

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Amar Têlidji - Laghouat
Faculté des Lettres et des Langues Etrangères
Département de Français



Mémoire pour l'Obtention d'un Master en
Sciences du Langage

Thème :

**Représentations et choix du français dans les
enseignes commerciales de la ville de**

Mémoire réalisé par :

- MOULAY Med Hachem
- KUOIDRI Hanane.

Dirigé par :

- M. MORSLI Mahieddine

Members du jury:

- | | | | |
|-------------------------|--------------------|------|-------|
| - Mme. SELT Amel, | Présidente, | MCB, | UATL. |
| - KHNEIFER Abedlwahid, | Examineur, | MCB, | UATL. |
| - M. MORSLI Mahieddine, | Rapporteur, | MAA | UATL. |

Année Universitaire : 2018/2019

Remerciements

En tout premier lieu, nous remercions LE BON DIEU, tout puissant, de nous avoir donné la force pour survivre, ainsi que l'audace pour dépasser toutes les difficultés.

Nous tenons à formuler nos remerciements et nos sentiments de profondes gratitude à notre directeur de recherche monsieur M.MORSLI Mahieddine, qui a accepté de suivre notre travail avec enthousiasme, pour ses conseils et ses orientations qui nous ont servi de repères pour arriver à ce point.

Nous remercions également les membres du jury pour avoir accepté et évalué notre travail.

Un grand merci à tous ceux qui ont participé à l'élaboration et la réalisation de ce travail, précisément M. RAYAN.T pour ses encouragements et ses conseils.

Et nous n'oublions certainement pas de remercier nos parents, nos frères et sœurs et nos amis.

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail :

A Mon soleil et ma lune, mes chers parents.

A Mes précieuses étoiles, mes chères sœurs.

A ma source de force, mes chers frères Hachem, Abderrazak et Ali.

A celle, qui m'a partagé la tâche, qui m'a encouragé, ma chère amie Hanane.

Hachem

Dédicaces

Au nom du dieu le clément et le miséricordieux

*J'ai l'honneur de dédier ce modeste travail en signe de respect,
de reconnaissance et de remerciement :*

*A ma tendre mère et mon cher père, qui m'ont aidé de près et de
loin, à mes chères sœurs Khadîdja, Roumissa et Zineb, à mes héros
Allal, Bachir et Ahmed.*

*A toute la famille KOUIDRI et BOUGURRA et pour mes amis
pour leur encouragements.*

*Sans oublier ce qui m'a partagé la fatigue, le travail et
l'élaboration de ce modeste travail mon ami Hachem Mohamed
Moulay. Je vous dis merci.*

Hanane

Table des matières

INTRODUCTION GENERALE.....	8
PARTIE THEORIQUE	11
CHAPITRE I : LA SITUATION SOCIOLINGUISTIQUE DE L'ALGERIE.....	12
I. LA SOCIOLINGUISTIQUE.....	13
I.1. La communauté linguistique.....	14
II. LA SITUATION SOCIOLINGUISTIQUE DE L'ALGERIE.....	14
I.1. La situation avant la colonisation	14
I.2. La situation pendant la colonisation	15
I.3. La situation après la colonisation (actuelle).....	15
III. LE STATUT DU FRANÇAIS EN ALGERIE.....	16
IV. LES LANGUES PRESENTES EN ALGERIE	17
IV.1. L'arabe classique	17
IV.2. L'arabe dialectal.....	17
IV.3. Le berbère	18
IV.4. Le français.....	19
CHAPITRE II LES REPRESENTATIONS	20
I. REPRESENTATIONS ET ATTITUDES	21
I.1. REPRESENTATIONS	21
I.1.1. Les représentations en philosophie	21
I.1.2. Les représentations en sociologie	22
I.1.3. Les représentations en sociolinguistique	22
I.1.4. Représentations sociales et représentations sociolinguistiques	22
I.1.5. Les représentations sociolinguistiques.....	23
I.2. L'ATTITUDE.....	25
I.3. LA RELATION ATTITUDES ET REPRESENTATIONS.....	25
I.4. LA DISTINCTION ENTRE REPRESENTATIONS ET ATTITUDES.....	25
II. ENSEIGNES	26
II.1. L'enseigne commerciale	27
PARTIE PRATIQUE	28
CHAPITRE I : CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES	29
I. L'ENQUETE	30
I.1. L'enquête en sciences du langage	30
I.2. Notre enquête	31
I.3. L'échantillon	31
I.3.1. Notre échantillon	32
I.4. Le questionnaire	32
I.4.1. Le questionnaire structuré	33
I.4.2. Le questionnaire non structuré	33
I.4.3. Les types de questions dans un questionnaire	33
I.4.4. La classification selon la forme.....	33
I.4.5. La classification selon le contenu.....	34
I.4.6. La construction du questionnaire.....	35
I.4.6.1. Notre questionnaire	35
I.4.7. Visées et objectifs de questions.....	36

I.4.8.	Description du lieu de recherche	37
I.5.	Description du corpus.....	37
I.6.	Notre corpus	38
I.7.	Les difficultés rencontrées.....	38
CHAPITRE II : ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS.....		40
I.	L'ANALYSE QUANTITATIVE.....	41
I.1.	Les particularités personnelles	41
I.2.	Maitrise de la langue française.....	44
I.3.	Représentation	46
I.4.	Enseignes:.....	48
II.	L'INTERPRETATION	50
CONCLUSION GENERALE		52
BIBLIOGRAPHIE		54
ANNEXES		57

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Amar Têlidji - Laghouat
Faculté des Lettres et des Langues Etrangères
Département de Français



Mémoire pour l'Obtention d'un Master en
Sciences du Langage

Thème :

Le Choix du Français dans les Enseignes
Commerciales de la ville de Laghouat

Mémoire réalisé par :

- MOULAY Med Hachem
- KUOIDRI Hanane.

Dirigé par :

- M. MORSLI Mahieddine

Members du jury:

- | | | | |
|-------------------------|--------------------|------|-------|
| - Mme. SELT Amel, | Présidente, | MCB, | UATL. |
| - KHNEIFER Abedlwahid, | Examineur, | MCB, | UATL. |
| - M. MORSLI Mahieddine, | Rapporteur, | MAA | UATL. |

Année Universitaire : 2018/2019

Remerciements

En tout premier lieu, nous rendons grâce à Allah, le tout puissant, de nous avoir donné la force pour survivre, ainsi que l'audace pour dépasser toutes les difficultés.

Nous tenons à remercier notre directeur de recherche M.MORSLI Mahieddine, qui a accepté de diriger notre travail.

Nous remercions également les membres du jury pour avoir accepté de lire et d'évaluer ce travail.

Un grand merci à tous ceux qui ont participé à l'élaboration et à la réalisation de ce mémoire : Merci à M. RAYAN.T pour ses encouragements et ses conseils.

Et nous n'oublions certainement pas de remercier nos parents, nos frères et sœurs et nos amis.

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail :

A Mon soleil et ma lune, mes chers parents.

A Mes précieuses étoiles, mes chères sœurs.

*A ma source de force, mes chers frères Hachem, Abderrazak et
Ali.*

*A celle, qui a partagé la tâche avec moi, qui m'a encouragé, ma
chère amie Hanane.*

Hachem

Dédicaces

Au nom du dieu le clément et le miséricordieux

*J'ai l'honneur de dédier ce modeste travail en signe de respect,
de reconnaissance et de remerciement :*

*A ma tendre mère et mon cher père, qui m'ont aidé de près et de
loin, à mes chères sœurs Khadîdja, Roumissa et Zineb, à mes héros
Allal, Bachir et Ahmed.*

*A toute la famille KOUIDRI et BOUGURRA et pour mes amis
pour leur encouragements.*

*Sans oublier celui qui a partagé avec moi la fatigue, pour la
réalisation de ce travail mon ami Hachem Mohamed Moulay. Je
vous dis merci.*

Hanane

Table des matières

REMERCIEMENTS	2
DEDICACES	3
DEDICACES	4
TABLE DES MATIERES	5
INTRODUCTION GENERALE.....	8
PARTIE THEORIQUE	11
CHAPITRE I : LA SITUATION SOCIOLINGUISTIQUE DE L'ALGERIE	12
I. LA SOCIOLINGUISTIQUE.....	13
I.1. La communauté linguistique.....	14
II. LA SITUATION SOCIOLINGUISTIQUE DE L'ALGERIE.....	14
I.1. La situation avant la colonisation	14
I.2. La situation pendant la colonisation	15
I.3. La situation après la colonisation (actuelle).....	15
III. LE STATUT DU FRANÇAIS EN ALGERIE.....	16
IV. LES LANGUES PRESENTES EN ALGERIE	17
IV.1. L'arabe classique	17
IV.2. L'arabe dialectal.....	17
IV.3. Le berbère	18
IV.4. Le français.....	19
CHAPITRE II LES REPRESENTATIONS	20
I. REPRESENTATIONS ET ATTITUDES	21
I.1. REPRESENTATIONS	21
I.1.1. Les représentations en philosophie	21
I.1.2. Les représentations en sociologie	22
I.1.3. Les représentations en sociolinguistique	22
I.1.4. Représentations sociales et représentations sociolinguistiques	22
I.1.5. Les représentations sociolinguistiques.....	23
I.2. L'ATTITUDE.....	24
I.3. LA RELATION ATTITUDES ET REPRESENTATIONS.....	25
I.4. LA DISTINCTION ENTRE REPRESENTATIONS ET ATTITUDES.....	25
II. ENSEIGNES	26
III.1. L'enseigne commerciale	27
PARTIE PRATIQUE	28
CHAPITRE I : CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES	29
I. L'ENQUETE.....	30
I.1. L'enquête en sciences du langage.....	30
I.2. Notre enquête	31
I.3. L'échantillon.....	31
I.3.1. Notre échantillon.....	32
I.4. Le questionnaire.....	32
I.4.1. Le questionnaire structuré.....	33
I.4.2. Le questionnaire non structuré.....	33

I.4.3. Les types de questions dans un questionnaire.....	33
I.4.4. La classification selon la forme	33
I.4.5. La classification selon le contenu	34
I.4.6. La construction du questionnaire	35
I.4.6.1. Notre questionnaire	35
I.4.7. Visées et objectifs de questions	36
I.4.8. Description du lieu de recherche.....	37
I.5. Description du corpus	37
I.6. Notre corpus.....	38
I.7. Les difficultés rencontrées	38
CHAPITRE II : ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS.....	40
I. L'ANALYSE QUANTITATIVE	41
I.1. Les particularités personnelles	41
I.2. Maitrise de la langue française	43
I.3. Représentation.....	45
I.4. Enseignes:	48
II. L'INTERPRETATION	49
CONCLUSION GENERALE	52
BIBLIOGRAPHIE	54
ANNEXES	57

Introduction générale

La sociolinguistique, branche de la linguistique, est née pour répondre aux questions qui se préoccupent de la relation entre la langue et la société. Cette discipline étudie les phénomènes qui apparaissent dans une société plurilingue, comme le contact des langues, les variations linguistiques, les représentations linguistiques, etc.

Les représentations sociolinguistiques, se manifestent à travers les pratiques linguistiques, des locuteurs, qui révèlent la manière dont ces locuteurs perçoivent une langue donnée et ses usagers. En d'autres termes, les représentations démontrent l'attitude et la position des locuteurs par rapport à leur langue et par rapport à d'autres langues.

L'Algérie est un pays plurilingue. En raison de plusieurs facteurs historiques, économique, etc., plusieurs langues ont coexisté et continuent de coexister sur son territoire. Le français fait partie de ces langues, en envahissant différents domaines formels et informels.

Laghouat est une ville algérienne, qui marque la frontière entre le nord et le sud algérien. Comme toutes les villes algériennes, plusieurs langues y sont parlées. Le français fait partie de ces langues. Sa présence est remarquable dans le paysage sociolinguistique Laghouati.

Dans ce présent travail, nous nous intéresserons aux représentations sociolinguistiques d'une catégorie sociale particulière, dans la ville de Laghouat, par rapport à la langue française. Il s'agit de la catégorie des commerçants.

Le point de départ de notre questionnement, est le constat de la présence, au niveau des commerces de la ville de Laghouat, d'enseignes écrites en langue française. Pour nous, c'est une pratique du français, comme une autre, qu'il fallait interroger. Si les commerçants optent pour le français et choisissent cette langue, c'est qu'ils ont des représentations bien particulières autour du français.

C'est pourquoi nous nous sommes posé la question suivante : Quelles sont les représentations linguistiques chez les commerçants ayant choisi le français pour leurs enseignes ? Cette dernière est suivie, d'une autre interrogation, pour trouver des réponses plus adéquates à la première question, elle est formulée comme suit : Ces représentations joueraient-elles un rôle dans le choix du français pour les enseignes ?

Nous supposons que, vue la nature de leur activité et ce qu'ils en attendent, les représentations que les commerçants auront de la langue française seraient liées à la

nature de l'activité qu'ils exercent : le commerce. Ainsi, pour eux, le français serait une langue de commerce, une langue qui favoriserait les aiderait à mieux vendre leurs produits. Ces représentations ne seraient donc pas liées à l'aspect émotionnel et affectif (une langue belle, une langue de prestige). En relation avec, cela, nous supposons que ces représentations détermineraient le choix du français pour les enseignes de leurs magasins.

Notre cadre théorique s'inscrit dans le cadre de la sociolinguistique des représentations.

Notre travail se constitue de deux parties :

La première partie sera consacrée pour l'aspect théorique, qui comprendra deux chapitres. Le premier sera réservé à la situation sociolinguistique en Algérie en général et précisément la situation sociolinguistique de Laghouat. Le chapitre suivant, va prendre en charge l'étude des représentations, des attitudes et les concepts en relation. Ces concepts vont être utilisés comme support théorique pour notre recherche.

Dans la seconde partie nous allons avoir deux chapitres. Le premier présentera quelques considérations méthodologiques, dans la préparation de notre enquête, le choix d'un échantillon et l'élaboration du questionnaire. Pour le chapitre qui suit, il présentera l'analyse proprement dite. Nous y étudieront les représentations des commerçants concernés par l'étude. Pour ce faire, nous allons recourir à l'analyse des questionnaires. Ce chapitre portera aussi sur l'interprétation des résultats, qui nous permettra de formuler une réponse à la problématique.

Partie théorique

Chapitre I : La situation sociolinguistique de l'Algérie

Introduction

L'Algérie est un grand pays, vaste et riche culturellement, il présente une sphère parfaitement féconde aux études sociolinguistiques de sa diversité linguistique.

Dans ce premier chapitre, nous allons définir quelques concepts sociolinguistiques, qui sont nécessaires pour notre travail, puis nous allons parler de la situation sociolinguistique algérienne, la diversité linguistique qu'on y trouve, le statut du français, les langues en contact en Algérie et leurs statuts, en mettant l'accent sur la langue française.

I. La sociolinguistique

La définition de la sociolinguistique est primordiale au début de notre recherche parce qu'elle localise le champ de notre étude.

La sociolinguistique est une branche de la linguistique, appelé aussi la linguistique externe ou linguistique du terrain, elle prend en charge l'étude des relations entre la langue et la société. Elle montre une combinaison entre la linguistique et la sociologie, mais se diffère de la linguistique car leurs objectifs sont différents ; pour cela, elle vise à être autonome. En d'autres termes, elle étudie les rapports entre les phénomènes linguistiques et les phénomènes sociaux ; comme le confirme DUBOIS J. & al. (1994 :435) qui considère que : « *la sociolinguistique se fixe comme tâche de faire apparaître dans la mesure du possible la covariance des phénomènes linguistiques et sociaux et, éventuellement d'établir une relation de cause à effet* ». (DUBOIS J. & al., Larousse, 1994.)

Selon le sociolinguiste Christian 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 donnée 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, 1999 :35)

La sociolinguistique est considérée comme science interdisciplinaire (ethnologie, anthropologie, linguistique, philosophie, psychologie, histoire, géographie), elle inclut

plusieurs sous-domaines comme la stratification sociale du langage, planification des langues, attitude envers le langage, la structure de la communication, l'ethnographie de la communication, la variation linguistique, etc.

I.1. La communauté linguistique

La communauté linguistique représente un groupe de locuteurs humains, dans un même lieu, pendant le même temps utilisant la même langue pour en communiquer entre eux.

W. Labov définit la communauté linguistique comme : « *Un groupe qui partage les mêmes normes quant à la langue* » ou encore comme étant « *un groupe de locuteurs qui ont en commun un ensemble d'attitudes sociales envers la langue* ». (LABOV, 1976 : 338)

Le lien qui sert l'appartenance d'un locuteur à une communauté linguistique donnée est la langue dont il communique à son interlocuteur, ce qui montre qu'un locuteur peut appartenir à plusieurs communautés

II. La situation sociolinguistique de l'Algérie

L'Afrique en général a subi plusieurs vagues de colonisation, ce qui a fait naître du plurilinguisme au sein des pays de ce continent.

L'Algérie, pays africain, caractérisé par sa diversité linguistique comme le constate ABDELHAMID S. (2002 :35) : « *Le problème qui se pose en Algérie ne se réduit pas à une situation de bilinguisme, mais peut être envisagé comme un phénomène de plurilinguisme* ».

Cette diversité est due à son histoire et à sa géographie, on peut trouver trois situations linguistiques.

I.1. La situation avant la colonisation

Selon IBN KHALDOUNE « *depuis les temps les plus anciens, cette race habite le Maghreb dont elle a peuplé les plaines, les montagnes, les campagnes et les villes* » (IBN KHALDOUNE.2001.)

Avant la colonisation, le paysage linguistique en Algérie était trilingue, arabe classique, arabe dialectal et berbère.

« *Le peuple algérien se rattache à la patrie arabe dont il est un élément indissociable. (...) se sont ajoutés progressivement à partir du VII^{ème} siècle, les autres*

éléments constitutifs de la nation algérienne, à savoir son unité culturelle, linguistique et spirituelle (...), l'Islam et la culture arabe étaient un cadre à la fois universel et national » (Charte Nationale de 1976, titre premier).

I.2. La situation pendant la colonisation

La France en arrivant en Algérie visait à déraciner l'identité nationale en commençant par la dévalorisation de la langue nationale. Une loi de 1938 déclarait même l'arabe comme "langue étrangère en Algérie" comme le justifie William Marçais, un dialectologue et administrateur colonial en Algérie qui déclare :

« Quand l'une des langues est celle des dirigeants, qu'elle ouvre l'accès d'une grande civilisation moderne, qu'elle est claire, que l'expression écrite et l'expression parlée de la pensée s'y rapprochent au maximum, que l'autre est la langue des dirigés, qu'elle exprime dans ses meilleurs écrits un idéal médiéval, qu'elle est ambiguë, qu'elle revêt quand on l'écrit un autre aspect que quand on la parle, la partie est vraiment inégale : la première doit fatalement faire reculer la seconde » (cité par BENMESBAH. Novembre/Décembre 2003)

Pendant la période coloniale, le français a marqué son officialité dans tous les domaines formels, cette langue était imposée obligatoirement dans la société algérienne, GRANGUILLAUME écrit à propos de ça :

« La langue française a été introduite par la colonisation, si elle fut la langue des colons, des algériens acculturés de la minorité scolarisée, elle s'impose surtout comme langue officielle, langue de l'administration et de la gestion du pays, dans la perspective d'une Algérie française ». (GRANGUILLAUME, 1978:23). Donc la situation sociolinguistique de cette époque était quadrilingue.

I.3. La situation après la colonisation (actuelle)

Le lendemain de l'indépendance, avec la politique de la récupération de l'identité nationale, l'Algérie reste encore un pays plurilingue en gardant encore le français mais avec changement statutaire. En ce sens, R .SEBAA confirme :

« Sans être officielle, elle véhicule l'officialité, sans être la langue d'enseignement, elle reste la langue privilégiée de transmission du savoir, sans être la langue d'identité, elle continue à façonner de différentes manières et par plusieurs canaux l'imaginaire collectif ; sans être la langue d'université, elle demeure la langue de l'université » (SEBAA, R.1999 cité par DERRADJI, 2004 :22.)

Après l'indépendance de l'Algérie, le français continue à perdurer sur le territoire algérien, une situation confirmée par l'obligation de l'apprentissage de la langue française dans l'école algérienne dès la 3^{ème} année primaire.

III. Le statut du français en Algérie

Le français est très fréquent dans la société algérienne dans les différentes sphères sociales comme une langue courante de communication (dans la rue, à l'école, sur les lieux de travail ...). Son existence est plus remarquable au nord qu'au sud, il peut être représentatif de prestige, d'intelligence, de niveau culturel, etc.

La langue française en Algérie a connu une évolution hétérogène chronologiquement comme le confirme SEBAA RABEH : «...*La langue française pendant la colonisation, la langue française au lendemain de l'indépendance politique de l'Algérie et la présence de la langue française dans la société algérienne d'aujourd'hui...*» (SEBAA Rabah .2002 : 16)

La littérature algérienne a beaucoup apporté à la littérature d'expression francophone à l'image des écrits de Yasmina Khadra, ASSIA DJEBBAR, KATEB YACINE ... » qui ont choisi la langue française pour leur expression littéraire et artistique. En plus, il y a un nombre important de journaux d'expression francophone ; en ce sens T. BEN DJELLOUN confirme : « *même si le français était au début la langue du colonisateur. A l'heure actuelle, il est perçu autrement, puisque poètes et romanciers l'utilisent pour exprimer leur enracinement et leurs aspirations* » (1990 : 89-90). Cela prouve le statut notable du français en Algérie.

La langue française garde toujours sa position même après l'indépendance, par son statut d'une langue étrangère enseignée à l'école dès la troisième année primaire, langue des recherches scientifiques et d'ouverture sur le monde extérieur ; elle sert la communication entre les personnes intellectuelles et avec les pays occidentaux. Outre, elle est considérée comme langue de prestige. D'après ce qui est précède, on peut dire que la langue française n'est pas tout à fait une langue étrangère en Algérie puisqu'elle est présente quotidiennement dans la vie des algériens, elle peut être dans certains cas une langue seconde.

IV. Les langues présentes en Algérie

L'Algérie est un pays multiculturel. Les membres de la population et les différentes langues se rencontrent et se mettent en contact.

Son histoire linguistique a connu plusieurs changements. Avant 1830, la langue parlée était le berbère et l'arabe dialectal, l'arabe classique était consacré pour le Coran et les sciences religieuses. A partir de 1830, avec la colonisation française, on assiste à l'introduction d'une nouvelle composante linguistique, le français.

Cette introduction d'un nouveau système linguistique à côté d'autres langues fait apparaître des conflits pour la domination linguistique du territoire. Ces conflits sont s'accroissent notamment par la mise en valeur d'une langue au détriment des autres, en fonction des facteurs politique et historique, etc.

Cette cohabitation de plusieurs langues en contact fait apparaître une richesse linguistique sur le plan social et individuel : un même individu peut maîtriser plusieurs langues à la fois.

IV.1. L'arabe classique

C'est la langue du Coran et de l'Islam « *c'est cette variété choisie par ALLAH pour s'adresser à ses fidèles* » (K. T IBRAHIMI, 1995 : 05)

C'est aussi dite « littéraire ». Une langue de prestige, de la science et d'une partie de la littérature, elle a connu une large extension après l'indépendance, bien qu'elle ne soit pas pratiquée couramment dans la société.

IV.2. L'arabe dialectal

C'est la langue dominante, parlée par la grande partie de la société algérienne. Elle est dite la langue maternelle et véhiculaire. Ses locuteurs la dénomment la « darija »

C'est une langue purement orale, de communication et d'échange entre les personnes. Cette langue utilisée dans des situations informelles est le moyen d'expression d'une culture populaire notamment la poésie. C'est une sorte de démarcation de l'arabe classique, en ce sens, TALEB IBRAHIMI K. (1997 : 28) écrit : « *Les dialectes arabes, orientaux ou maghrébins se sont toujours démarqués de la norme cultivée et écrite par de sensibles différences phonétiques, voire phonologiques* »

L'arabe dialectal dit (algérien), comme on peut le constater, dans les pratiques quotidiennes des algériens, est formé à partir de l'arabe classique, du berbère et du français ; comme il est influencé par d'autres systèmes linguistiques avec lesquels il était en contact comme le turc, l'espagnol... etc., cette influence apparaît dans la divergence du dialecte d'une région à une autre.

IV.3. Le berbère

Les pays nord-africains, ou ce qu'on appelle MAGHREB, abritent les langues berbères descendant de la famille chamito-sémitique. Cette dernière existe depuis des milliers d'années écrite en caractères tifinèghe, paraît à l'oral au contraire de l'écrit. L'Algérie fait partie de cette sphère linguistique. La langue berbère (amazigh) présente plusieurs variétés :

- **Le kabyle** : pratiqué au nord de l'Algérie, précisément dans les wilayas de BEDJAIA, TIZI-OUZOU, BOUIRA, BOUMERDES, SETIF, BORDJ BOUARERIDJ et JIJEL.
- **Le chaoui** : parlé par les habitants du massif montagneux de l'Algérie méridionale dans les wilayas de l'EST algérien BATNA et SETIF.
- **Le m'zab** : parlé par les mozabites qui vivent au nord du Sahara algérien principalement dans la wilaya de GHARDAIA.
- **Le targui** : pratiqué par les touarègues (hommes bleus) dans le désert algérien dans les wilayas de TAMANRASSET, DJANET et ILLIZI.

Selon KHAOULA Taleb Ibrahim, le berbère en ses différentes variétés « [...] constitue le plus vieux adstrat linguistique de cette région [...] »

Pendant la période coloniale, la langue berbère n'était qu'un dialecte en permanente concurrence avec l'arabe pour devenir langue officielle.

Après les protestations des berbérophones dans les années 80 dans le but de défendre leur dialecte, de réclamer l'appréciation du tamazigh et précisément à partir de l'année 2002 le tamazigh a eu son statut national et s'est introduit dans différents domaines (scolaire, universitaire, médiatique et même au niveau des enseignes publiques) et à partir de 2016, le berbère est devenue une langue officielle.

IV.4. Le français

Langue indo-européenne issue de la famille romane, introduite en Algérie par le colonisateur français, cette langue a fait face à un refus comme langue de l'ennemi. Mais par la force des choses, le français s'est peu à peu introduit dans beaucoup de domaines et a été pendant de longues années la seule langue officielle en Algérie.

Aujourd'hui le paysage sociolinguistique algérien connaît une vaste diversité par rapport à son utilisation, on trouve des personnes pratiquant le français quotidiennement, d'autres le consacrent pour des situations spécifiques et une autre couche qui le maîtrise mais elle préfère ne pas s'en servir. Comme le déclare SEBAA,R :

« Sans être officielle, elle véhicule l'officialité, sans être la langue d'enseignement elle reste la langue privilégiée de transmission du savoir, sans être la langue d'identité elle continue à façonner de différentes manières et par plusieurs canaux l'imaginaire collectif, sans être la langue d'université elle demeure la langue de l'université »
(SEBAA, R. 1999, *op.cit.* : 2)

Conclusion

Pour conclure ce chapitre, nous pouvons dire que le paysage sociolinguistique algérien est caractérisé par sa diversité linguistique et culturelle. C'est un pays plurilingue qui abrite plusieurs variétés linguistiques. Pour des raisons, sociales et historiques, chacune jouit d'un statut particulier et est pratiquée dans un domaine ou par un groupe social donné.

Chapitre II : Les représentations

Introduction

Dans ce chapitre, nous allons parler tout d'abord du terme « représentations », définitions, origines, distinction entre représentations sociales et linguistique, comme nous allons parler du concept « attitudes linguistiques », sa relation avec les représentations et la distinction entre ces deux notions.

En second plan, nous allons présenter l'enseigne en général et des définitions l'enseigne commerciale, qui peut être révélatrice des représentations linguistiques des commerçants, ces derniers forment un ensemble hétérogène d'individus qui pourraient être représentatifs de la société.

I. Représentations et attitudes

I.1. Représentations

La notion de représentations se trouve dans un carrefour interdisciplinaire et dans tout ce qui a relation avec les sciences humaines (sociologie, philosophie, sciences du langage...).

Le concept de représentations a été introduit au cours du XXème siècle, avec le sociolinguiste MOSCOVICI, pour désigner les valeurs qu'accordent les locuteurs aux langues.

Pour Jodelet (1989), une représentation est *« une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social »*

I.1.1. Les représentations en philosophie

D'un point de vue philosophique et en sciences humaines généralement, la notion de représentation désigne :

« Fait d'évoquer à l'esprit un objet, ce dernier est représenté sous forme de symboles, de signes, d'images, de croyances, de valeurs, etc. » « forme courante et non savante de connaissances socialement partagées, qui contribue à une vision de la réalité commune à des ensembles sociaux et culturelles » (MOREAU, 1997 :246). Dans cette perspective une représentation signifie un ensemble de connaissances et de savoirs.

I.1.2. Les représentations en sociologie

SERGE MOSCOVICI, dans son ouvrage : la psychanalyse, son image et son public : étude de la représentation sociale de la psychanalyse, a introduit la notion représentation, en la considérant comme :

« un système de valeurs , de notions et de pratiques relatives à des objets , des aspects ou des dimensions du milieu social , qui permet non seulement la stabilisation du cadre de vie des individus et des groupes, mais qui constitue également un instrument d'orientation de la perception des situations et d'élaboration des réponses».(MOSCOVICI, cité par FISCHER 1996 : 125), c'est la manière, dont un sujet voit le monde. Comme elle sert d'instrument qui oriente les comportements et construit les points de vue et les croyances.

I.1.3. Les représentations en sociolinguistique

Le terme « représentations » a été emprunté par la sociolinguistique, une discipline récente étudiant la relation entre la société et la langue parlée par des locuteurs ou une communauté linguistique. La sociolinguistique prend en charge l'étude des représentations ; l'étude de leur apparition, leur transmission dans la société, leurs caractéristiques et leurs statuts.

Plusieurs recherches ont été faites dans ce domaine. En ce sens, CALVET.J.L les définit comme : *« la façon dont les locuteurs pensent les pratiques, comme ils se situent par rapport aux autres locuteurs, et aux autres pratiques, comment ils leurs langues par rapport aux autres langues »* (CALVET.J.L 1999 :158).

I.1.4. Représentations sociales et représentations sociolinguistiques

Pour Abric (2003), la représentation sociale est :

«Un ensemble organisé d'informations, d'opinions, d'attitudes, et de croyances à propos d'un objet donné. Socialement produite, elle est fortement marquée par des valeurs correspondant au système socio-idéologique et à l'histoire du groupe qui la véhicule pour lequel elle constitue un élément essentiel de sa vision du monde » (Abric, 2003 :59)

MOSCOVICI, définit les représentations sociales comme : *« une modalité de connaissance particulière ayant pour fonction l'élaboration des comportements et la communication entre les individus ».* (Moscovici.1976 :26)

Donc les représentations sociales, sont des connaissances, déterminant des comportements et des attitudes, qui élaborent la communication entre les individus.

«La sociolinguistique est inséparablement une linguistique des usages sociaux de la / les langues et des représentations de cette / ces langues et de ses / leurs usages sociaux, qui repère à la fois consensus et conflit et tente donc d'analyser les dynamiques linguistiques et sociales » (Boyer H, 1990 :104).

Selon BOYER : « On peut raisonnablement considérer que les représentations de la langue ne sont qu'une catégorie de représentation sociales ... ».Idem

Ces deux notions peuvent apparaître semblables et proches; les représentations linguistiques font partie des représentations sociales.

« Dans la perspective associationniste de F.de Saussure, la représentation est l'apparition de l'image verbale mentale chez le locuteur » (Dubois et al., 2007 :410)

Plus précisément, les représentations linguistiques sont des représentations sociales dont l'objet particulier est la langue.

I.1.5. Les représentations sociolinguistiques

D'après GUENIER N. et MOREAU M.L. (1997 :247) : *« en sociolinguistique l'étude des représentations s'est surtout centrée sur la question des contacts de langues ou registres d'une même langue : langue standard Vs dialecte ou créole, langue majoritaire Vs minoritaire »*. Cette citation montre que, l'étude des représentations sociolinguistiques aura lieu là où deux ou plusieurs langues sont en contact dans une société donnée.

Ainsi, il faut comprendre que l'existence de plusieurs langues au sein d'une même communauté, et même l'existence de différentes variétés d'une langue inclue l'apparition des images qu'ont les locuteurs présents dans cette situation, c'est ce qu'affirment BRANCA-ROSOFF S. et BOYER H. (1996 :79) : *« l'ensemble des images que les locuteurs associent aux langues qu'ils utilisent »*.

La représentation sociolinguistique est l'outil servant à établir les sentiments des locuteurs envers, une langue, ce qu'ils imaginent, ce qu'ils croient de la langue qu'ils pratiquent ou d'autres langues :

« La langue que parle, que revendique l'individu comme étant la sienne, la vision qu'il peut en avoir en rapport avec les autres langues utilisées dans le même contexte

n'est pas seulement un instrument de communication, elle est surtout le lieu où se cristallise son appartenance sociale à une communauté avec laquelle il partage un certain nombre de conduites linguistiques » (KHAOULA.T .I. p72-73).

Un locuteur bilingue ou plurilingue a tendance à avoir, à révéler des points de vue, des images mentales, des idées implicites ou explicites.

Les représentations sont subjectives, ce qui les rend ni justes, ni fausses, ni définitives, elles peuvent être loin de la réalité, comme le pense CASTELLOTTI :

« Les représentations ne sont ni justes, ni fausses, ni définitives, dans le sens où elles permettent aux individus et aux groupes de s'auto-catégoriser et de déterminer les sujets, les traits qu'ils jugent pertinents pour construire leur identité par rapport à d'autres » (CASTELLOTTI et MOORE 2002 :21, cité par SEDIKI.12 : 144)

Pour Calvet et Moreau :

«Les représentations sont constituées par l'ensemble des images, dispositions idéologiques, des croyances qu'ont les locuteurs au sujet des langues ; Les représentations concernent au moins trois choses : la forme des langues (comment il faut parler), le statut des langues (ce qu'il faut parler) et leur fonction identitaire (ce que la communauté parle)». (CALVET L-J et Moreau M-L., 1998.).

Dans cette perspective, CALVET, pense que les représentations sont des jugements et des attitudes, que les locuteurs ont face aux langues qu'ils utilisent et même face à d'autres langues.

Les représentations linguistiques révèlent les images des langues, pour expliquer les comportements linguistiques en s'intéressant aux valeurs subjectives accordées aux langues et aux évaluations sociales qu'elles suscitent chez les locuteurs.

I.2. L'attitude

L'attitude et la représentation sont deux notions proches l'une de l'autre.

«Les attitudes langagières constituent l'ensemble des opinions explicites ou implicites sur l'usage d'une langue. » (Dubois et al., 2007, p57). On peut comprendre, de cette définition, que l'attitude linguistique représente les opinions et les points de vue, que les locuteurs associent aux pratiques des langues.

Autre conception accordée à la notion d'attitudes, est celle de CALVET J.L., qui les considèrent comme un sentiment éprouvé par les utilisateurs d'une ou des langue(s), ce sentiment les amène à construire des jugements et des évaluations à propos de leurs productions linguistiques et même pour les productions des autre locuteurs :

« Les attitudes linguistiques renvoient à un ensemble de sentiments que les locuteurs éprouvent pour les langues ou une variété d'une langue. Ces locuteurs jugent, évaluent leurs productions linguistiques et celles des autres en leur attribuant des dénominations. Ces dernières révèlent que les locuteurs, en se rendant compte des différences phonologiques, lexicales et morphosyntaxiques, attribuent des valeurs appréciatives ou dépréciatives à leur égard » (CALVET J.L.1993 : 46.)

L'attitude est une position subjective, d'un locuteur envers une langue.

« Les attitudes renvoient à des prises de position individuelles ou collectives, par rapport à l'objet « langue », et à la variation qui la (les) caractérise » (COMITI J.M., 1992).

I.3. La relation attitudes et représentations

Les représentations et les attitudes linguistiques sont deux concepts qui peuvent entretenir des rapports de confusion, de dépendance de l'un vis-à-vis de l'autre : la représentation peut modifier l'attitude ou le contraire.

I.4. La distinction entre représentations et attitudes

En 1986, LAFONTAINE a mentionné la distinction entre les attitudes et les représentations, en se basant sur l'ordre de présence, les attitudes qui sont des jugements, des prises de position et des évaluations accordés à une langue, viennent après les représentations qui sont des images mentales d'une langue.

« Si représentations et attitudes linguistiques ont en commun le trait épilinguistique, qui les différencient des pratiques linguistiques et des analyses métalinguistiques, elles se distinguent théoriquement par le caractère moins actif (moins orienté vers un comportement), plus discursif et plus figuratif des représentations, et, méthodologiquement, par des techniques d'enquête différentes [i.e. des interactions aussi naturelles que possible » (GUEUNIER in MOREAU. op.cit. : 247- 248.)

Cécile Canut (1998 :13), insiste sur cette distinction :

« par attitudes linguistiques, il faut entendre :l'ensemble des manifestations subjectives vis-à-vis des langues et des pratiques langagières (représentations, mimiques, intonations, gestuelles...), et par représentations linguistiques, notion qu'elle oppose aux attitudes, il faut entendre une construction plus ou moins autonome, plus ou moins indépendante, selon les cas de la réalité observée »

II. Enseignes

La communication est le moyen du contact entre tous les individus. Elle se fait par l'intermédiaire de la langue et du langage. Elle se fait par d'autres moyens comme l'enseigne.

Dans le dictionnaire le grand robert, l'enseigne est définie comme suit : « Marque, indice servant à faire reconnaître quelque chose. □ Indice, marque, preuve, signe» cela veut dire un symbole visuel au public qui fait référence à quelque chose.

L'enseigne sera une marque utilisée comme une appellation d'un commerce.

A travers les dictionnaires du XX^{ème} siècle, l'enseigne signifie :

« Signe constitué par un emblème, une inscription ou un objet symbolique permettant de signaler l'établissement de commerce à l'intention du public »

« Panneau portant un emblème ou une inscription ou un objet symbolique qui signale un établisse» Dictionnaire Micro Robert, 1980

L'enseigne est donc considérée comme toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce et qui signale un établissement de commerce pour attirer l'attention des passants.

Le Dictionnaire encyclopédique, le Quille 1979 définit l'enseigne comme : « *Tableau portant une inscription, une figure, un emblème ou toute autre indication qu'un marchand, un artisan Met à sa maison pour indiquer sa profession».*

A partir de ces définitions, nous pourrions déduire que le concept enseigne peut signifier une marque proprement dite dans chaque commerce, une inscription utilisée pour indiquer la présence de tel commerce et identifier la nature de l'activité commerciale pratiquée et permettre aux passants de saisir les produits à vendre au niveau de cet établissement.

II.1. L'enseigne commerciale

Selon la loi de commerce, l'enseigne est définie comme :

« Un signe distinctif des établissements de commerce faisant corps avec le fonds et se transmet en cas de cession. Elle est la propriété exclusive de celui qui est le premier adopté .Une imitation ou une analogie donne ouverture à une action, si une confusion est possible ».

On peut dire que chaque établissement doit porter une enseigne pour permettre aux clients de reconnaître le fond des magasins et pour éviter toute confusion.

L'enseigne commerciale est définie comme un signe qui désigne une activité économique et qui sert à identifier la nature du commerce pour permettre aux clients de reconnaître le fond des magasins

Conclusion

En guise de conclusion nous pouvons dire que travailler sur les représentations en société s'avère essentiel. Nous avons tenté d'approcher des concepts qui seront utiles dans notre recherche.

Les représentations et les attitudes sont des comportements, des jugements et des croyances qui influencent l'usage et les pratiques d'une langue.

L'enseigne est considérée comme un code qui renvoie une certaine réalité socioculturelle, en d'autres termes, elle rend service au public puisqu'elle informe les passants de l'existence de tel ou tel commerce.

Partie pratique

Chapitre I : Considérations méthodologiques

Introduction

Dans cette partie de notre travail, nous allons présenter la méthodologie, les procédés et les démarches suivis pendant notre recherche, comme nous allons présenter notre enquête et notre corpus. Nous parlerons également des difficultés que nous avons rencontrées lors de la réalisation de ce travail.

I. L'enquête

Toute étude d'une situation est faite par une technique ou une méthode adéquate à la nature de la recherche visée. Ce qui rend difficile de donner une définition précise à l'enquête.

Selon R. GHIGLIONE, l'enquête consiste à : « *interroger un certain nombre d'individus en vue d'une généralisation* » (GHIGLIONE et MATALON, 1978 : 06).

Dans une enquête, l'enquêteur doit récolter des données qui valideront sa recherche, répondront à sa problématique qui est le moteur motivant de cette recherche et confirmeront ses hypothèses suggérées au début. L'enquête se base sur trois étapes principales : l'observation, l'analyse et l'interprétation des données.

I.1. L'enquête en sciences du langage

La sociolinguistique, est une science qui prend en charge l'étude des relations entre les locuteurs d'une langue et la société à laquelle ils appartiennent.

« *La sociolinguistique étudie ces rapports en collectant les données à analyser auprès d'un échantillon représentatif de la communauté linguistique en utilisant les instruments qui assurent l'objectivité et la fiabilité de la recherche* » (CALVET. et DUMOND.1999 : 15).

En se basant sur cette citation, on peut dire qu'une enquête en sciences du langage, est une recherche basée sur une collection de données et d'informations chez un certain nombre d'individus qui constituent un échantillon représentatif de la société dans le but de généraliser une idée ou une information obtenue après la recherche.

I.2. Notre enquête

Au cours du mois de février 2019, nous avons élaboré un questionnaire qui se base sur une méthode parmi les méthodes d'enquête dans le domaine des sciences du langage et qui nous paraît la plus adéquate à notre recherche qui se base sur le questionnaire.

Selon BONARDI « *Le questionnaire est un outil d'analyse privilégié dans l'étude des représentations sociales* ». (BONARDI C., & ROUSSIAU N.1999 : 35).

Pour CHIGLIONE R. et MATALON B. (1978 :28) :

«*le questionnaire est un instrument 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* ». Ce questionnaire est destiné et distribué aux commerçants du centre-ville de Laghouat.

Nous voulons, dans notre recherche, connaître les représentations sociolinguistiques du français qu'ont les commerçants de Laghouat qui ont choisi le français pour leurs enseignes.

Nous avons nous-mêmes réalisé cette enquête sur le terrain, nous avons présenté les objectifs de notre recherche et nous avons expliqué à nos enquêtés que les informations qu'ils nous fourniront constitueront le matériau de notre recherche. Nous avons expliqué le questionnaire et, parfois, nous avons aidé les enquêtés qui avaient des difficultés, à répondre aux questions posées.

I.3. L'échantillon

Selon le dictionnaire le Robert, l'échantillon est une : « *partie (de qqch. d'un travail...) qui donne une idée de l'ensemble.* ».

Selon le dictionnaire Larousse, l'échantillon est un « *ensemble représentatif d'une « population » possédant les mêmes caractéristiques (il est constitué soit au hasard, soit suivant la méthode des quotas)*

A partir des définitions précédentes on peut comprendre que l'échantillon est une partie représentative du tout.

I.3.1. Notre échantillon

Comme nous l'avons signalé, notre population d'enquête est constituée de commerçants de la ville de Laghouat.

Notre échantillon se compose de 22 commerçants, qui ont accepté de répondre à notre questionnaire. Cette sélection de la population interrogée a été faite au hasard ; le seul critère de la sélection de cet échantillon, c'est la langue française dans laquelle sont écrites les enseignes des commerces. Tous les propriétaires des magasins portant des enseignes écrites en graphie latine avaient la chance d'être interrogés.

Cet échantillon représente des commerçants de différentes régions du pays, de différents niveaux scolaires, de différentes tranches d'âge, pratiquant différentes activités commerciales dans la ville de Laghouat.

I.4. Le questionnaire

Dans une recherche scientifique, plusieurs outils sont fournis dans le but de valider les résultats de cette recherche. On peut citer l'entretien, l'interview et le questionnaire, ce dernier est très fréquent dans les recherches scientifiques universitaires. C'est une méthode de recherche permettant de recueillir des informations dans le but de valider les résultats d'un sondage d'opinions, de points de vue ou d'expériences.

ANGERS M. présente le questionnaire comme « *technique directe pour interroger les individus* ». (ANGERS M. 1997 : 146).

JAVEAU, ajoute une autre précision en disant : « *le questionnaire est un document sur lequel sont notés les réponses sur les réactions d'un sujet déterminé* ». (JAVEAU. 2002 : 29).

Un questionnaire est un formulaire constitué d'une série de questions de différents contenus et différents types, qui seront posés aux sujets désignés par l'échantillonnage.

Un questionnaire doit être rigoureusement élaboré avant de commencer l'enquête et sera posé sous forme identique à tous les sujets interrogés.

Selon GHIGLIONE et MATALON :

« *Un questionnaire est un instrument 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 » (GHIGLIONE et MATALO. Op.cit : 98).

A partir des définitions précédentes, on peut comprendre que le questionnaire est un moyen de communication entre l'enquêté et l'enquêteur par l'intermédiaire d'une série de questions destinées aux personnes interrogées afin de savoir leurs points de vue à propos de la situation formant le problème de la recherche.

Selon (HARBI.S, 2011 :52), les questionnaires se subdivisent en deux catégories, un questionnaire structuré et un questionnaire non structuré.

I.4.1. Le questionnaire structuré

Est un questionnaire constitué de différents types de questions, questions fermées, semi fermées ou ouvertes. Dans un questionnaire structuré, les questions sont directes, où l'enquêté va répondre par « oui » ou « non », ou bien il va choisir une réponse parmi celles qui sont proposées par l'enquêteur.

I.4.2. Le questionnaire non structuré

Il est composé seulement de questions ouvertes. L'enquêté a toute la liberté de répondre, sans obstacle et sans limite.

Notre questionnaire est mixte, il comporte des questions fermées et des questions ouvertes.

I.4.3. Les types de questions dans un questionnaire

Selon HAMEL NAOUEL, « La classification des questions composant un questionnaire peut s'opérer selon leur contenu ou bien selon leurs formes » (HAMEL.N. 2014 :149-150)

I.4.4. La classification selon la forme

I.4.4.1. La question fermée

Est une question rigoureusement structurée, l'enquêté est limité dans sa réponse, dans ce type on distingue trois formes de questions. La question aux choix multiples où le sujet interrogé peut choisir une réponse parmi plusieurs proposées par l'enquêteur.

La deuxième forme, c'est la question dichotomique qui ne porte qu'une opposition et contradiction de deux réponses. La troisième forme, c'est la question à

échelle, où l'enquêté est appelé à démontrer son degré de satisfaction, c'est-à-dire est ce qu'il est pour ou contre.

I.4.4.2. La question ouverte

La personne interrogée est totalement libre dans sa réponse, dans laquelle elle apporte toutes les précisions, toutes les nuances qu'elle estime souhaitables, c'est une liberté de réflexion et d'expression et de vocabulaire. Dans ce type de question, il n'y a aucune suggestion de réponses de la part de l'enquêteur. Ce dernier détermine le thème de la question sans avancer aucune idée ou proposition anticipée par rapport à ce que l'enquêté va penser : « *la question dite ouverte ne prévoit pas les réponses et laisse à l'individu la liberté complète de s'exprimer* » (MUCCHIEILLI R. : 23).

I.4.4.3. La question semi ouverte ou semi fermée

C'est un mélange entre une question fermée et une question ouverte. D'autres l'appellent question mixte. Dans ce type de questions on trouve une proposition de réponses aux choix multiples pour les réponses prévues sans oublier de consacrer une place aux réponses libres pour les réponses non prévues.

I.4.5. La classification selon le contenu

Le contenu des questions d'un questionnaire varie en fonction de l'objet de la recherche (l'enquête), on peut distinguer deux types de questions :

I.4.5.1. La question d'opinion

Porte sur les avis des enquêtés sur leurs opinions, leurs motivations, leurs représentations, leurs attitudes, ce sont des questions dites «subjectives», certains enquêtés estiment ce genre parce qu'ils pensent que leurs idées sont pertinentes.

I.4.5.2. La question du fait

Dans ce type de questions, on demande au sujet de fournir des informations ou de répondre à des questions concernant des faits concrets, véritables et observables dont la personne interrogée a expérience ou connaissance. Le premier type porte sur des comportements, sur les pratiques des enquêtés, elles sont selon BOUKOUS A. « relatives aux phénomènes observables » (BOUKOUS, CALVET et DUMONT.1999.Op. cit.16)

I.4.6. La construction du questionnaire

Le but de notre questionnaire, est de faire un sondage d'informations auprès d'une population déterminée, les questions formant notre questionnaire sont établies pour fournir des informations et des réponses correspondant à notre recherche.

I.4.6.1. Notre questionnaire

Notre questionnaire est formé de treize questions regroupées en quatre grandes parties, qui seront présentées ci-dessous. Notre questionnaire est introduit comme suit « Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'études pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes de commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration ».

Notre questionnaire n'est pas fidèle à un type spécifique de questions, il englobe toutes les formes de questions : fermées, semi fermées et ouvertes.

Notre questionnaire est construit en trois parties principales, dont la première est consacré aux informations liées à l'identification de l'enquêté :

- L'âge : Selon P. THIBAUT la variable d'âge est « *la différenciation sociolinguistique selon l'âge des locuteurs est l'une des clés maitresses pour la compréhension de la dynamique des communautés linguistiques* ». (THIBAUT.1997 :20). L'appartenance à une telle tranche d'âge joue un rôle très important dans une étude sociolinguistique. Elle peut être un facteur qui favorise et influence le choix du français chez les commerçants.

- Le sexe : « *les femmes, plus sensibles que les hommes aux modèles de prestige [...]* »(LABOV, W. 1998 :32). Mais cette variable n'a pas été étudiée dans notre enquête, car notre corpus n'est pas homogène en ce qui concerne le sexe. Dans la société Laghouatie, il est très rare où on trouve des femmes qui travaillent dans le commerce ce qui ne permet pas de les prendre en considération dans ce genre d'enquête.

- Le niveau scolaire : cette question a pour but d'explorer l'effet du niveau scolaire sur la construction des représentations envers la langue française.

- La nature du commerce : la fin de cette dernière est de trouver s'il y a une relation entre la nature du commerce et le choix de la langue dont l'enseigne est écrite en français. Nous voulions tester l'hypothèse selon laquelle, la nature du commerce exercée peut avoir une influence sur le choix de la langue l'enseigne.

La partie suivante porte sur la maîtrise et la pratique (à l'oral et à l'écrit) de la langue française : ce n'est pas le même cas pour deux personnes différentes, l'une qui maîtrise le français, l'autre non.

Puis, en troisième lieu viennent les interrogations concernant les représentations : l'impact du côté psychique et émotionnel sur la préférence du français sera testé par le biais de ce questionnement en se basant sur les réponses fournies aux interrogations suivantes :

- L'amour de la langue française.
- La langue française est une belle langue.
- Que représente cette langue pour eux avec des réponses à choix multiple.

Et en dernier lieu, nous avons réservé une place pour les questions portant sur les enseignes :

- Que représente l'enseigne pour eux.
- Les causes du choix de la langue française pour leurs enseignes.

La dernière question est consacrée pour le choix de la graphie latine.

I.4.7. Visées et objectifs de questions

Dans le tableau suivant nous présentons en détail les visées et les objectifs des questions de notre questionnaire.

Partie	Visées des questions	Objectifs des questions
Première partie	L'identification sociale	Les questions de cette partie sont conçues autour des variables : d'âge, de sexe, du niveau scolaire, et enfin la nature du commerce. A travers ces questions nous voulons cerner la situation sociale des commerçants.
Deuxième partie	La maîtrise de la langue française	Nous visons à travers ces questions de savoir le degré de la maîtrise de la langue française par les commerçants.
Troisième partie	Les représentations sociolinguistiques	C'est par le biais des questions de cette partie que nous allons découvrir les représentations que se font les enquêtés à

		propos de la langue française.
Quatrième partie	Le choix des enseignes	Cette partie va nous servir d'outil pour détecter les causes du choix de langue française dans les enseignes des magasins.

I.4.8. Description du lieu de recherche

Notre enquête a été réalisée au centre-ville de Laghouat dans deux lieux commerciaux différents (la rue d'El Mgataa et El Maamoura). Premièrement à la rue de 1^{er} novembre 1954 (rue El Mgataa) qui se situe au centre-ville de Laghouat, précisément entre BAB-DZAYER et l'ancienne gare routière, ce lieu est considéré comme le plus actif en commerce, il englobe une large diversification commerciale ; pour cela, il est considéré comme un lieu de communication et de rencontre sociale par excellence. Deuxièmement, dans les magasins d'El Maâmoura, aussi considérée comme zone commerciale très importante où s'exercent plusieurs activités commerciales, on peut dire que ce lieu présente une bonne collection des centres commerciaux, l'élément qui nous aidé à recueillir des informations et des données plus nombreuses par rapport aux celles de la rue 1^{er} novembre 1954 (rue EL Mgataa).

I.5. Description du corpus

Selon (SINCLAIR 1991 :21). Le corpus : « *est une collection de données langagières qui sont sélectionnées et organisés selon des critères linguistiques explicites pour servir d'échantillon au langage* ».

C'est-à-dire, une sorte de rassemblement d'éléments et de données linguistiques différents et qui n'appartiennent pas à la même source, cette opération est faite selon l'exigence des critères et des lois de l'enquête dans le but de servir un échantillon qui doit être une partie représentative du tout.

Le corpus est un ensemble homogène et significatif de données linguistiques observées (réelles) et à partir desquelles pourra s'élaborer la description et la finalisation des faits (phénomènes) linguistiques.

I.6. Notre corpus

Dans notre travail de recherche, nous avons recueilli notre corpus (le questionnaire) qui concerne notre thème qui est le choix de la langue française dans les enseignes commerciales.

Notre corpus se compose des questions de différents types entre ouverte et fermée et question aux choix.

L'analyse de notre corpus se fera en deux étapes : une première étape quantitative pour cerner les données observées ; une deuxième qualitative pour essayer de répondre à notre problématique.

I.7. Les difficultés rencontrées

Pendant notre travail de recherche, notre enquête ne s'est pas déroulée sans difficultés.

L'une des difficultés qu'on a rencontrées était au niveau de la langue française puisque certains commerçants ont trouvé des difficultés pour comprendre la langue française : ils la considèrent comme langue étrangère ; et pour leur faciliter la tâche, nous avons élaboré un autre formulaire traduit en langue arabe, qui sera inséré dans la partie des annexes.

Une autre difficulté a empêché le déroulement de notre recherche, c'est le sentiment et les représentations qu'ont les commerçants par rapport aux agents du ministère de commerce ; certains commerçants ont refusé de répondre au questionnaire en croyant que nous étions des agents du ministère du commerce, bien que nous ayons présenté nos cartes d'étudiants, on a trouvé une grande difficulté pour les convaincre, mais un nombre important de commerçants ont accepté de répondre volontairement.

Une autre difficulté rencontrée était l'absence des propriétaires des magasins : Les vendeurs qu'on a trouvés n'avaient aucune idée concernant le choix de la langue de l'enseigne.

Ainsi, les commerçants n'ont pas répondu aux questionnaires immédiatement, ils ont gardé le formulaire ; donc dans certains cas, il était difficile de récupérer le formulaire ; il arrive que le commerçant ne comprenne pas telle ou telle question, on

l'explique et après on retrouve le même problème avec d'autres questions ; c'était une sorte de va et vient.

Aussi il est très remarquable dans notre enquête que la plupart des commerçants n'ont pas répondu à certaines questions surtout la dernière question relative au choix de graphie.

Chapitre II : Analyse et interprétation des résultats

Analyse des résultats

Nous présentons dans ce chapitre le dépouillement des questionnaires qui s'est fait manuellement et l'analyse des résultats. En se basant sur une étude quantitative et une autre qualitative. Dans l'analyse quantitative, nous avons fait une description totale avec des statistiques des résultats obtenues pour dégager les éléments clés qui serviront à l'interprétation.

I. L'analyse quantitative

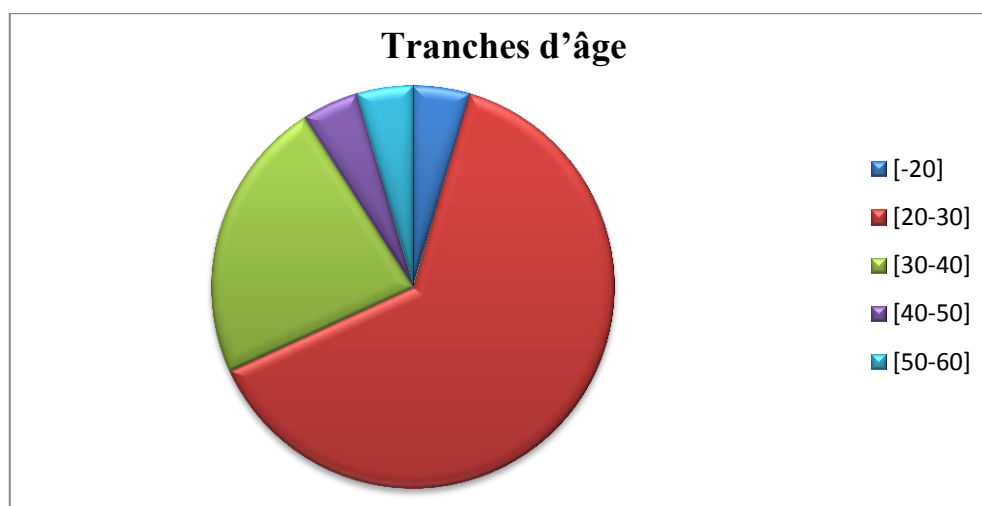
ANGERS M. (1997 :60) dit à propos des méthodes quantitatives qu'elles : « visent d'abord à mesurer le phénomène à l'étude. Les mesures peuvent être ordinales du genre « plus grand ou plus petit que », ou numérique avec usage de calculs(...) Les méthodes quantitatives font appel à une mathématisation de la réalité ».

L'analyse quantitative est une stratégie basée sur les statistiques des résultats obtenus par l'enquête par questionnaire. Elle sert à donner des informations chiffrées qui sont nécessaires pour arriver à une conclusion d'une recherche scientifique.

I.1. Les particularités personnelles

I.1.1. Variable d'âge :

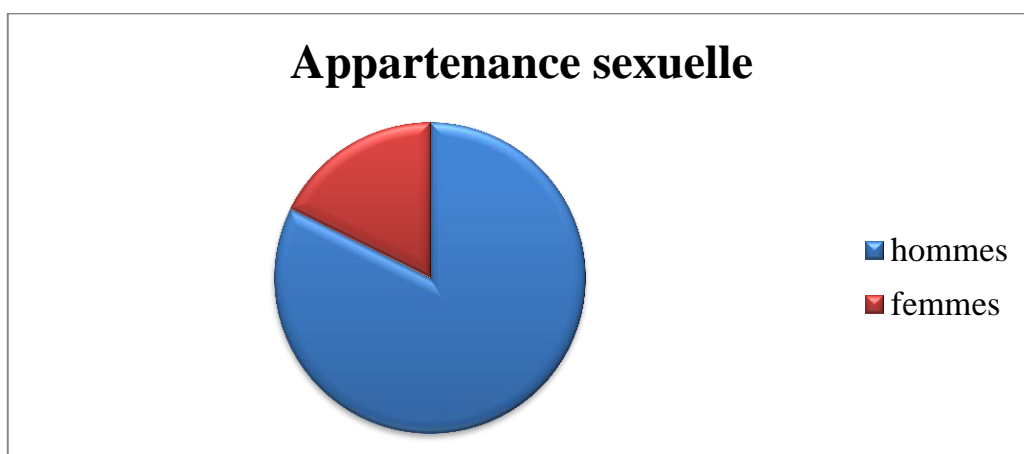
Tranches d'âge				
[-20]	[20-30]	[30-40]	[40-50]	[50-60]
1 (4.54%)	14 (63.63%)	5 (22.72 %)	1 (4.54%)	1 (4.54%)



Notre échantillon est marqué par une présence notable de jeune dont l'âge varie entre 20 ans et 30 ans. Cette tranche d'âge représente plus de 63% de notre échantillon.

I.1.2. L'appartenance sexuelle des enquêtés

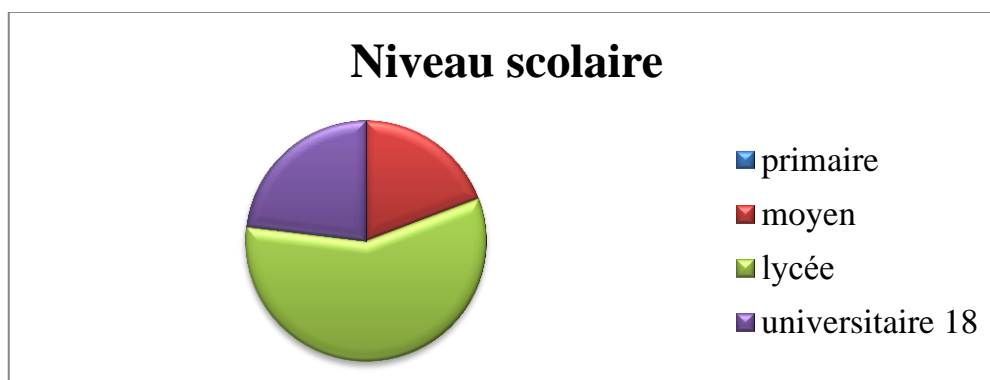
hommes	Femmes
19 (86.36%)	3 (13.64%)



Notre échantillon étudié se compose de 22 commerçants dans 19 hommes et 3 femmes. Les hommes sont majoritaires avec un pourcentage de 86 % et les femmes avec un pourcentage de 13%.

I.1.3. Le niveau scolaire

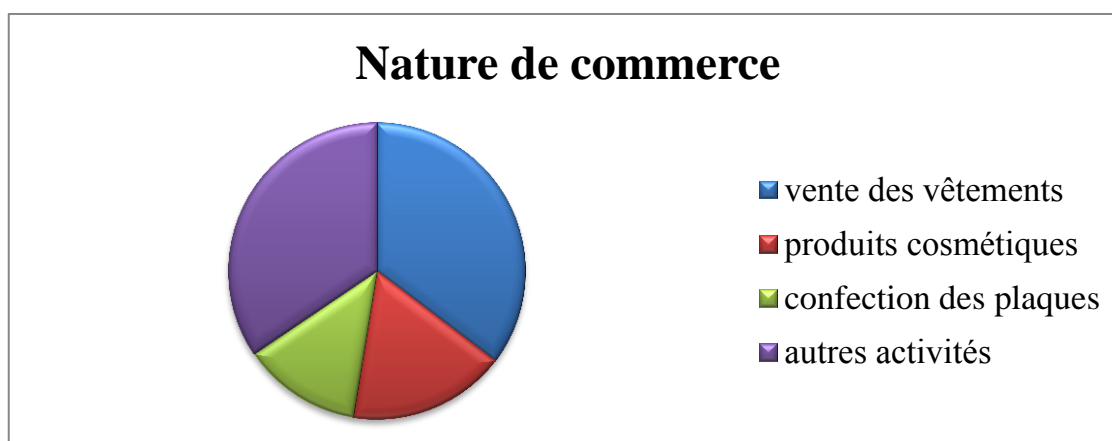
Primaire	Moyen	lycée	Universitaire
00 (00%)	01(4.54%)	03(13.63%)	18 (81.36%)



Une majorité des commerçants interrogés a fait des études universitaires avec un pourcentage de 81% ; 13 % ont atteint le niveau secondaire. Seulement 4 % des enquêtés se sont arrêté aux études primaires. Cela montre que la majorité de nos enquêtés ont, en théorie, eu un contact plus au moins prolongé avec la langue française.

I.1.4. Nature du commerce

Vente des vêtements	Cosmétique	Confection des plaques	Autre
07 (31.81%)	04(18.81%)	03 (13.63%)	8 (36.36%)



Ce que nous pouvons dire concernant la nature du commerce, nous avons classé les différents types en quatre domaines importants, l'activité de vente des vêtements dépasse 36 % de notre corpus.

I.2. Maitrise de la langue française

I.2.1. Maitrisez-vous le français ?

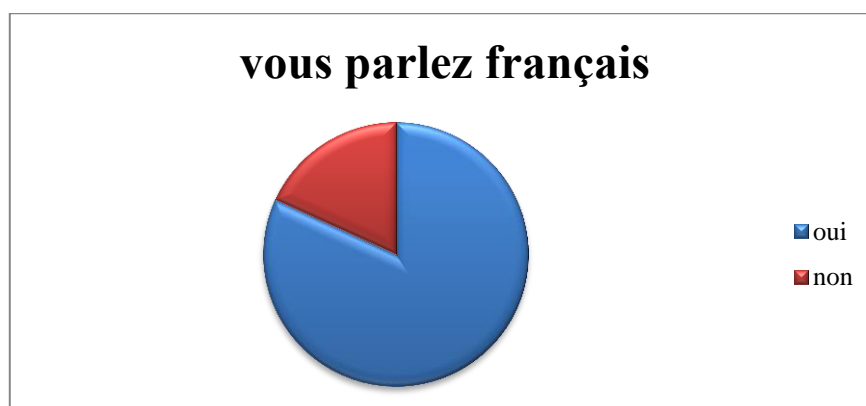
oui	Non
19 (86.36%)	03 (13.63%)



Nous avons remarqué, à travers les réponses des enquêtés, que 86% pensent qu'ils maîtrisent la langue française par contre 13% avouent qu'ils ont des lacunes et des difficultés à apprendre la langue française. Cependant, à travers les réponses, nous avons pu détecter que même ceux qui pensent qu'ils maîtrisent le français, cela n'est qu'un sentiment. En fait, dans leurs réponses, on comprend qu'ils ne maîtrisent pas correctement la langue.

I.2.2. Vous parlez en français?

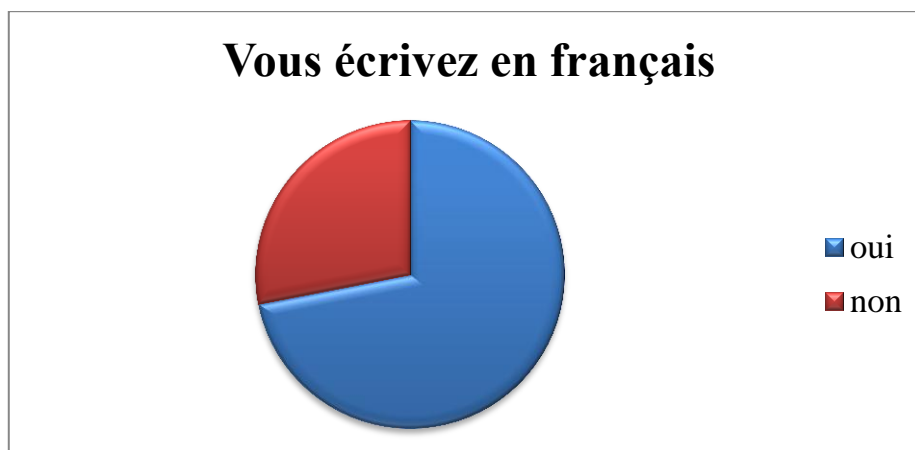
Oui	Non
18 (81.81%)	04 (18.18%)



Cette question nous a montré que 81% des commerçants déclarent qu'ils ont la capacité de parler la langue française facilement et qu'ils la pratiquent ; 19 % disent qu'ils ne la parlent pas ; ils ont des obstacles à s'exprimer.

I.2.3. Vous écrivez en français?

Oui	Non
17 (77.28%)	05 (22.72%)



Cette dernière représentation graphique montre que plus de 77% des commerçants écrivent en français.

I.3. Représentation

I.3.1. Aimez-vous le français?

Oui	Non
20 (90.90 %)	2 (9.09%)



La majorité des commerçants que nous avons interrogés disent aimer la langue française, avec un pourcentage de 90% de l'échantillon 9.09% disent ne pas l'aimer. Ceci démontrerait que le français jouit d'un statut favorable chez la plupart des commerçants de Laghouat.

I.3.2. La langue française est une belle langue ?

Oui	Non
16 (72.72%)	6 (27.27%)



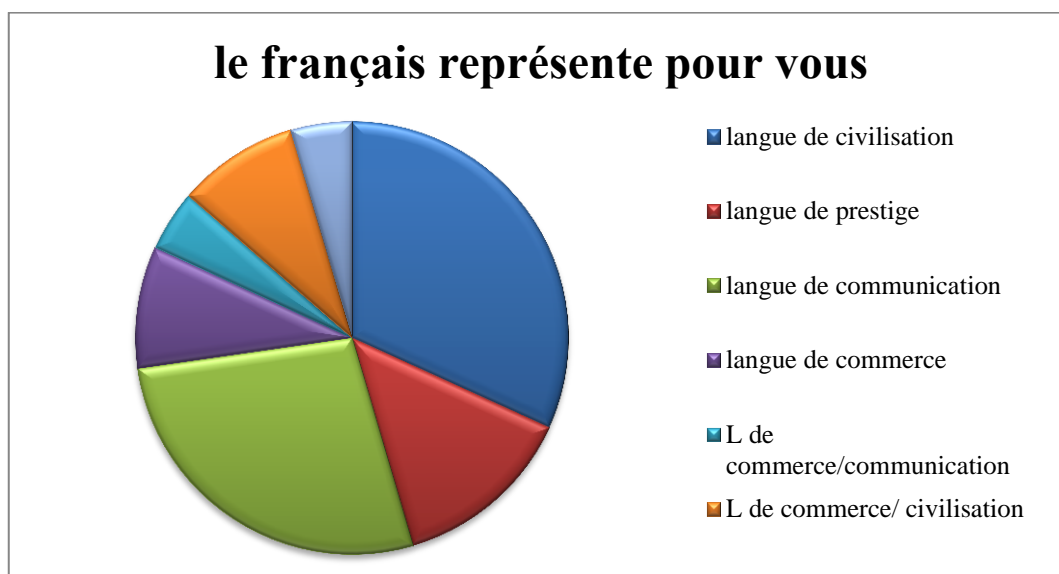
Un nombre important de notre échantillon pensent que la langue française est une belle langue, nous pouvons constater plus de 72 % qui ont des représentations qui valorisent la langue française, cela veut dire qu'ils ont des représentations positives à l'égard de cette langue.

D'un autre côté, 28 % estime que la langue française ce n'est pas une belle langue (des représentations négatives).

I.3.3. Que représente le français pour vous ?

Langue de civilisation	Langue de prestige	Langue de communication	Langue du commerce
7 (31.81%)	3 (13.63%)	6 (27.27%)	2 (9.09%)

Langue de commerce +langue de communication	Langue de civilisation +langue de commerce	Langue de prestige + langue de Communication
1 (4.54%)	2 (9.09 %)	1 (4.54%)

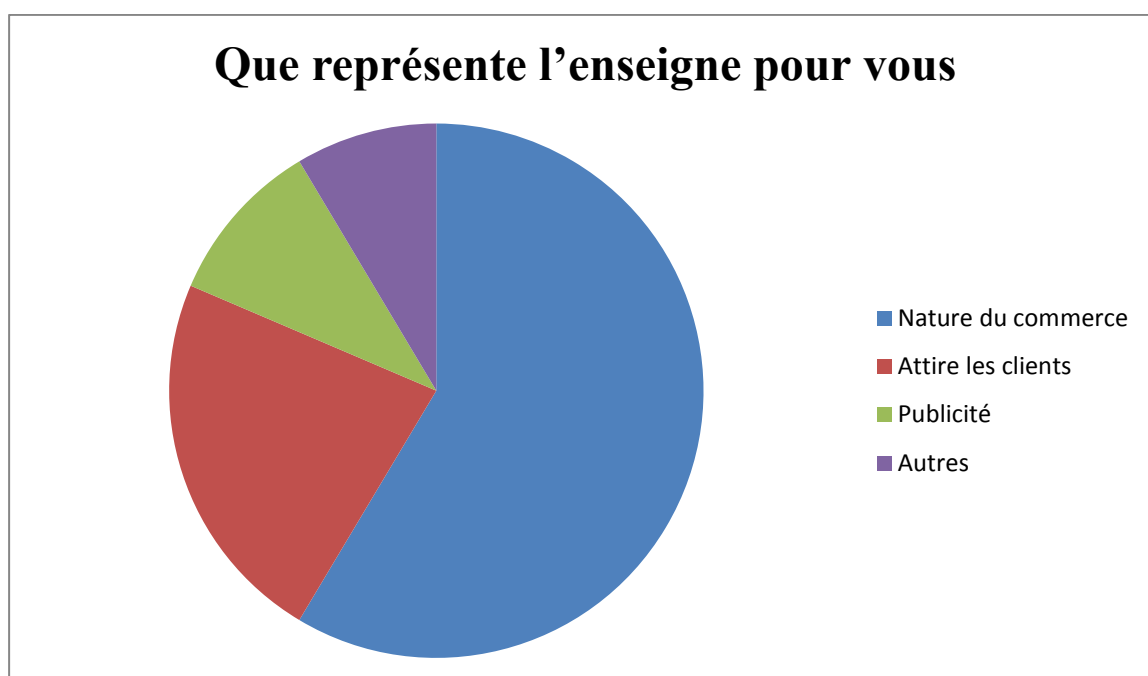


Pour 31% de notre échantillon, le français est une langue de civilisation 27% disent que c'est une langue de communication et 13% disent que c'est une langue de prestige. Seulement 09% disent que c'est une langue de commerce.

I.4. Enseignes:

I.4.1. Que représente l'enseigne pour vous ?

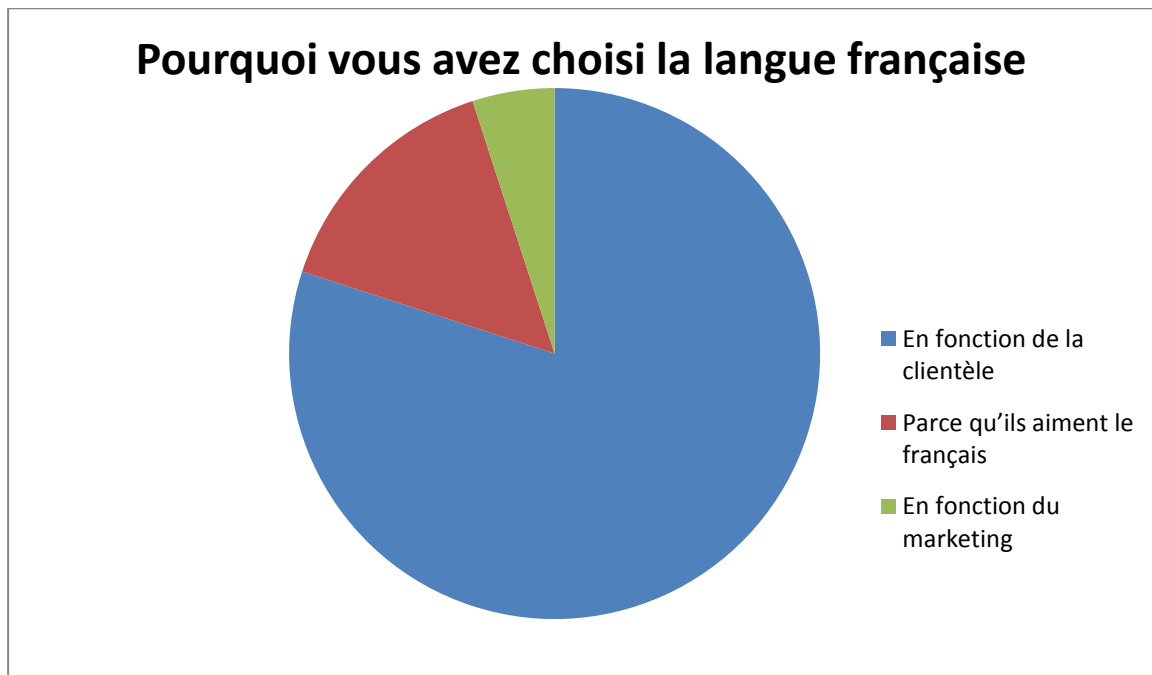
Nature du commerce	Attire les clients	Publicité	Autres
8 (36.36%)	6 (27.72%)	7 (31.81%)	Nom des filles des commençants 4.54 %



36.36% des commerçants disent que l'enseigne représente pour eux un outil pour indiquer la nature du commerce.

I.4.2. Pourquoi vous avez choisi la langue française ?

En fonction de la clientèle	Parce qu'ils aiment le français	En fonction du marketing
16 (72.72)	3 (13.63%)	1 (4.54%)



Nous remarquons que 72.27% des commerçants ont choisi la langue française en fonction de la clientèle, ils pensent que la langue française est un outil important pour attirer les clients et favoriser le contact avec eux.

Comme nous pouvons le remarquer sur la représentation graphique, concernant cette question, c'est en fonction de la clientèle que les commerçants choisissent leurs enseignes.

En ce qui concerne la question suivante de notre questionnaire : pourquoi vous n'avez pas choisi la langue française ? Nous l'avons éliminée, car on s'est rendu compte avec l'évolution de notre réflexion, qu'elle était en contradiction avec notre problématique de recherche qui s'est focalisée sur le choix du français.

Pour la dernière question qui dépend du choix de la graphie latine, nous ne l'avons pas traitée car aucun commerçant n'y a répondu.

II. L'interprétation

Notre étude révèle que de nombreuses enseignes commerciales sont écrites en français dans la ville de Laghouat.

En se basant sur l'analyse de nos résultats, on peut conclure que le français représente pour la plupart des commerçants une langue de civilisation, ils considèrent cette dernière comme une langue de prestige.

D'après l'analyse qu'on a faite des réponses au questionnaire de notre enquête, on trouve qu'un bon nombre des enquêtés, ne prennent pas en compte les considérations historiques, qui feraient du français la langue du colonisateur. Ceci voudrait dire que cette langue jouit d'une bonne image auprès de beaucoup de commerçants de la ville de Laghouat.

En termes de représentations, il ressort que c'est les images qui dominent chez ces commerçants sont qui considèrent que le français est une langue de civilisation et une langue de communication. En termes d'attitudes aussi, il semblerait aussi que la langue française jouit d'un statut très favorable auprès de ces commerçants puisque une majorité déclare aimer cette langue.

En comparaison avec ces images, "langue de commerce" vient en dernier, ce qui paraît contradictoire chez un commerçants dont l'enseigne est écrite en français.

Mais en ce qui concerne le choix du français, ce ne sont pas les représentations liées à l'aspect affectif qui déterminent en premier lieu ce choix. Ce n'est pas aussi et de façon directe l'image selon laquelle le français est une langue de commerce pour ces commerçants. Pour ces derniers dont les enseignes sont écrites en français, c'est plutôt la façon dont la clientèle perçoit la langue française qui motive le choix du français pour l'enseigne.

On pourra dire donc que d'un côté, pour ces commerçants, le français n'est pas une langue d'un commerce, mais d'un autre côté, ils la choisissent pour leurs enseignes parce qu'ils pensent que c'est une langue qui jouit d'une bonne image auprès de leur clientèle qu'elle attire et permet ainsi d'augmenter leurs ventes. Donc, finalement, on revient à l'idée que le français est une langue de commerce puisqu'elle permet de vendre. Il y a donc une contradiction. Pour résoudre cette contradiction, on pourra dire qu'il faut analyser les réponses des commerçants à deux niveaux différents : premièrement ces commerçants pour lesquels le français est une langue de civilisation, une langue de prestige, etc., répondent en tant qu'individus qui appartiennent à un milieu social qui perçoit le français ainsi. Ces représentations pourraient être construites grâce à l'école, au média, à l'entourage familial, etc. Deuxièmement, en tant que commerçants qui pratiquent une activité bien particulière, ils considèrent que le français est une langue qui

jouit d'une bonne image auprès de leur clientèle et qu'elle leur permet de vendre leurs produits. C'est ce qui explique leur choix de cette langue pour leurs enseignes.

Conclusion générale

Notre recherche, qui se fonde sur une approche sociolinguistique des enseignes commerciales, en prenant en considération les particularités personnelles des commerçants, comme l'âge, le niveau scolaire et la nature du commerce pratiqué. Nous nous sommes intéressés aux enseignes écrites en français. Notre questionnement principal a porté sur la nature des représentations du français chez ces commerçants qui ont choisi de rédiger leurs enseignes dans cette langue et sur le rôle que jouerait la nature de leur activité dans ce choix.

Ce travail nous a permis de comprendre que la plupart des commerçants interrogés ont des représentations affectives positives à l'égard du français. La plupart déclare aimer la langue française. Ils trouvent aussi que c'est une belle langue. Mais contrairement à ce que nous avons avancé dans notre hypothèse, une grande partie d'entre eux trouvent que le français est plutôt une langue de civilisation, une langue de prestige et une langue de communication et non pas une langue de commerce.

Mais paradoxalement, nos résultats montrent que ce ne sont pas ces représentations qu'ont les commerçants vis-à-vis du français, qui déterminent directement le choix du français pour leurs enseignes. C'est plutôt les représentations et les attitudes qu'ils attribuent à leur clientèle qui, pour eux, détermine le choix de langue française. Ils penseraient que cette dernière jouit d'une bonne image auprès de la clientèle et l'attirera.

Les réponses de nos enquêtés sont à lire à deux niveaux : d'un côté, pour les commerçants considérés comme des individus et des citoyens appartenant à un milieu social, indépendamment de leur activité, le français est une langue de civilisation et une langue de prestige ; de l'autre, et pour comprendre ce qui détermine le choix du français pour l'enseigne, c'est leur statut en tant que commerçants qui est derrière la représentation, *le français attire la clientèle*, qui a déterminé le choix du français pour les enseignes.

On pourra dire donc en conclusion, que ce n'est pas la nature de leur activité commerciale qui détermine les représentations du français chez ces commerçants, leurs représentations se sont formées ailleurs, à l'école, dans les médias, la famille, etc., mais c'est cette activité qui détermine le choix du français pour leurs enseignes.

Bibliographie

Ouvrages

- Abric, J. C. (2003). Méthodes d'études des représentations sociales. Paris: ed Eres. Amazon, 2002 p. 29
- ANGERS M. : *Initiation pratique à la méthodologie des recherches*, Casbah université, Alger, 1997. p. 146
- BOUKOUS A.: CALVET L- J. et DUMONT P.: *L'enquête sociolinguistique*, L'harmattan, 1999p. 15
- BOYER Henri, *Matériaux pour une approche des représentations sociolinguistiques .Eléments de définition et parcours documentaire en diglossie* .In : *Langue française* .N° 85, 1990, p.102
- BOYER Henri., 1994 introductions à la sociolinguistique, Ed. Dunod, Paris, p.46
- CALVET J.L. et DUMOND P., *L'enquête sociolinguistique*. L'Harmattan, Paris, 1999, p 15
- CALVET. J-L. Pour une écologie des langues du monde, PILON, France, 1999, p.158.),
- GUEUNIER Nicole, Représentations linguistiques, in MOREAU Marie- Louise (éd.), *Sociolinguistique, concepts de base*, Sprimont, Mardaga, 1997 247- 248.)
- INB KHALDOUNE, histoire des berbères et des dynasties musulmanes de l'Afrique septentrionale, traduction de William MAC-GUCKIN DE SLANE, Alger, Berti édition, 2001
- JAVEAU C.: *L'enquête par questionnaire: Manuel à l'usage du praticien* collection
- LABOV, W. (1976) : *Sociolinguistique*, Editions de Minuit, p.338.
- LABOV, W. (1998) : « Vers une réévaluation de l'insécurité linguistique des femmes », in [SINGY (P.) (dir.), 1998, *Les Femmes et la langue, l'insécurité linguistique en question*], De lacha ux et Niestlé. P.32) .
- LAFONTAINE (1986) : *Le parti pris des mots*, Sprimont, Mardaga
- MOREAU M.L.1997 : 94-95) « Théories sociolinguistiques et étude des comportements langagiers dans une communauté de langue minorée », pp24-31, in *Actes du symposium linguistique franco-algérien de Corti, 9-10 Août 1993*. Edités par George MORACCHINI, studii Corsi, Edition Bastia, Août 1994, p10).
- Moscovici, S (1976). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: Puf
- SEBAA Rabah l'Algérie et la langue française : l'Altérité partagé, Dar el Gharb, 2002.
- Sinclair, J. (1991). « Chapter 1: Corpus Creation ». Dans *Corpus, Concordance, Collocation*. Série : *Describing English Language*. Dirs. J. Sinclair et R. Carter. Oxford : Oxford University Press.
- THIBAUT, P, 1997, « Age », in Moreau, M- L, (éd), *sociolinguistique concepts de base*, liège, Mardaga, p.20

Thèses

- ABDELHAMID. S. *Pour une approche sociolinguistique de l'apprentissage de département de français, université de Batna, thèse de doctorat, 2002, p. 35*
- HARBI Sonia, mémoire de magister, les représentations sociolinguistiques des langues (arabe, français) chez les étudiants en psychologie de l'université de Tizi-Ouzo, université MOULOUD MAAMRI, 2011.

Articles

- Véronique CASTELLOTTI, REPRESENTATIONS SOCIALES DES LANGUES ET ENSEIGNEMENTS, Guide pour l'élaboration des politiques linguistiques éducatives en Europe – De la diversité linguistique à l'éducation plurilingue, Université François Rabelais –Tours, Strasbourg, 2002
- HAMEL.N La confection d'un questionnaire d'enquête et la formulation de ses questions 2014. P149-150, revue de lettres et langue, université de Biskra.
-

Dictionnaires

- DUBOIS J. & al., Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage, Paris.)Larousse, 1994.)
- Dictionnaire Micro Robert, 1980
- Le Dictionnaire encyclopédique, le Quillet. 1979
- le dictionnaire le grand robert
- le dictionnaire universel du XIX siècle 1870

Annexes























Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : 25 ans

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

..... Confection des plaques

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? L'enseigne c'est pour identifier votre commerce

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

Parce que ma clientèle est attirée par le français

- Parce que j'aime le français

- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : 28 ans

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

vente de vêtements femmes

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? Les noms des mes filles

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

Parce que ma clientèle est attirée par le français

- Parce que j'aime le français

- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : 25

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

Location des robes Blanches

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? représente la nature de profession

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

- Parce que ma clientèle est attirée par le français

- Parce que j'aime le français

- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : 28 ans

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

vente de vêtements femmes

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? Les noms des mes filles

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

Parce que ma clientèle est attirée par le français

- Parce que j'aime le français

- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : *34*

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

Commerce de produits de beauté

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? *identifier la nature d'activité commerciale*

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

- Parce que ma clientèle est attirée par le français
- Parce que j'aime le français
- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

..... /

Le choix de la graphie latine : /

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : 31 ans

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

alimentaire

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? reflète le profil de commerce

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

Parce que ma clientèle est attirée par le français

- Parce que j'aime le français

- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : 48 ans

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

..... pharmacie

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? Parce que - c'est la lumière de la vie

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

- Parce que ma clientèle est attirée par le français ✓

- Parce que j'aime le français

- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : 27 ANS.....

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

VENTE ET Réparation électronique

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? Les Pannonies Publi-Tan.....

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

- Parce que ma clientèle est attirée par le français ✓
- Parce que j'aime le français ✓
- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : *38 ans*

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

..... *Vente Bijoux et Meuble*

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? *Duplicite*

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

▷ (Parce que ma clientèle est attirée par le français) ✕

- Parce que j'aime le français

- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : ... *26*

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre : /

4) Nature du commerce :

..... *étudiant / la solution du pc possible*

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? *représente le magasin*

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

- Parce que ma clientèle est attirée par le français *
- Parce que j'aime le français
- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

..... /

Le choix de la graphie latine : /

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : *30 ans*

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

..... *produit cosmétique*

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? *Les enseignes des commerces d'expirés les produits*

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ? *de ma boutique*

- Parce que ma clientèle est attirée par le français

- Parce que j'aime le français

- Autre : *parce que le brant de ma boutique est en français* *Chouel*

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

..... /

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue français dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : 28

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

.....

2. Maitrise de la langue française :

1) Maitrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? attire le public

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

- Parce que ma clientèle est attirée par le français

- Parce que j'aime le français

- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : ... 30

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre : /

4) Nature du commerce :

..... Confection des plaques et panneaux publicitaires

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? L'enseigne et une Nom Commercial ou publicitaire

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

- Parce que ma clientèle est attirée par le français

- Parce que j'aime le français

- Autre : /

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

..... /

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : 24 ans

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

..... Commerce Habillement

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? Langue de la clientèle

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

- Parce que ma clientèle est attirée par le français
- Parce que j'aime le français
- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : 24 ans

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre : diplôme informatique et les langues

4) Nature du commerce :

..... (Bijou) ? cosmétique

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? présenter la nature de commerce

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

- Parce que ma clientèle est attirée par le français ✓

- Parce que j'aime le français

- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : 53 ans

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

..... PHARMACIE

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? obligation (contient le symbole de la)

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ? PHARMACIE

- Parce que ma clientèle est attirée par le français

- Parce que j'aime le français

- Autre : par HABITUDE (Terme scientifique)

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ? (Etudes supérieures ont été pratiquées en français)

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : ... 25

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

... Commerçant de détail vêtements enfants

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? ... parce que est une marque connue

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

- Parce que ma clientèle est attirée par le français

- Parce que j'aime le français

- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : 29 ans

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

..... Boucher

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? Publicité?

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

- Parce que ma clientèle est attirée par le français ✓
- Parce que j'aime le français
- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : *27 ans*

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

vente d'éléments des enfants

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? *pour les clients*

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

- Parce que ma clientèle est attirée par le français

- Parce que j'aime le français

- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : 23

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre :

4) Nature du commerce :

Partenaire

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? Pour clients

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

Parce que ma clientèle est attirée par le français

Parce que j'aime le français

Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

.....

Le choix de la graphie latine :

Questionnaire

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master, qui porte sur le choix de la langue française dans les enseignes des commerces de Laghouat, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire. Nous vous remercions de votre collaboration.

Notre travail portera sur 'Le choix du français dans les enseignes des commerces à Laghouat.

1. Identification :

1) Age : 45

2) Homme femme

3) Niveau scolaire :

primaire moyen lycée universitaire

Autre : TS informatique bases données

4) Nature du commerce :

Charcuterie et Coctails

2. Maîtrise de la langue française :

1) Maîtrisez-vous le français ? oui non

2) Vous parlez en français ? oui non

3) Vous écrivez en français ? oui non

3. Représentations :

1) Aimez-vous le français ? oui non

2) La langue française est une belle langue ? oui non

3) Que représente pour vous la langue française ?

langue de civilisation langue de prestige langue de communication

langue du commerce

4. Enseigne :

1) Que représente pour vous l'enseigne ? Pour attirer la clientèle

2) Pourquoi avez-vous choisi la langue française pour votre enseigne ?

- Parce que ma clientèle est attirée par le français

- Parce que j'aime le français

- Autre :

Pourquoi vous n'avez pas choisi le français ?

Le choix de la graphie latine :

استبيان

في اطار اعداد مذكرة تخرج الماستر المندرجة تحت عنوان اختيار اللغة الفرنسية في اللافتات التجارية لمدينة الاغواط، نرجو منكم
الاجابة على هذا الاستبيان و لكم منا جزيل الشكر و العرفان.
علما ان بحثنا يتركز على اختيار اللغة الفرنسية في اللافتات التجارية لمدينة الاغواط

العمر: 19

الجنس: ذكر انثى

المستوى الدراسي :

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

طبيعة التجارة: تجارة الملابس

1- اتقان اللغة الفرنسية

هل تتقن اللغة الفرنسية؟ نعم لا

هل تتحدث اللغة الفرنسية نعم لا

هل تكتب باللغة الفرنسية نعم لا

2- تصورات :

هل تحب اللغة الفرنسية نعم لا

هل تعتقد أن اللغة الفرنسية لغة جميلة؟ نعم لا

3- ماذا تعني لك اللغة الفرنسية :

- لغة الحضارة - لغة بيرستيج - لغة تواصل

- لغة تجارة

4- اللافتة :

ماذا تمثل لك اللافتة؟

لماذا اخترت الكتابة باللغة الفرنسية في اللافتة؟

لأن اللغة الفرنسية لغة تجذب الزبائن

لأنني أحب اللغة الفرنسية

شيء اخر

ما سبب اختيار التاجر للغة اللاتينية في كتابة لافتة محله؟

.....

استبيان

في اطار اعداد مذكرة تخرج الماستر المندرجة تحت عنوان اختيار اللغة الفرنسية في اللافتات التجارية لمدينة الاغواط. نرجو منكم
الاجابة على هذا الاستبيان و لكم منا جزيل الشكر و العرفان.
علما ان بحثنا يتمركز على اختيار اللغة الفرنسية في اللافتات التجارية لمدينة الاغواط

العمر: 27

الجنس: ذكر انثى

المستوى الدراسي :

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

طبيعة التجارة: تجارة

1- اتقان اللغة الفرنسية

هل تتقن اللغة الفرنسية ؟ نعم لا

هل تتحدث اللغة الفرنسية نعم لا

هل تكتب باللغة الفرنسية نعم لا

2- تصورات :

هل تحب اللغة الفرنسية نعم لا

هل تعتقد ان اللغة الفرنسية لغة جميلة ؟ نعم لا

3- ماذا تعني لك اللغة الفرنسية :

- لغة الحضارة - لغة بيرستيج - لغة تواصل

- لغة تجارة

4 - اللافتة :

ماذا تمثل لك اللافتة ؟ شيء

لماذا اخترت الكتابة باللغة الفرنسية في اللافتة ؟

لأن اللغة الفرنسية لغة تجذب الزبائن

لأنني أحب اللغة الفرنسية

شيء اخر

ما سبب اختيار التاجر للغة اللاتينية في كتابة لافتة محله؟

.....

استبيان

في إطار اعداد مذكرة تخرج الماستر المندرجة تحت عنوان اختيار اللغة الفرنسية في اللافتات التجارية لمدينة الاغواط. نرجو منكم الاجابة على هذا الاستبيان و لكم منا جزيل الشكر و العرفان.

علما ان بحثنا يتمركز على اختيار اللغة الفرنسية في اللافتات التجارية لمدينة الاغواط

العمر: 28

الجنس: ذكر انثى

المستوى الدراسي :

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

طبيعة التجارة.....

1- اتقان اللغة الفرنسية

هل تتقن اللغة الفرنسية ؟ نعم لا
هل تتحدث اللغة الفرنسية نعم لا
هل تكتب باللغة الفرنسية نعم لا

2- تصورات :

هل تحب اللغة الفرنسية نعم لا
هل تعتقد أن اللغة الفرنسية لغة جميلة ؟ نعم لا

3- ماذا تعنى لك اللغة الفرنسية :

- لغة الحضارة
- لغة تجارة
- لغة بيريستيج - لغة تواصل

4 - اللافتة :

ماذا تمثل لك اللافتة ؟

لماذا اخترت الكتابة باللغة الفرنسية في اللافتة ؟

لأن اللغة الفرنسية لغة تجذب الزبائن

لأنني أحب اللغة الفرنسية

شيء اخر

ما سبب اختيار التاجر للغة اللاتينية في كتابة لافتة محله؟

.....