QF18**, **QF22** et **QF23**, considèrent l'arabe comme leur langue maternelle.

C-Dans le cadre professionnel

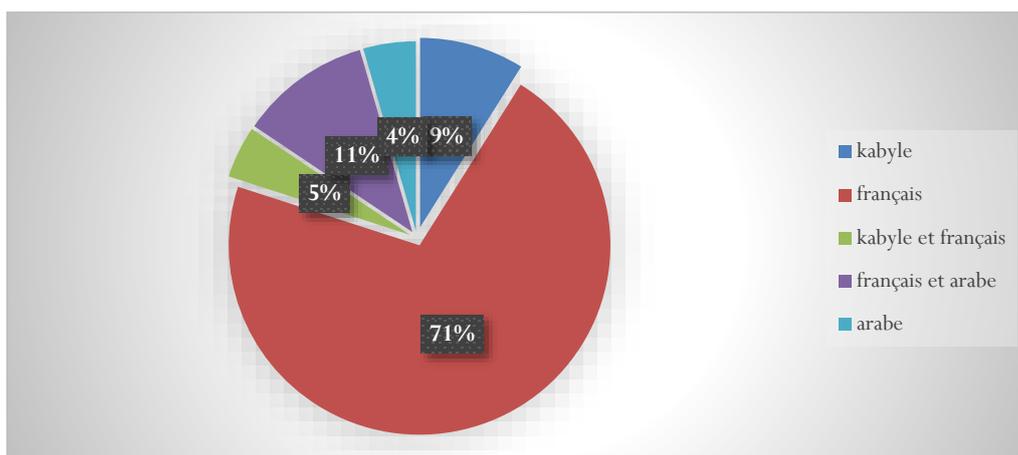


Diagramme (12) : la langue utilisée dans le cadre professionnel

Ce graphe ci-dessus nous montre que la plupart de nos enquêtés représentant 71% (32 personnes) utilisent le français dans le cadre professionnel considérant qu'il s'agit d'une langue héritée de la colonisation française, ayant un caractère académique et formel qui convient à cet environnement. Comme QH27 déclare que « *l'Algérie est colonisée par la France pendant cent trente-deux ans (132 ans), ce qui a engendré que moi-même j'ai suivi une formation supérieure (à l'université) en langue française, donc systématiquement je pratique mes connaissances avec la langue Française* ». 11% (5 personnes) de nos informateurs utilisent le français et l'arabe, car ils considèrent que ce sont les langues les plus couramment utilisées dans les administrations, c'est pour quoi ils les utilisent dans ce contexte. 9% (4 personnes) de nos enquêtés utilisent seulement le kabyle parce qu'ils ne maîtrisent que cette langue. 5% (2 personnes) de nos locuteurs utilisent le kabyle et français, car quand ils n'arrivent pas à s'exprimer en français ils mélangent le kabyle. Cette réponse a été donnée par les informateurs QF2 et QF12. Et pour 4% restants de nos locuteurs utilisent l'arabe car elle considère comme une langue de travail, QF21 et QH34.

6: Les langues nationales facilitent la communication

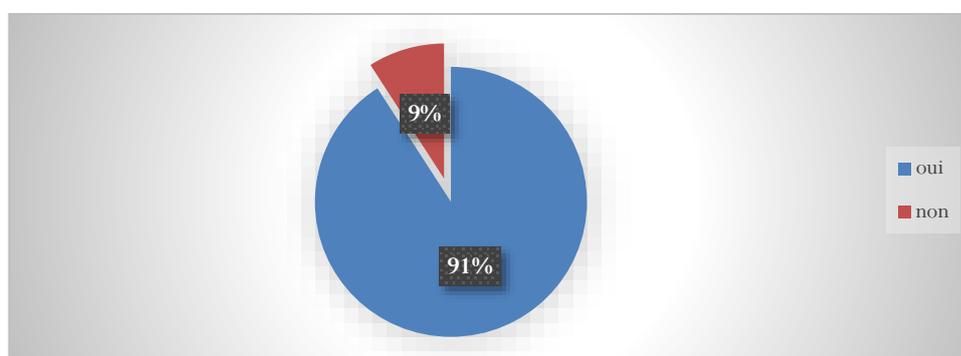


Diagramme (13) : les langues nationales facilitent la communication

A travers ce graphe ci-dessus on observe que 91% des enquêtés estiment que les langues nationales rendent la communication plus facile sur les réseaux sociaux parce que ce sont les langues les plus utilisées dans leurs communautés. On peut citer quelques réponses de nos enquêtés, par exemple les cas de : **Enquêtée QF3** : « *les langues nationales facilite la communication sur les*

réseaux sociaux parce que c'est beaucoup plus facile avec notre communauté qu'est constituée de membres de différents niveaux intellectuelles ».

Enquêtée QF1 : *« C'est tout le monde qui maîtrise les langues nationales donc tout le monde comprend, et quand il y a la compréhension le message passe bien ».*

Enquêtée QF23 : *« C'est facile de transmettre le message tous les Algériens les maîtrisent ».*

Enquêtée QF18 : *« sont les langues les plus utilisés en Algérie, donc la communication va être facile ».*

Enquêtée QF14, QF24 : *« parce que les langues nationales sont largement utilisées, aussi pour bien transmettre le message, et en renforçant le sentiment d'identité culturelle ».*

Enquêté QH34 : *« la plupart de mes amis sur les réseaux sociaux parlent ces langues ».*

Enquêté QH38 : *« car elle permet aux locuteurs de se comprendre plus facilement en utilisant leurs langues maternelle ».*

Enquêté QH41 : *« parce que ces langues sont les plus utilisées dans notre communauté, et tous les maîtrisent ».*

Tandis que seulement 9% affirme le contraire parce qu'ils pensent que chaque locuteur a une ou des langues favorites. De plus, ils préconisent qu'on donne la liberté de choisir la langue qui leur conviennent. Par exemple, l'enquêté QH27 déclare que : *« l'utilisation des langues nationales sur les réseaux sociaux va compliquer la communication par rapport à d'autres langues. Utiliser une langue en supprimant d'autres n'est pas une option voire possible, Tout d'abord celui à qui on impose une langue est un être humain qui veut préserver son identité, ses traditions et son savoir-faire. Ensuite, tant que je suis en France, donc automatiquement j'ai des amis francophones dans mes réseaux sociaux, si on prend par exemple ces Français, ils ne peuvent pas prononcer la lettre "و" en arabe c'est impossible, ce qui signifie que leur phonétique est limitée donc on ne peut pas leur imposer l'arabe, aussi y a des expressions et citations qu'on ne peut pas traduire vers d'autres langues. A travers toutes ces preuves l'enquêté pourra dire qu'on ne peut pas imposer à quelqu'un autre mode de vie ou de penser qui nie son existence ».*

7: L'importance de l'usage des langues nationales sur les réseaux sociaux

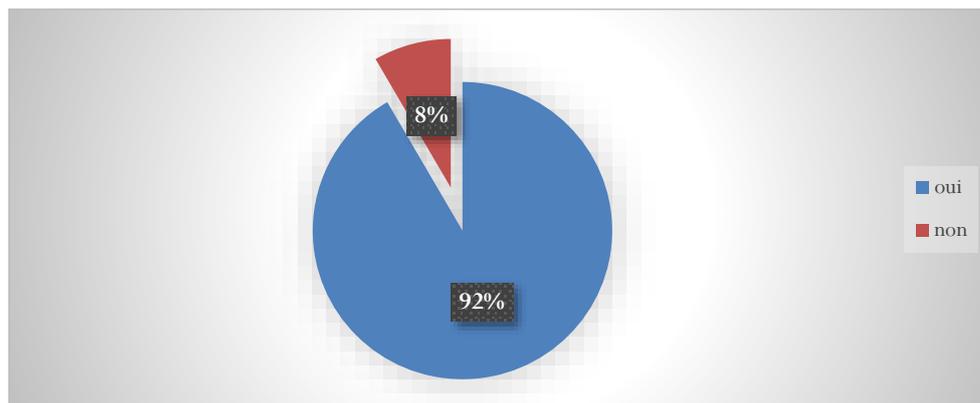


Diagramme (14) : l'importance des langues nationales

Dans ce graphe ci-dessus, on voit que 92% des enquêtés pensent que l'utilisation des langues nationales sur les réseaux sociaux est importante. On peut citer quelques réponses de ces interrogés, par exemple :

Enquêté QF8 : « *les langues nationales sont importante parce que c'est important de partager notre culture* ».

Enquêtée QF12 : « *elle renforce le sentiment d'identité culturelle* »,

Enquêtée QF14 : « *car cela reflète qui nous sommes, et renforce notre connexion avec notre communauté linguistique* ».

Enquêtée QF15 : « *afin de garder son identité et savoir sa communauté* ».

Enquêté QH31 : « *car y a des gens qui ne peuvent utiliser les autres langues* ».

Enquêté QH32 : « *parce que ces langues sont très employés dans nos pays* ».

Enquêté QH38 : « *elle permet aux utilisateurs de s'exprimer plus facilement et de se connecter avec d'autres personnes qui partagent les même langues et la même culture cela favorise également une communication plus authentique et personnelle* ».

Enquêté QH40 : « *c'est pour diffuser plusieurs cultures* ».

Alors à partir des réponses de ces enquêtés, on constate que ces informateurs pensent que ces langues permettent de montrer leur identité culturel aux autres et de garder un lien fort avec leurs racines. En utilisant ces langues en ligne, ils peuvent aussi renforcer les liens entre les membres de leur communauté, en rendant leurs échanges plus facile.

En revanche, les 8% restants ont une opinion différente. Pour eux, l'essentiel est le contenu du message, peu importe la langue utilisée. Ils pensent que la clarté et la pertinence de l'information sont plus importantes. Ils estiment aussi que la compréhension universelle du message est plus cruciale que l'affirmation de l'identité. Parmi ses réponses on trouve par exemple les cas suivants :

Enquêtée QF1 : « *l'importance est que le message passe bien dans n'importe quelle langue* ».

Enquêtée QF3 : « *l'essentiel est de se communiquer et de se comprendre avec n'importe quelle langue* ».

Enquête QH26 : « à mon avis, ce n'est pas important, je pense que chacun peut choisir la langue qu'il veut ».

Enquête QH27 : « le plus important c'est le contenu et non pas le contenant, autrement l'essentiel c'est la nature du message et non pas la langue ».

Par ailleurs, la majorité valorise les langues nationales pour promouvoir la culture et l'identité, tandis qu'une minorité se concentre sur la qualité et la compréhension du message, peu importe la langue employée.

8: Choix de la langue de publication sur les réseaux sociaux

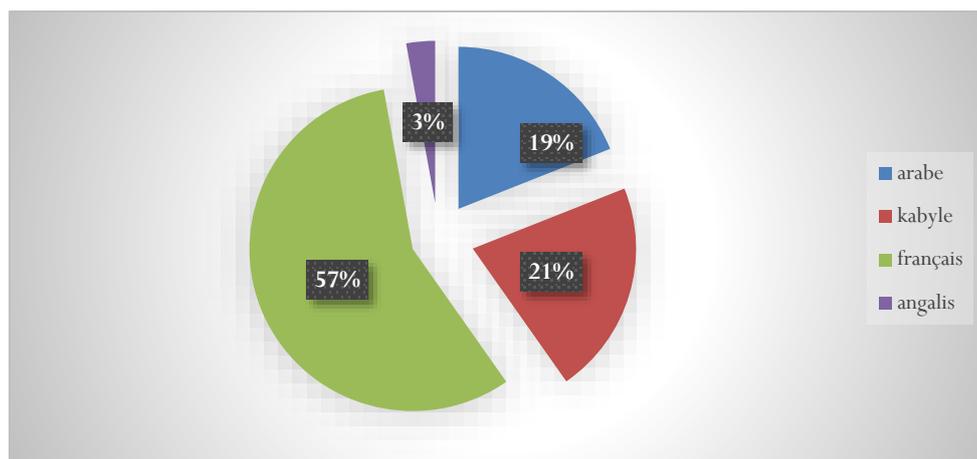


Diagramme (15) : La langue préférée

Ce graphe montre que la plupart des personnes interrogées, soit 57% (24 personnes), utilisent le français dans leurs publications sur les réseaux sociaux. Ils voient le français comme une langue professionnelle, et prestigieuse, et la plus utilisée sur les réseaux sociaux. Comme **l'enquêtee QF14** dit : « car le français est largement utilisé sur les réseaux sociaux, ce qui facilite la compréhension avec les autres utilisateurs », **l'enquêtee QF13** : « je préfère de publier en français parce que c'est plus professionnel ». **L'enquête QH44** : « parce que c'est une langue prestigieuse, et je la maîtrise couramment ». Cela reflète peut-être l'importance du français en Algérie, une langue très utilisée par locuteurs dans plusieurs domaines. Ensuite, 21% des répondants (9 personnes) utilisent le kabyle, leur langue maternelle. Ils choisissent le kabyle pour montrer leur culture et renforcer leur identité et pour bien transmettre le message à leurs amis sur les réseaux sociaux. Par exemple, on prend le cas de ces deux enquêtés, **l'enquêtee QF14** : « parce que c'est ma langue maternelle qui identifie mon identité et ma fierté », **l'enquête QH41** : « c'est pour bien transmettre le message avec mes amis parce que sont des kabylophones ». Par ailleurs, 19% des personnes interrogées (8 personnes) utilisent l'arabe sur les réseaux sociaux. Pour eux, l'arabe est leur langue maternelle et ils les maîtrisent bien. Enfin, 3% des personnes (4 personnes) préfèrent l'anglais pour s'exprimer sur les réseaux sociaux, représentant les enquêtés suivants : **QF6**, **QH33**, **QH36** et **Q39**. Parmi leurs réponses ils nous ont juste répondu parce qu'ils préfèrent cette langue sans se donner la peine de justifier cette représentation. Donc on peut dire que l'anglais est

perçu comme une langue mondiale, offrant des opportunités de communication avec un public international. C'est pour cela que ces utilisateurs choisissent peut-être l'anglais et peut-être aussi pour accéder à de contacts à travers le monde.

9: La fréquence de l'usage des langues nationales dans les publications

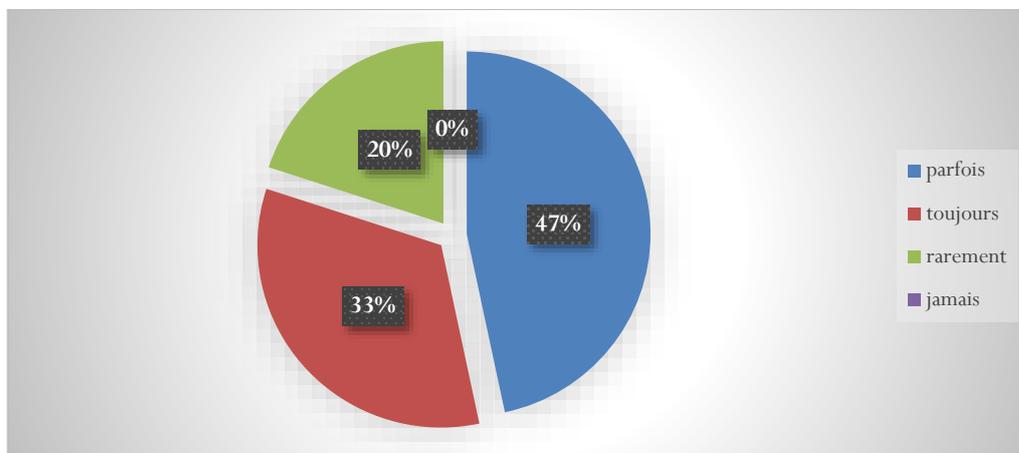


Diagramme (16) : l'usage des langues nationales

D'après ce graphe, 47% des informateurs utilisent parfois les langues nationales sur les réseaux sociaux. Cela signifie que presque la moitié des personnes utilisent ces langues de temps en temps, selon la situation ou le public. Par ailleurs, 33% entre eux utilisent toujours les langues nationales. Ces locuteurs montrent un fort attachement à leur langue maternelle et à leur culture. Ils préfèrent communiquer en langues nationales tout le temps pour préserver leur identité et renforcer les liens avec leur communauté. De plus, 20% des interrogés utilisent rarement les langues nationales. Cela peut vouloir dire qu'ils préfèrent utiliser des langues comme le français ou l'anglais, surtout dans des contextes formels ou professionnels. Pour terminer, personne n'a déclaré ne jamais utiliser les langues nationales, ce qui représente 0%. Cela montre que tous les informateurs voient une certaine valeur dans l'utilisation des langues nationales, même si c'est seulement de temps en temps.

10: Attitudes à l'égard de l'usage des langues nationales dans les réseaux sociaux

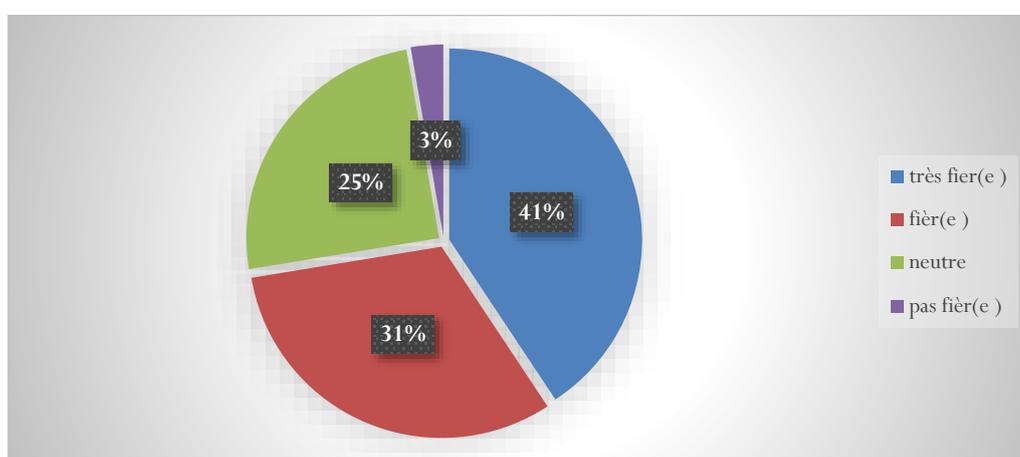


Diagramme (17) : Sentiments envers les langues nationales

Dans ce graphe ci-dessus, on constate que 41% des personnes interrogées sont très fières d'utiliser les langues nationales sur les réseaux sociaux. Pour eux, parler dans des langues comme le kabyle ou l'arabe montre leur identité et leurs origines, on peut prendre quelques réponses de ses interrogés :

Enquêtée QF9 : *« Fièvre de mon identité et de mes racines, chaque pays ayant leur langue et leur racines, donc je suis fière de mes origines et de notre langue et culture ».*

Enquêtée QF15 : *« je suis fière d'utiliser nos langues nationales, surtout ma langue maternelle (kabyle), parce que je me sens très fière de laisser mon empreinte et mon savoir dans mon entourage ».*

Enquêté QH32 : *« parce que je suis très fier de mes origines, de ma culture et de mon pays ».*

Enquêté QH40 : *« tout simplement parce que elles représentent mon identité et ma culture ».*

Ils voient peut-être ces langues comme une partie importante de leur culture. 31% des enquêtés se disent fiers d'utiliser les langues nationales. Ils partagent le même sentiment que le premier groupe. Ils pensent aussi que ces langues reflètent leur identité et leur culture. Environ 25% des personnes interrogées sont neutres. Pour eux, l'importance c'est de transmettre le message, peu importe la langue utilisée. Elles ne voient pas l'utilisation des langues nationales comme une question de fierté, on prend l'exemple de ces cas :

Enquêtée QF1 : *« le choix d'une langue était toujours lié à la situation dont laquelle je suis, le sentiment de fierté viens quand parle notre langue maternelle face aux étrangers, c'est notre empreinte, notre identité mais à part ça notre utilisation d'une langue est lié à notre besoin de bien vouloir exprimer ».*

Enquêtée QF3 : *« car mon but est toujours de passer un message et non la concurrence entre les langues ».*

Enquêtée QF18 : *« parce que je me suis obligé d'utiliser ma langue nationale ».*

Enquêté QH27 : *« parce que tout simplement la langue c'est un canal ».*

Enquêté QH37 : *« la langue ce n'est pas quelque chose dont on peut être fière ».*

Enquêté QH44 : *« car le plus important c'est de transmettre le message, les langues sont juste des moyens de communications ».*

Les 3% restants des enquêtés ne sont pas fiers d'utiliser les langues nationales parce qu'ils ne s'y intéressent pas, les informateurs sont : **QF2** et **QF10**. Ce groupe préfère peut-être utiliser des langues étrangères comme le français ou l'anglais, qu'ils trouvent plus utiles ou modernes.

Synthèse :

Selon les graphiques et les analyses que nous avons réalisées, nous pouvons conclure que les réseaux sociaux montrent une diversité linguistique significative parmi les jeunes internautes

algériens. Le kabyle, l'arabe, le français et l'anglais coexistent et sont utilisés de différentes manières selon les contextes sociaux, familiaux et professionnels.

Les jeunes internautes algériens montrent une préférence marquée pour leurs langues nationales, notamment le kabyle et l'arabe, dans leurs pratiques langagières. Le kabyle, perçu comme une langue maternelle et culturelle, est couramment utilisé dans les interactions familiales et amicales. L'arabe, souvent associé à la religion, est également présent dans les conversations de tous les jours. Le français, en raison de l'histoire coloniale, est largement utilisé dans les contextes professionnels.

Ces jeunes affichent une grande fierté à utiliser leurs langues nationales, qu'ils considèrent essentielles pour préserver leur identité et leur culture. Toutefois, le multilinguisme est une pratique courante, avec des mélanges fréquents de kabyle, arabe, français, et parfois anglais, en fonction des besoins de communication. Cette diversité linguistique démontre l'importance des langues nationales tout en illustrant la capacité des jeunes à naviguer entre plusieurs langues pour s'adapter à différents contextes sociaux.

2. L'analyse des captures d'écrans

Dans cette partie, nous allons analyser des captures d'écran de publications récentes de quelques amis sur Facebook et Instagram des deux derniers mois (avril et mai). Nous allons d'abord identifier ces captures d'écran, qui sont divisées en groupes selon la langue utilisée par chacun. Ensuite, nous allons les analyser du point de vue sociolinguistique, en nous concentrant sur les langues utilisées et les choix qui peuvent motiver l'utilisation de telle ou telle langue.

2.1 Identification des captures d'écran :

A. Arabe :



Capture N°1



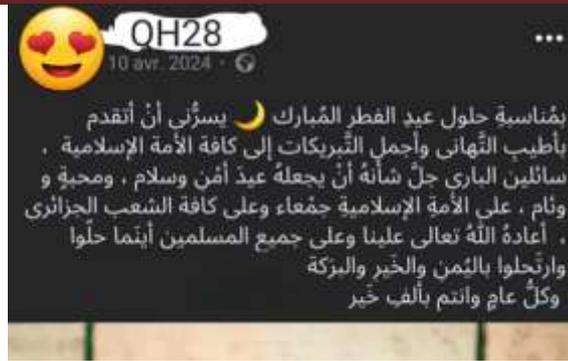
Capture N°2



Capture N°3



Capture N°4



Capture N°5



Capture N°6



Capture N°7



Capture N°8



Capture N°9

B. Kabyle :



Capture N°10

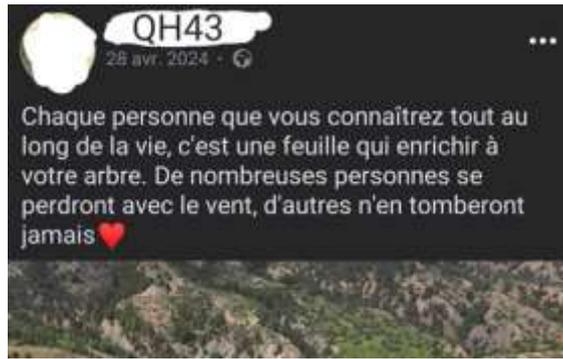


Capture N°11

C. Français :



Capture N°12



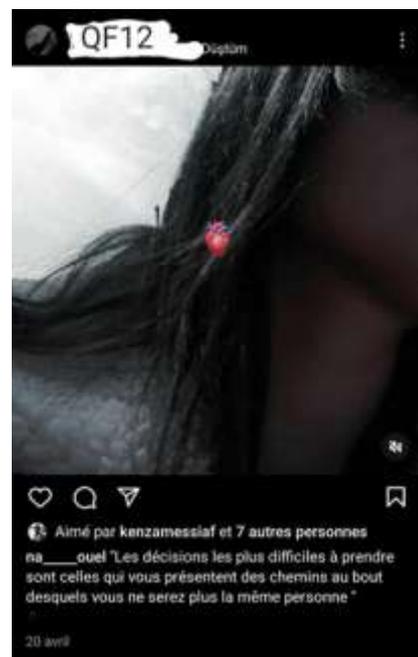
Capture N°13



Capture N°14



Capture N°15



Capture N°16



Capture N°17



Capture N°18

D. Anglais :



Capture N°19

E. Arabe et français :



Capture N°20



Capture N°21



Capture N°22



Capture N°23



Capture N°24



Capture N°25

F. Kabyle et français :



Capture N°26



Capture N°27



Capture N°28

G. Arabe et l'anglais :



Capture N°29



Capture N°30



Capture N°31

H. Français et anglais :



Capture N°32

I. Arabe, kabyle et français :



Capture N°33

2.2 Traitement des données

Après l'identification des captures d'écran, représentant les pratiques langagières des jeunes internautes Algériens sur leurs réseaux sociaux (Facebook et Instagram), nous avons obtenus des résultats que nous résumons ainsi :

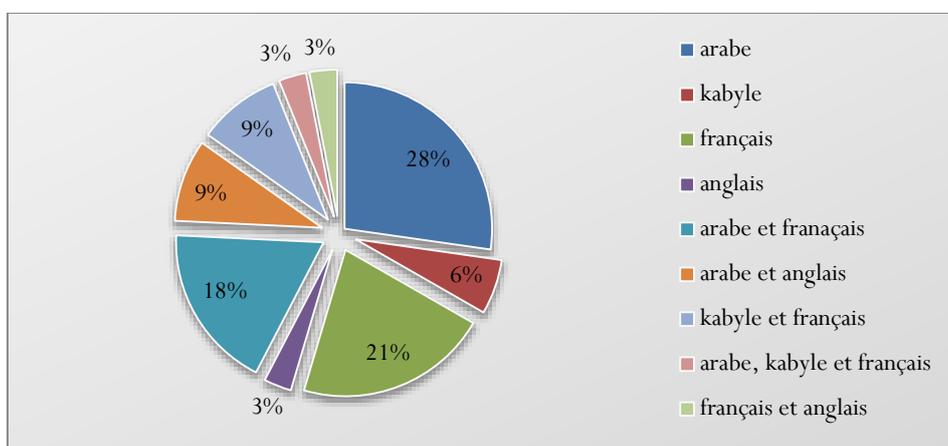


Diagramme (18) : les langues utilisées dans les captures d'écran

D'après ce graphe, on observe dans les deux derniers mois (avril et mai), que l'arabe est la langue dominante avec un pourcentage de 28 %, c'est-à-dire que 9 informateurs ont utilisé la langue arabe dans leurs publications. Cela suggère que l'arabe est la langue maternelle de certains enquêtés, comme c'est le cas pour les captures d'écran N°3 et N°5. Pour les autres, qui sont kabylophones, ils ont choisi de publier en arabe. Cela peut s'expliquer par le fait que l'arabe permet de toucher un public plus large parmi leurs amis et abonnés, y compris ceux qui ne parlent pas kabyle. En effet, l'arabe est une langue très riche en expressions poétiques, c'est une langue de la religion, une langue nationale et parce que la langue maternelle de quelques enquêtés.

La langue française arrive en deuxième position, avec 21 % des publications. Cela peut être attribué à l'influence du colonialisme, où le français reste couramment utilisé. Ce choix s'explique également par le fait de toucher un public plus large. Par exemple, dans le capture N°12, qui renvoie à un enquêté vivant en France, ce qui permet peut-être une meilleure compréhension avec ses amis francophones.

La langue kabyle est en troisième position, avec un pourcentage de 6 %, ce qui suggère qu'elle est la langue maternelle de ses utilisateurs cas des captures N°10 et N°11. Ce choix est probablement influencé par leur public, majoritairement kabylophone. Il peut également refléter une volonté de valoriser leur langue maternelle et de manifester leur fierté identitaire.

La langue anglaise est en dernière position, utilisée par une seule enquêtée. Cela peut indiquer une préférence personnelle pour cette langue. De plus, l'anglais est une langue mondiale, internationale et de prestige. Ce choix pourrait donc montrer que l'enquêté est influencé par la mondialisation et indique peut-être qu'il maîtrise couramment cette langue.

Parmi ces informateurs, on observe également des pratiques de mélange de langues dans leurs publications sur les réseaux sociaux, ce qui illustre des comportements bilingues et multilingues. La majorité ont mélangés l'arabe et le français (18 %), ensuite arabe, anglais et kabyle, français représentant un même pourcentage de 9% (3 personnes), et français, anglais utilisé par un seul enquêté. Enfin il y a un enquêté qui a mélangé entre trois langues arabe, kabyle et français. Cette combinaison montre que cette personne est multilingue maîtrisant trois langues. Ainsi, ces pratiques, souvent appelées "code-switching", montrent comment les locuteurs alternent entre différentes langues au sein d'une même publication ou d'une même phrase. Le code-switching peut être un signe de compétence linguistique par exemples les cas de captures suivantes : capture N°21, N°24, N°23, N°28, N°31, et N°32. Mais on observe aussi des cas d'insécurité linguistique, où les gens choisissent certaines langues pour des situations particulières parce qu'ils se sentent plus à l'aise ou pensent que c'est plus efficace, par exemple les captures, N°20, N°22, N°25, N°26, N°30 et N°33.

Synthèse

Au cours des deux derniers mois, nous avons observé une diversité linguistique dans les publications des informateurs. L'arabe était la langue la plus utilisée, suggérant qu'elle est soit la langue maternelle de certains, soit choisie pour toucher un public plus large. Le français était également couramment utilisé, peut-être en raison de son statut international ou de l'influence coloniale. La langue kabyle était présente, probablement pour exprimer l'identité culturelle de certains informateurs. L'anglais était moins fréquent, mais montrait peut-être une préférence personnelle ou une influence de la mondialisation. Les pratiques de mélange de langues étaient également remarquables, montrant une compétence linguistique chez les informateurs.

Conclusion partielle :

Dans ce chapitre analytique, nous avons étudié et interprété les pratiques langagières des jeunes internautes algériens sur les réseaux sociaux tels que Facebook et Instagram, en nous appuyant sur les données collectées. Premièrement, nous avons analysé les réponses à notre questionnaire, distribué à nos amis sur les réseaux sociaux, afin de déterminer la place des langues

nationales et de répondre à notre problématique ainsi qu'à nos hypothèses. Deuxièmement, nous avons soumis certaines captures d'écran de publications récentes de quelques amis sur Facebook et Instagram à une analyse sociolinguistique, en nous concentrant sur les langues utilisées. Notre objectif était de comprendre et d'expliquer les motivations derrière le choix et l'utilisation de ces langues. En conclusion, nous avons constaté que Les langues nationales, bien que souvent mélangées avec des langues étrangères, occupent toujours une place significative chez les jeunes internautes Algériens, les réseaux sociaux offrent aux jeunes la possibilité de communiquer dans différentes langues selon leurs intérêts et leur environnement social. Ainsi Les jeunes internautes algériens sont motivés à utiliser les langues nationales pour communiquer plus facilement avec leur communauté.

Conclusion générale

Conclusion générale

En guise de conclusion, notre travail de recherche s'inscrit dans le domaine de la sociolinguistique, est intitulé « la place des langues nationales dans les pratiques langagières des jeunes internautes Algériens ». Cette étude a révélé la complexité de la situation sociolinguistique en Algérie, où coexistent l'arabe classique, l'arabe dialectale, le berbère, le français et l'anglais.

A travers cette étude sociolinguistique, nous avons cherché à étudier les pratiques langagières des jeunes internautes Algériens et leurs représentation et attitudes vis à vis des langues nationales à savoir l'arabe (classique et dialectal) et le kabyle, afin de déterminer la place qu'occupent ces langues dans les réseaux sociaux en se focalisant sur les réseaux sociaux tels que Facebook et Instagram.

Rappelons, que ce modeste travail est subdivisé en trois chapitres, dans le premier chapitre, nous avons abordés la situation sociolinguistique en Algérie et quelques concepts clés, tels que le contact de langues, le bilinguisme, le plurilinguisme, les représentations linguistiques et les attitudes linguistiques, etc.

Le deuxième chapitre a été consacré aux réseaux sociaux et à nos choix méthodologiques. En ce qui concerne la méthodologie adoptée, nous avons choisis deux méthodes d'enquête de recueil de données : la technique de questionnaire, et l'analyse des capteurs d'écran.

Enfin, le troisième chapitre a porté sur l'analyse pratique des résultats obtenus. Nous avons interprété les réponses aux questionnaires et analysé des captures d'écran de publications sur Facebook et Instagram.

Dans notre travail de recherche nous avons tenté de répondre aux questions suivantes :

- Quelles sont les langues les plus utilisées par les jeunes internautes algériens sur les réseaux sociaux ?
- Quelle place occupent les langues nationales dans les pratiques langagières des jeunes algériens sur internet ?
- Comment l'utilisation des réseaux sociaux affecte-t-elle la façon dont ces jeunes internautes communiquent dans différentes langues ?
- Qu'est-ce qui motivent les jeunes Algériens à utiliser les langues nationales ?

A travers notre enquête, auprès des jeunes internautes Algériens sur les réseaux sociaux, notamment Facebook et Instagram, nous avons confirmé que ces dernières sont un milieu où plusieurs langues coexistent. Notre objectif, durant la réalisation de cette enquête, était d'identifier

Conclusion générale

la place des langues nationales dans les pratiques des jeunes internautes Algériens, sur leurs réseaux sociaux. D'après les résultats obtenus au terme de notre travail de recherche sur les pratiques langagières des jeunes internautes Algériens, nous avons analysé les résultats obtenus par le biais de questionnaire, ainsi, l'analyse de quelques captures d'écran issues des réseaux sociaux auprès de nos informateurs interrogés. Les résultats nous permettent de répondre clairement et de manière précise à notre problématique et de réaffirmer nos hypothèses suggérées au départ.

À cet effet, nous pouvons confirmer notre première hypothèse selon laquelle les jeunes Algériens utilisent principalement les langues nationales, telles que l'arabe classique, l'arabe dialectal et la langue berbère sur les réseaux sociaux.

En outre, notre enquête affirme également notre deuxième hypothèse, qui suggère que les langues nationales pourraient occuper une place importante dans les pratiques langagières des jeunes Algériens sur les réseaux sociaux.

Par ailleurs, concernant notre troisième hypothèse, nous constatons que les réseaux sociaux offrent effectivement aux jeunes la possibilité de communiquer dans différentes langues en fonction de leurs intérêts et de leur environnement social.

Notre enquête confirme également notre quatrième hypothèse, selon laquelle les jeunes internautes algériens peuvent être motivés à utiliser les langues nationales pour communiquer plus facilement avec leur communauté.

En somme que, notre recherche démontre que les réseaux sociaux jouent un rôle central dans les pratiques langagières des jeunes Algériens. Ils offrent un espace où les jeunes peuvent naviguer entre différentes langues selon leurs besoins et préférences, permettant une communication plus facile et culturelle. Cette étude met en lumière l'importance de comprendre les dynamiques sociolinguistiques contemporaines dans un monde de plus en plus connecté.

Pour ne pas conclure, nous pouvons considérer cette étude sur les pratiques langagières des jeunes internautes algériens comme un premier pas. Cependant, il ne s'agit que d'un début, et nous pensons qu'une suite à cette recherche est nécessaire. À titre d'exemple, une recherche à explorer serait : les représentations des jeunes internautes Algériens sur l'avenir des langues nationales. La question principale de cette thématique est : les jeunes internautes Algériens prévoient-ils une augmentation ou une diminution de l'utilisation des langues nationales ?

Références bibliographiques

Références bibliographiques

I. Ouvrage

- ❖ **Abdiche Sonia**, (2019) « Les étudiants Algériens et le Facebook Usages, addiction et soucis ». Alger.
- ❖ **Adamy Gil**, (2013) « Le web social et le e-réputation : le nouveau pouvoir des consommateurs », Gualino Editeur, Paris (FRA).
- ❖ **Angers Maurice**, (2014) « Initiation Pratique à la Méthodologie des Sciences Humaines », 6e édition, Les éditions CEC.
- ❖ **ASSELAH-RAHAL Safia, et BLANCHET Philippe**, (2007) « Plurilinguisme et enseignement des langues en Algérie : Rôles du français en contexte didactique ». Éditions Modulaires Européennes (E.M.E.).
- ❖ **Boyer Henri**, (2001) « Introduction à la sociolinguistique », Dunod, Paris.
- ❖ **Calvet Jean-Louis**, (1993) Que sais-je ? « La sociolinguistique ». Paris PUF.
- ❖ **Calvet Jean-Louis et Dumont Pierre**, (1999) « L'enquête sociolinguistique », Edition L'Harmattan.
- ❖ **CHACHOU Ibtissem**, (2013) « La situation sociolinguistique de l'Algérie : Pratiques plurilingues et variétés à l'œuvre », Paris, L'Harmattan.
- ❖ **Fenneteau Hervé**, (2015) « L'ENQUÊTE : ENTRETIEN ET QUESTIONNAIRE », 3e édition, Dunod.
- ❖ **François De Singly**, (2005) « L'enquête et ses méthodes : Le questionnaire », 2e édition, Armand Colin.
- ❖ **GHILIONE Rodoiphe et MATALON Benjamin**, (1978) « Les enquêtes sociologiques : théories et pratique ». Paris, Armand Colin.
- ❖ **Grandguillaume Gilbert**, (1983) « Arabisation et politique linguistique au Maghreb ». Paris : Maisonneuve et Larose.
- ❖ **Kerbrat-Orecchioni Catherine**, (1990) « Les interactions verbales », tome 1, Paris, A. Colin.
- ❖ **March Valérie**, (2015) « Comment développer votre activité grâce aux médias sociaux : Facebook, Twitter, Viadeo, LinkedIn et les autres plateformes sociales », 2e édition, Dunod, Paris.
- ❖ **Olivier Martin**, (2009) « L'analyse quantitative des données », Armand Colin.
- ❖ **MOREAU Marie Louise**, (1997) « Sociolinguistique. Concepts de bases », Pierre Mardaga, Liège.

II. Articles

- ❖ **Abdenour AREZKI**, « Le rôle et la place du français dans le système éducatif algérien », Université de Bejaia. Consulté le 1/03/2024.
- ❖ **Bendieb Aberkane Mehdi**, « Linguistique » UNIVERSITE LES FRERES MENTOURI CONSTANTINE. <https://fac.umc.edu.dz/fil/images/cours/Linguistique.pdf>. Consulté le 4/03/2024
- ❖ **ELMIGER Daniel**, « Définir le bilinguisme. Catalogue des critères retenus pour la définition discursive du bilinguisme » Université de Neuchâtel, 2000. https://www.unine.ch/files/live/sites/tranel/files/Tranel/32/05_Elmiger.pdf. Consulté le 4/03/2024
- ❖ **Goff Mélanie**, « De la question à la variable », université de Bordeaux, MOOC PoP-Health. https://lms.fun-mooc.fr/c4x/ubordeaux/28004/asset/S3-Transcription_QuestionVariable_MLG.pdf Consulté le 25/04/2024
- ❖ **KHATTALA Ismail**, «Sociolinguistique» Université Moulay Ismail, 2024. https://fad.umi.ac.ma/pluginfile.php/286930/mod_resource/content/1/cours-socilinguistique-khattala%202024%20S5.pdf. Consulté le 4/03/2024
- ❖ **Mylène, Instagrameuse**, « Compte-rendu de l'atelier Découvrir Instagram (pour les débutants) ? », Bourg-en-Bresse, 2017. https://www.ain-pro.com/wp-content/uploads/sites/3/2018/03/CR_atelier-Instagram-JET-2017.pdf . 20/03/2024
- ❖ **Pierre-Luc Pouliot**, « Facebook et autres médias sociaux », 2011. http://www.omsrp.com.ulaval.ca/wp-content/uploads/2013/11/Outils_Choquette_PT_II.2-15-Guide-Facebook-et-autres-m--dias-sociaux.pdf. 20/03/2024
- ❖ **Yves Collard**, « Éduquer aux réseaux sociaux Les jeunes à l'heure du numérique », Média Animation 2017. https://media-animation.be/IMG/pdf/reseaux-sociaux_light.pdf. 20/03/2024

III. Sites

- ❖ **Bernardo Margot**, « Les réseaux sociaux : De son origine à de nos jours », 2016. <http://socialonline.over-blog.com/2016/01/les-reseaux-sociaux-et-son-histoire.html>. Consulté le 20/03/2024
- ❖ **Emmanuelle Cambon, Isabelle Léglise**, « Pratiques langagières et registres discursifs Interrogation de deux cadres en sociologie du langage », 2008. https://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2008-2-page-15.htm?try_download=1. Consulté le 4/03/2024
- ❖ **Gaspard Claude**, « Échantillonnage : tout ce que vous devez savoir pour vos recherches ! », 2019. <https://www.scribbr.fr/methodologie/echantillonnage/>. Consulté le 25/04/2024
- ❖ **Institut national de santé publique du Québec**, « La cyberintimidation chez les jeunes » <https://www.inspq.qc.ca/intimidation/jeunes/cyberintimidation>. 22/03/2024

Références bibliographiques

- ❖ **Malick**, « C'est quoi les réseaux sociaux ? », 2024.
<https://www.solocal.com/ressources/articles/definition-reseaux-sociaux>. 20/03/2024
- ❖ **Marie-Christine Hazaël-Massieux**, « Quelques définitions de la sociolinguistique ». <http://creoles.free.fr/sociolinguistique/definitions.htm>. Consulté le 4/03/2024.

❖

IV. Dictionnaire

- ❖ **DUBOIS, Jean**. (1994) Dictionnaire Larousse de Linguistique Et Des Sciences du Langage, Paris.

V. Mémoires consultés

- ❖ **ARAB Abdenour**, « L'impact des réseaux sociaux sur les pratiques langagières des étudiants de l'Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou ». Mémoire de master, université de Tizi-Ouzou, 2022.
- ❖ **HAMMAOUI Sylia, KACEMI Celia** « Étude sociolinguistique des pratiques langagières des étudiants étrangers de l'université de Bejaia : cas des étudiants anglophones ». Mémoire de master, université de Bejaia, 2022.
- ❖ **LOUNICI Meriem, Merkitou Dyhia**, Les pratiques langagières des jeunes Tizi Ouziens dans les réseaux sociaux (Messenger). Mémoire de master, université de Tizi-Ouzou, 2020.
- ❖ **MEKHALDI Soheyb**, Les pratiques langagières chez les internautes algériens sur Messenger Cas des étudiants de l'université de Mostaganem. Mémoire de master, université de Mostaganem, 2021.
- ❖ **SADOUDI Dehia, HARICHE Massika**, « La place de la langue arabe dans les pratiques langagières des habitants de Kherrata ». Mémoire de master, université de Bejaia, 2017.
- ❖ **SNOUSSI Nadia**, « Les représentations linguistiques et les pratiques langagières des jeunes algériens sur le réseau social Facebook ». Mémoire de master, université de Mostaganem, 2021.

Table des matières

Table des matières

Remerciement

Dédicace

Sommaire

Introduction générale	7
1. Présentation du sujet	7
2. Motivation du choix de sujet	8
3. Problématique	8
4. Hypothèse	9
5. Méthodologie et corpus	9

Chapitre I : la sociolinguistique en Algérie et concepts linguistiques

Introduction partielle.....	12
1. La situation sociolinguistique en Algérie	12
2. Le statut des langues en Algérie	12
2.1 La langue arabe	12
2-1.1 L'arabe classique	12
2-1.2 L'arabe dialectal	13
2.2 La langue berbère.....	13
2.3 La langue française	14
2.4 La langue anglaise	14
3. Définition des concepts clés	15
3.1 La sociolinguistique	15
3.2 Le contact de langue	16
3.3 Le bilinguisme	17
3.4 Le plurilinguisme	17
3.5 Représentations et attitudes linguistiques	18
3.6 Les pratiques langagières.....	19
3.7 La communauté linguistique.....	20
Conclusion partielle	20

Chapitre II : les réseaux sociaux et choix méthodologiques

Introduction partielle.....	22
1. Bref historique des réseaux sociaux.....	22
2. Définition des réseaux sociaux	23
2.1 Les avantages des réseaux sociaux et leurs inconvénients	24
2.2 Facbook.....	24
2.3 Instagram	25
3. Le choix méthodologique	26
3.1 L'enquête	26
3.1.1 L'enquête par questionnaire.....	27
3.1.2 Les types de questions dans un questionnaire	27
3.1.1.1 Les questions fermées	27
3.1.1.2 Les questions ouvertes	28
3.1.1.3 Les questions semis-fermées.....	28
3.1.3 Les objectifs des questions posées aux jeunes internautes Algériens	29
3.1.4 Variables qualitatives et variables quantitatives	30
3.2 Notre enquête	31
3.3 Déroulement de l'enquête.....	31
3.4 Les difficultés rencontrées lors de l'enquête	31
4. L'échantillonnage	32
4.1 Notre échantillon	32
4.2 Présentation de notre public	32
Conclusion partielle	34

Chapitre III : analyse des données : questionnaire et captures d'écran

Introduction partielle	36
1. Analyse de questionnaire	36
2. Analyse des capteurs d'écran	50
2.1 Identification des capteurs d'écrans.....	50
2.2 Traitement des données.....	55
Conclusion partielle	56

Table des matières

Conclusion générale	59
Références bibliographiques	62
Table des matières	66
Annexes	70

Annexes

Listes des tableaux et des graphes

Tableaux et graphes	Titres
Tableau N°1	Les objectifs des questions posées aux jeunes internautes Algériens
Tableau N°2	Présentation de notre public
Tableau N°3	Langues utilisées dans les réseaux sociaux
Graphe (01)	La variable sexe
Graphe (02)	La variable Age
Graphe (03)	La langue maternelle des enquêtés
Graphe (04)	Représentations vis-à-vis de l'arabe
Graphe (05)	Représentations vis-à-vis du kabyle
Graphe (06)	Représentations vis-à-vis du français
Graphe (07)	Représentations vis-à-vis de l'anglais
Graphe (08)	La langue la plus utilisée sur les réseaux sociaux
Graphe (09)	Le mélange de langues
Graphe (10)	Langue utilisée au sein de la famille
Graphe (11)	La langue utilisée entre amis
Graphe (12)	La langue utilisée dans le cadre professionnel
Graphe (13)	Les langues nationales facilitent la communication
Graphe (14)	L'importance des langues nationales
Graphe (15)	La langue préférée
Graphe (16)	L'usage des langues nationales
Graphe (17)	Sentiments envers les langues nationales
Graphe (18)	les langues utilisées dans les captures d'écran

Listes des captures d'écran



Capture N°1



Capture N°2



Capture N°3



Capture N°4



Capture N°5



Capture N°6



Capture N°7



Capture N°8



Capture N°9



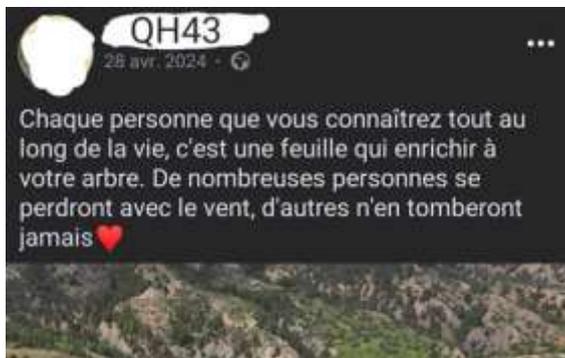
Capture N°10



Capture N°11



Capture N°12



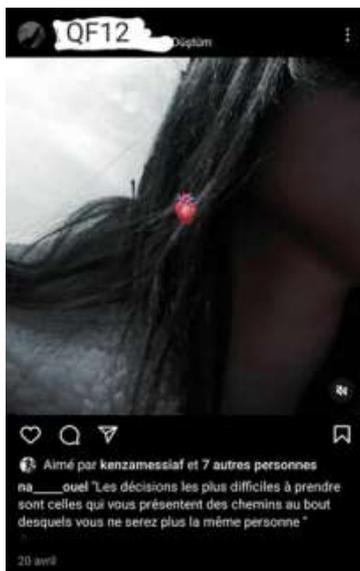
Capture N°13



Capture N°14



Capture N°15



Capture N°16



Capture N°17



Capture N°18



Capture N°19



Capture N°20



Capture N°21



Capture N°22



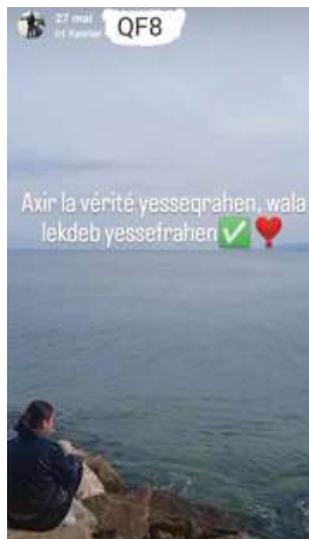
Capture N°23



Capture N°24



Capture N°25



Capture N°26



Capture N°27



Capture N°28



Capture N°29



بكل فخر وبساطة ، انا انسانة متعوضش
 كأخت وكأبنة وك friend فالواقع فالواقع
 وكشخص عاير وكشخص مش عاير و
 كزوجة وكأم وأي انسان خسرتي هو
 person toxic ومعندوش ذوق ، والله
 يطول في عمري ويحفظني ويكتبلي أيام
 حلوة وجميلة مثلي تماما 🥰❤️

Capture N°30



Capture N°31



Capture N°32



Capture N°33

Questionnaire destiné aux jeunes internautes Algériens

Afin de mener notre recherche universitaire en master 2, intitulé : « La place des langues nationales dans les pratiques langagières des jeunes internautes Algériens ». Nous vous prions de bien vouloir répondre à ces questions ci-dessous. Merci

1\Fiche identification :

- Sexe : homme femme
- Age :
- Niveau d'instruction :
- Dans quelle région d'Algérie ou à l'étranger résidez-vous ?
.....

2\questions :

Q1- Quelle est votre langue maternelle ?

Q2- Que représentent pour vous ces langues ?

Arabe :

Kabyle :

Français :

Anglais :

Q3- Quelle est la langue que vous utilisez le plus souvent sur vos réseaux sociaux ?

- Arabe
- Kabyle
- Français
- Anglais

Autre :

Annexes

Q4- Vous arrive-t-il de mélanger plusieurs langues quand vous vous exprimez sur les réseaux sociaux ?

• Oui

• Non

-Pourquoi ?

.....

.....

Si oui, lesquelles ?

Q5- Quelle(s) langue(s) utilisez-vous sur vos réseaux sociaux dans les situations suivantes ?

• Entre famille :

-Pourquoi ?

.....

• Entre amis :

-Pourquoi ?

.....

• Dans le cadre professionnel :

-Pourquoi ?

.....

Q6- Pensez-vous que l'utilisation des langues nationales sur les réseaux sociaux facilite la communication par rapport à d'autres langues ?

• Oui

• Non

-Pourquoi ?

.....

.....

Q7- D'après vous l'utilisation des langues nationales dans les réseaux sociaux est importante ?

• Oui

• Non

-pourquoi ?

.....

.....

Annexes

Q8- Dans quelle langue préférez-vous publier vos publications dans les réseaux sociaux ?

- Arabe
- Kabyle
- Français
- Anglais

- Autre :

-Pourquoi ?

.....
.....

Q9- A quel point utilisez-vous les langues nationales dans vos publications sur les réseaux sociaux ?

- Toujours
- Parfois
- Rarement
- Jamais

Q10- Comment vous sentez-vous lorsque vous utilisez les langues nationales sur vos réseaux sociaux ?

- Très fièr(e)
- Fièr(e)
- Neutre
- Pas fièr(e)

-Pourquoi ?

.....
.....

Résumé :

Dans notre étude sociolinguistique, nous avons étudié et déterminé la place des langues nationales dans les pratiques langagières des jeunes internautes Algériens.

Notre modeste travail est divisé en trois chapitres, le premier chapitre consacré sur la situation sociolinguistique en Algérie, ainsi la définition de quelques concepts clés qui ont une relation avec notre thème de recherche, la sociolinguistique, contacte de langue, bilinguisme, plurilinguisme, les pratiques langagières, attitudes et représentations linguistique, etc.

Le deuxième chapitre, nous avons abordés les réseaux sociaux et le choix méthodologique. En ce qui concerne la méthodologie adoptée, nous avons choisis deux méthodes d'enquête de recueil de données : la technique de questionnaire, et l'analyse des capteurs d'écran.

A travers notre enquête, auprès des jeunes internautes Algériens au sein des réseaux sociaux (Facebook, Instagram), nous avons confirmé que les langues nationales tels que, l'arabe (classique et dialectale) et le kabyle occupent une place importante dans leurs réseaux sociaux, ainsi ces derniers offrent aux jeunes Algériens de communiquer dans différentes langues à savoir leurs intérêts et leurs communautés sociales.

Mots clés :

Les pratiques langagières, la sociolinguistique, le contacte de langue, bilinguisme/plurilinguisme, représentations et attitudes linguistiques, les réseaux sociaux.

Abstract:

In our sociolinguistic study, we investigated and determined the role of national languages in the linguistic practices of young Algerian internet users. Our modest work is divided into three chapters. The first chapter focuses on the sociolinguistic situation in Algeria, as well as the definition of some key concepts related to our research theme, such as sociolinguistics, language contact, bilingualism, multilingualism, language practices, linguistic attitudes, and representations, etc.

In the second chapter, we addressed social networks and the methodological choice. Regarding the adopted methodology, we chose two data collection survey methods: the questionnaire technique and screen capture analysis.

Through our survey among young Algerian internet users on social networks (Facebook, Instagram), we confirmed that national languages such as Arabic (classic and dialectal) and Kabyle occupy an important place in their social networks. These platforms offer young Algerians the opportunity to communicate in different languages, reflecting their interests and social communities.