



Les représentations sociolinguistiques des langues étrangères à l'université algérienne: Pratiques et idéologies

The sociolinguistic representations of foreign languages at the Algerian university: Practices and ideologies

BENHADJ AHMED AMINE*

Université Mohamed Boudiaf de M'sila
Laboratoire des études linguistiques
théoriques et pratiques

abenhadj.ahmedamine@univ-msila.dz

Dr. Lynda ZAGHBA

Université Mohamed Boudiaf de M'sila

lynda.zaghba@univ-msila.dz

Résumé:

Cet article expose une partie des résultats d'une étude exploratoire menée à l'université de Djelfa. Il examine les représentations sociales des langues d'un groupe d'étudiants de troisième année LMD français, de l'année universitaire 2021/2022. Nous nous proposons de répondre à la problématique suivante : Quelles valeurs sont-elles associées au français et à l'anglais ? Quel est le rôle du discours sur les langues dans la construction des représentations? Pour répondre, nous avons usé d'une méthode d'analyse spécifique .

Abstract :

This article presents some of the results of an exploratory study carried out at the University of Djelfa. It examines the social representations of languages, of a group of third-year French LMD students, from the 2021/2022 academic year. We propose to answer the following question: What values are associated with French and English? What is the role of discourse on languages in the construction of representations? To answer, we used a method of analysis specific

informations sur l'article

Reçu

15 Janvier 2023

Acceptation

10 Mars 2023

Mots clés:

- ✓ Représentations sociales
- ✓ Langues d'université
- ✓ Idéologies linguistiques

Article info

Received

15 January 2023

Accepted

10 March 2023

Keywords:

- ✓ Social representations
- ✓ University languages
- ✓ Linguistic ideologies

* Auteur expéditeur

1. INTRODUCTION

La notion de représentation est associée au sociologue Émile Durkheim (1898) qui distingue les représentations collectives en tant que conscience sociale c'est-à-dire des croyances et des valeurs communes à tous les membres de celle-ci, et les représentations individuelles en tant que savoir partagé. Pour Abric (1994 :19), une représentation sociale est appréhendée comme « un ensemble d'informations, de croyances, d'opinions et d'attitudes à propos d'un objet donnée ». La compréhension des représentations sociales s'avère importante puisqu'on reconnaît les représentations sociales selon Jodelet (1994 :37) «en tant que systèmes d'interprétation régissant notre relation au monde et aux autres [et qui] orientent et organisent les conduites et les communications sociales. De même interviennent-elles dans des processus aussi variés que la diffusion et l'assimilation des connaissances, le développement individuel et définition des identités personnelles et sociales, l'expression des groupes, et les transformations sociales.».

L'analyse des discours épi-linguistiques est l'un des moyens les plus privilégiés pour accéder aux différentes valeurs que l'on accorde aux langues, surtout dans le milieu plurilingue comme celui de l'Algérie. Pour Moreau, l'objectif de l'étude des représentations en sociolinguistique est double: «D'une part, les images associées aux langues se présentent comme des témoins de la manière dont sont perçues les situations

sociales; elles permettent d'autre part de mieux comprendre les soubassements et les enjeux de la non-diffusion des langues, de leur maintien ou de leur disparition» (1990 :407) Ces interrogations nous mènent à supposer que d'abord, les représentations sociales des étudiants sur les langues étrangères révèlent des idées partagées. Ensuite, les représentations peuvent favoriser l'apprentissage des langues étrangères. Puis, la motivation d'apprentissage d'une ou de plusieurs langues étrangères diffère selon les rapports aux langues présentes dans le milieu social des apprenants. Enfin, le fait de maîtriser une langue étrangère facilite l'accès à d'autres systèmes linguistiques.

Afin d'apporter des éléments de réponse aux questions posées auparavant, nous adoptons une méthodologie analytique et utiliserons l'enquête par questionnaire (approche quantitative) destinée aux étudiants de 3^{ème} année LMD français de l'université de Djelfa. Pour analyser les données recueillies, nous usons d'un outil conçu spécialement pour étudier un terrain plurilingue et analyse les représentations d'une population donnée. C'est la méthode d'analyse combinée (MAC) de Bruno Maurer conçue spécialement pour l'étude des idéologies linguistiques.

Dans cette recherche, nous aborderons d'abord, la notion des représentations sociales comme un concept migrateur entre les disciplines. Ensuite, nous passerons au cadre méthodologique dans lequel nous décrirons le lieu de l'enquête, l'outil de l'enquête, le corpus. Puis, nous exposerons les résultats, l'analyse et enfin,

la discussion et l'interprétation des résultats. Finalement, nous terminerons par une conclusion dans laquelle nous répondrons à la problématique posée au début de ce travail de recherche.

2. Les représentations sociolinguistiques

Le concept de «représentation» est aujourd'hui très présent dans différentes études et dans diverses disciplines: psychologie sociale, sociolinguistique, didactique des langues. D'un point de vue sociologique, Doise (1985 :245) les présente comme:

«une instance intermédiaire entre concept et perception; [...] elle se situe sur des dimensions d'attitudes, d'informations et d'images; [...] elle contribue à la formation des conduites et à l'orientation des communications sociales; [...] elle aboutit à des processus d'objectivation, de classification et d'ancrage; [...] elle se caractérise par une focalisation sur une relation sociale et une pression à l'inférence; et surtout [...] elle s'élabore dans différentes modalités de communication: la diffusion, la propagation et la propagande».

Les représentations sociales des langues, en tant que «des jugements sur les langues et les façons de les parler [et] les représentations agissent sur les pratiques» (Calvet, 2009 :158) sont aussi un centre d'intérêt pour les chercheurs qui veulent comprendre le mode de leur appropriation et de leur transmission au sein des groupes sociaux. Il est à noter toutefois que, les représentations sociales de façon générale restent des images

mentales liées à des attitudes, qui selon leur nature changent selon leurs approches d'analyse (analyse factorielle de correspondance, le questionnaire, l'entretien). En effet, les représentations sociales des langues sont des images en relation avec leur utilisation, par opposition aux représentations linguistiques qui restent en relation avec les structures même des langues ou des représentations culturelles qui sont en réalité des images qui reflètent l'entourage social de l'apprenant et qui doivent être présentes dans toutes démarche analytique (sociolinguistique, didactique).

D'autres études se sont intéressées à la question des représentations des langues ainsi que sur leur impact. Comme celle de (Dabène, 1994 :50) qui avance que les représentations sont fortement stéréotypées et liées aux langues en usage dans une communauté donnée. Ces représentations reposent sur des critères tels que l'utilité, la facilité et le prestige des langues. Elle souligne que : « il existe à l'égard de certaines langues des préjugés favorables ou défavorables qui tiennent aux aléas de l'histoire, à leur émergence sur la scène internationale et aux relations harmonieuses ou conflictuelles entre les pays où on les parle. (Dabène, 1997: 21).

Le désir d'apprendre une langue étrangère joue également un rôle très important dans la construction des représentations en faveur de cette langue voire, dans la réussite de l'apprentissage. Dans cette lignée, Castellotti & Moore (2002 :7) affirment que «les recherches, notamment en milieu scolaire, lient depuis

longtemps les attitudes et les représentations au désir d'apprendre les langues, et à la réussite ou à l'échec de cet apprentissage».

2.1 La notion de représentation

Le concept de représentation sociale (RS) est présent aujourd'hui dans toutes les sciences humaines, notamment en linguistique. C'est pourquoi, il en découle des définitions multiples ainsi que des objets épistémologiques à étudier. Le terme représentation est polysémique et complexe, on lui accorde désormais un intérêt particulier car il figure parmi les trois grandes thématiques de la recherche française en psychologie sociale. En effet, comme l'évoque Beauvois et Montil: «On peut considérer que trois grandes thématiques structurent la recherche française en psychologie sociale: les représentations sociales, la communication et l'interlocution, la régulation sociale des fonctionnements cognitifs» (1991, p.3).

Selon Moscovici (1963), Jodelet (1989), Guimelli (1994): «une représentation sociale se présente comme un ensemble de connaissances, croyances, schèmes d'appréhension et d'action à propos d'un objet socialement important. Elle constitue une forme particulière de connaissance de «sens commun» qui définit la réalité pour l'ensemble social qui l'a élaborée dans une visée d'action et de communication. Une RS est donc un produit, un ensemble de processus de pensée, un organisateur de l'activité sociale».

La notion de représentation concerne les images et les conceptions que les acteurs sociaux se font d'une langue, de ce que sont ses normes, ses caractéristiques, son statut au regard d'autres langues, influencent largement les procédures et les stratégies qu'ils développent et mettent en œuvre pour apprendre cette langue et en user (Dabène 1997). Les représentations donnent lieu à des traces observables dans les pratiques langagières des individus. En ce qui concerne les langues, de leur acquisition et de leur utilisation, qu'elles soient maternelles, secondes ou étrangères, les représentations sont susceptibles de donner lieu à verbalisation, qu'elles ont à voir avec l'appartenance, l'identité, le positionnement distinctif par rapport à l'autre. Elles constituent des topiques et des objets de discours (Berthoud 1996).

La représentation sociale est «une instance intermédiaire entre concept et perception; [...] elle se situe sur des dimensions d'attitudes, d'information et d'images; [...] elle contribue à la formation des conduites et à l'orientation des communications sociales; [...] elle aboutit à des processus d'objectivation, de classification et d'ancrage; [...] elle se caractérise par une focalisation sur une relation sociale et une pression à l'inférence; et surtout [...] elle s'élabore dans différentes modalités de communication: la diffusion, la propagation et la propagande» (Doise, 1985 :p.245)

2.2 Représentation et usage

Les représentations restent des images mentales liées à des attitudes, qui selon leurs natures changent selon leurs analyses. En effet, les représentations sociales des langues sont des images en relation avec leur utilisation, par opposition aux représentations linguistiques qui restent en relation avec les structures même des langues ou des représentations culturelles qui sont en réalité des images qui reflètent l'entourage social de l'apprenant et qui doivent être présentes dans toutes démarche analytique (sociolinguistique, didactique).

L'usage d'une langue donnée est motivé par le milieu social de tout locuteur influencé par des exigences politiques, économiques et idéologiques ou culturelles. Subséquemment, ces dernières affectent les comportements d'un quiconque usager de la langue. Cette attitude sera rejetée ou retenue selon leur indépendance psychologique ou leur réseau de communication interindividuelle car elle constitue la réalité construite par l'individu dans son milieu social (famille, institutions scolaires, entourage). L'individu qui produit un discours quelconque vise à produire chez l'autre une image ou susciter une attitude donc c'est la représentation que son énoncé doit évoquer qui est le but de son discours. Il est plus subjectif si son discours contient plus les manifestations de ses attitudes. La structure psychologique de chacun est bâtie sur deux images: aimer et accepter ou détester et rejeter. C'est pourquoi, la représentation est dite positive ou

négative selon ce qu'elle reflète. Vasseur (2001:135,147) affirme que: «les représentations ne constituent pas des objets isolés et stables, mais qu'elles émergent, se manifestent et peuvent se transformer au cours des interactions dans des dialogues qui les révèlent.»

2.3 Langues, stéréotypes et préjugés

Plusieurs études se sont intéressées à la question des représentations des langues ainsi que sur leur impact. Avec l'expression «*statut informel des langues*» Dabène (1994: 50-51) approche les représentations fortement stéréotypées liées aux langues par une communauté donnée. Ces représentations reposent sur des critères tels que l'utilité, la facilité et le prestige des langues. Elle souligne que : « il existe à l'égard de certaines langues des préjugés favorables ou défavorables qui tiennent aux aléas de l'histoire, à leur émergence sur la scène internationale et aux relations harmonieuses ou conflictuelles entre les pays où on les parle. (1997 : 21).

Petit jean définit les représentations linguistiques comme : « un ensemble de connaissances non scientifiques, socialement élaborées et partagées, fondamentalement interactives et de nature discursive, disposant d'un degré plus ou moins élevé de jugement et de figement et permettant au(x) locuteur (s) d'élaborer une construction commune de la réalité linguistique, c'est-à-dire de la ou des langues de la communauté ou de la ou des langues des communautés exogènes, et de gérer leurs activités langagières au

sein de cette interprétation commune de la réalité linguistique. (2009 : 67).

Domergue & Maurer (2008 : 302) soulignent que le terme général de « représentation » recouvre différentes réalités. Nous reprendrons à notre compte leur hypothèse sur le fait que ce système de valeurs « *peut permettre d'expliquer [...] les choix faits par les sujets en matière de pratiques linguistiques* ».

En psychologie sociale, la stéréotypie est « une manière de penser par cliché, qui désigne les catégories descriptives simplifiées basées sur des croyances et par lesquelles nous qualifions d'autres personnes ou d'autres groupes sociaux objets de préjugés » (Ficher.1996 :133). Les stéréotypes résultent de la catégorisation sociale ; ils « constituent des savoirs stables et structurés, stockés en mémoire et guident les jugements et l'action des sujets qui en sont porteurs ». (Vinsonneau,1999 :210).Donc, chaque personne peut estimer qu'elle sache à quoi s'en tenir sur autrui.

Selon Émile Durkheim, les représentations sont des idées formées qui relèvent d'un savoir naïf loin de toute connaissance scientifique et constitué souvent de préjugés et de stéréotypes. Mannoni (1998 :25-27) note que les préjugés sont fondés sur « des traits réducteurs et caricaturaux » facilement véhiculés, alors que les stéréotypes « se présentent comme des clichés mentaux stables » liés aux idées reçues.

2.4 Représentations et apprentissage des langues

Plusieurs chercheurs en psychologie sociale voient que les attitudes linguistiques sont fondées sur les représentations collectives qui ont une influence directe sur les objectifs qu'on reconnaît à l'apprentissage d'une langue. La culture est un facteur de modification des représentations. D'après Morsly (1990:77), il existe une attitude métalinguistique d'acceptation ou de rejet d'un phénomène linguistique, « structurée en même temps que structurante dans la mesure où ses représentations influent en retour sur les comportements linguistiques ». Le désir d'apprendre une langue étrangère joue également un rôle très important dans la réussite de l'apprentissage. En effet, Castellotti & Moore (2002 :7) affirment que « les recherches, notamment en milieu scolaire, lient depuis longtemps les attitudes et les représentations au désir d'apprendre les langues, et à la réussite ou à l'échec de cet apprentissage »

2.5 Le discours sur les langues

Les représentations sociales forment un système de valeurs, de pratiques, de concepts, de connaissances qui sont partagés entre les membres d'une société et qui sont influencés par des circonstances sociales et historiques dans lesquelles elles s'ancrent comme le souligne Moscovici (1984 :10-11) « [une représentation sociale] est un système de valeurs, de notion et de pratiques ayant une double vocation. Tout d'abord, d'instaurer un ordre qui donne aux

individus la possibilité de s'orienter dans l'environnement social, matériel et de dominer. Ensuite d'assurer la communication entre les membres d'une communauté».

Ainsi, les représentations sont principalement sociales car le sujet parlant, pour donner sens au monde qu'il l'entoure, fait référence aux connaissances partagées dans la société dans laquelle il évolue et prend ainsi position. Les représentations sociales porteuses de valeurs qui orientent les pratiques, organisent les références qui se construisent, se diffusent, se règlent et se transforment en société et à travers les interactions entre les individus qui forment le groupe et entre les groupes eux-mêmes. Elles font appel à une multitude de disciplines et champs d'étude tels que la sociologie, la psychologie sociale et la psychologie cognitive. Jodelet (1989 :61) affirme : « La représentation sociale et avec son objet dans un rapport de « symbolisation », elle en tient lieu, et d'« interprétations », elle lui confère des significations. Ces significations résultent d'une activité qui fait de la représentation une « construction » et une « expression » du sujet,[...]Mais la particularité de l'étude des représentations sociales est d'intégrer dans l'analyse de ces processus l'appartenance et la participation sociales ou culturelles du sujet».

2.6 Les idéologies linguistiques

L'idéologie linguistique est l'ensemble des croyances fondées sur une langue par le sujet parlant. Elles servent à justifier la perception des locuteurs, la valeur et les

emplois de cette langue. Dans cette voir, l'idéologie linguistique forme un système d'interprétation qui justifie un ordre social et pratique à la formation des normes d'actions. L'idéologie cristallise les modèles, légitime les pratiques. L'imaginaire est une composante de la vie collective et s'exprime sous forme d'idéologie

Les idéologies linguistiques ne concernent pas uniquement les langues, mais aussi les rapports qui existent entre les langues et l'identité ('langue nationale, langue étrangère), qui s'actualisent via les modèles de socialisation, les rites religieux, l'école, les médias, etc. Étudier les idéologies permet la compréhension des modèles culturels qui exercent un pouvoir sur les comportements sociaux et linguistiques.

Pour Henri Boyer, les idéologies monolingues et diglossiques sont autant d'idéologies linguistiques (Boyer, 1990), c'est-à-dire d'idéologie ayant trait au langage : ensemble d'idées qui sous-tendent un système de représentations, d'attitudes, et, finalement d'opinions et de comportements (Boyer, 2012 :82).

3. Cadre méthodologique

3.1 Pré-enquête

Le questionnaire initial lié à notre enquête exploratoire auprès des étudiants de 3^{ème} année LMD français du département des langues étrangères de l'université de Djelfa, nous a amené à définir ainsi l'objet de notre recherche : étudier, dans une perspective

sociolinguistique, la gestion et l'idéologie plurilingue en milieu universitaire notamment celui du français et de l'anglais. Pour recueillir les discours des enquêtés, nous leur avons soumis un questionnaire écrit composé de vingt questions qui s'articulent autour de leurs représentations des deux langues étrangères les plus présentes dans le paysage linguistique étudiant, de leurs préférences, de l'utilisation de chaque langue dans des situations scolaires et extrascolaires ainsi que les rapports entre les deux langues, dans le processus d'apprentissage. On a distribué dans un premier temps 50 questionnaires pour tester la faisabilité et la cohérence de notre questionnaire final composé de 150 questionnaires et voir s'il y avait des contraintes ou des incompréhensions chez les enquêtés pour y ajuster notre approche finale. Cette pré-enquête nous a permis de dégager un ensemble d'items ou « cognèmes » qui correspondent à un discours épi-linguistique sur les langues en questions et que nous allons exploiter dans le questionnaire final. Chaque item représente un cognème ou un élément qui entre dans la constitution de la représentation sociale des enquêtés.

3.2 Enquête

Notre enquête s'est déroulée en deux phases : un pré-questionnaire a été distribué à 150 étudiants et pour le questionnaire finale 137 ont été récupérés

sur les lieux d'étude soit au département de français pendant les cours en présentiel. La méthode d'investigation est la méthode d'analyse combinée (MAC) de Maurer (2013) qui est une approche mixte qui combine entre analyse quantitative et analyse qualitative. Cette méthode est conçue spécialement à l'analyse des représentations sociales des langues. L'analyse est effectuée sur le site « Linguiste.iubeziers.fr ». Il a été question de récupérer le maximum de représentations sur la langue française et l'anglais. Les étudiants sont invités à exprimer leur opinion sur l'usage et l'apprentissage des langues étrangères notamment le français et l'anglais. Cette pré-enquête a aidé à dégager un ensemble de propositions qui correspondent à un discours épi-linguistique sur les langues en questions et que nous allons exploiter dans le questionnaire final après. Chaque proposition (discours) représente un item ou un élément qui entre dans la constitution de la représentation sociale.

3.3 Corpus

Un questionnaire est destiné aux étudiants de la troisième année LMD français spécialité sciences du langage de l'année universitaire 2021/2022. Il comporte des questions qui visent à faire ressortir l'image que construit l'étudiant des langues étrangères en présence dans le milieu universitaire à savoir le français et l'anglais. Les enquêtés ont comme

langues maternelles l'arabe algérien ou le Tamazight, et dont l'âge varie de 20 à 45 ans. Nous avons récupéré 137 questionnaires à la fin de la séance soit 91.33% des questionnaires distribués.

3.4 Résultats

L'analyse statistique des données recueillies fait ressortir trois dimensions : le degré d'adhésion, le degré de distance et l'indice de consensus. Chacune des langues étudiées est représentée finalement par un graphe en cercle et un autre graphe en anneaux.

Pour les items avec lesquels les enquêtés sont tout à fait d'accord, le taux d'adhésion est très fort. Le taux d'acceptation et le degré d'adhésion accordé à l'item par les enquêtés. L'importance est représentée par les valeurs (+2) pour les items à plus grande adhésion à 100% ; la valeur (-2) est accordée à un degré d'adhésion moins important que le premier ou adhésion à 50%. La valeur (-2) est réservée à un degré d'adhésion le moins d'accord à 50% et la valeur (-1) est pour la plus repoussée et la plus rejetée c'est-à-dire pas d'accord à 100% et enfin, la position neutre représentée par la valeur (0). L'adhésion est représentée sur l'axe des abscisses. La distance entre les items est aussi prise en considération lors de l'analyse des représentations dans lesquelles il existe des rapprochements entre les items qui ont la même importance chez l'enquêté (même note

pour deux items). La proximité entre les items est la distance inférieure à 1.40. Pour le consensus qui est le score moyen résultant de la mesure des écarts des notations entre les enquêtés. Lorsque les enquêtés sont plus d'accord avec un item, l'indice de consensus est plus fort, plus grand est le rayon du cercle sur le graphe.

Pour la deuxième phase de l'enquête, il est question d'exposer les cognèmes émergeant à partir du pré-questionnaire pour constituer le questionnaire final qui traite de ce qu'évoque chaque langue étudiée pour les enquêtés. Cela va aider à présenter les propositions sous une forme numérique afin de faciliter son analyse par un logiciel spécifique à l'analyse des représentations sociales des langues. Le questionnaire final est composé de 20 propositions ou cognèmes exposant clairement une position concernant les langues étrangères étudiées notamment le français et l'anglais et qui seront notées par les enquêtés comme suit:

Pour la proposition avec laquelle les enquêtés sont d'accord à 100%, ils doivent cocher la mention « tout à fait d'accord » très forte adhésion. Pour les items avec lesquels ils sont d'accord à 50%, ils doivent cocher la réponse « d'accord ». Pour les items avec lesquels ils ne sont pas d'accord à 50%, ils doivent cocher « pas d'accord ». Pour les items avec lesquels ils ne sont pas d'accord à 100%, ils doivent cocher la mention « pas du tout

d'accord » et pour les items avec lesquels ils sont neutre, ils doivent cocher « ni d'accord, ni pas d'accord » c'est-à-dire qu'ils n'ont pas une opinion à propos de

l'énoncé ou qu'ils ne veulent pas simplement se prononcer par rapport au contenu de l'item.

Tableau 1 : Score représentant le degré d'adhésion et l'indice de consensus des enquêtés

Items	Score d'adhésion	Indice de consensus
1) Je pense que le français est une langue facile à apprendre	- 0.05	0.058
2) Je pense que le français est une langue difficile à apprendre	0.12	0.066
3) Pour moi, le français est une langue de science	-0.53	0.068
4) Pour moi, le français est une langue de prestige	0.78	0.064
5) Pour moi, le français est une langue de promotion sociale	0.27	0.067
6) Pour moi, le français est une langue de colonialisme	0.78	0.068
7) pour moi, le français est une langue de sentiments	0.13	0.062
8) Pour moi, le français est une langue de modernité	- 0.21	0.065
9) Pour moi, le français est une langue de culture	0.1	0.063
10) Pour moi, le français est une langue d'ouverture sur le monde	0.04	0.067
11) Je préfère parler plus le français	0.03	0.064
12) Je préfère parler plus l'anglais	0.9	0.062
13) je préfère parler plus l'arabe	1.03	0.062
14) Je préfère parler plus le berbère	- 0.55	0.084
15) Selon moi, un francophone est une personne qui parle bien le français	0.18	0.058
16) Selon moi, un francophone est une personne qui parle et écrit bien le français	0.89	0.067
17) Je pense que ce sont plutôt les hommes qui maîtrisent mieux le français	- 0.37	0.068
18) Je pense que ce sont plutôt les femmes qui maîtrisent mieux le français	0.37	0.062
19) Je pense que le français est une langue des grandes villes du Nord de l'Algérie	0.82	0.061
20) Je pense que le français perd sa place en Algérie au profit de l'anglais	1.35	0.073

Un coefficient de 0.05 a été affecté à chacun des indices de consensus pour davantage de lisibilité. Pour la représentation graphique, il est question dans cette étude de mentionner

seulement les graphes en couronnes qui rassemblent l'adhésion, la distance et le consensus des enquêtés avec un item donné qui concerne la représentation sociale d'une langue étudiée. Ce graphe présente quatre zones:

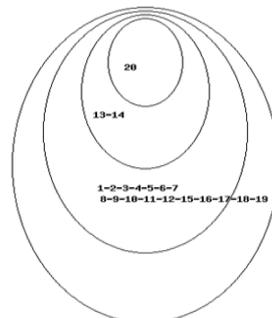
- Zone 1, appelée zone de centralité maximum qui englobe les items avec lesquels les enquêtés sont d'accord à 100% c'est-à-dire un très fort degré d'adhésion (forte stabilité).
- Zone 2, appelée couronne centrale qui regroupe des éléments avec lesquels les

enquêtés sont d'accord à 50%, c'est-à-dire une moyenne adhésion. Les items de cette zone peuvent évoluer, changer, se transformer et passer à la zone 1.

- Zone 3, appelée périphérie incertaine qui indique la présence de items contradictoires et un désaccord entre les enquêtés (rejet de 50%)
- Zone 4, appelée zone marginale qui indique le rejet total de l'item par les enquêtés (rejet de 100%)

Figure1 : Schéma en couronnes de la structure des représentations sociales du français et de l'anglais chez les étudiants de troisième année LMD français de l'université de Djelfa faite le 05/04/2022 sur le site « Linguiste.iutbeziers.fr »

Schéma en couronnes de la structure de la représentation sociale : français
étudiants de 3^e année LMD Français le 5 Avril 2022



3.5 Discussion

Le schéma en couronnes montre un seul item figurant dans la zone de centralité maximum, c'est l'item (20) « le français perd sa place en Algérie au profit de l'anglais » donc un très fort consensus et une très forte adhésion avec le contenu de l'item. La zone (2), la couronne centrale qui représente une moyenne adhésion et un indice de consensus significatif

contient deux items (13) et (14) qui ne sont pas fortement repoussés donc il existe une différence de prise de position par rapport aux langues maternelles des enquêtés qui sont l'arabe et le tamazight. Néanmoins, ils peuvent être modifiés avec le temps et vont rejoindre la zone (1) celle de la centralité maximum selon les positions sociales. Ces items peuvent aussi basculer de l'autre côté c'est-à-dire vers la zone (3) ou (4) « la périphérie incertaine »

ou «la périphérie marginale» et deviennent un signe d'adhésion faible ou de désaccord entre les membres ou encore un fort rejet. La zone (3), «la périphérie incertaine» qui indique une adhésion faible et signe de désaccord entre les membre regroupe les items(1),(2), (3),(4),(5),(6),(7),(8),(9),(10),(11),(12), (16),(17),(18),(19). Il est logique de trouver que la majorité des items se positionnent dans cette zone car ils représentent des prises de positions claires pour les enquêtés. La zone (4), celle de la «périphérie marginale» est vide c'est-à-dire que les enquêtés ne montrent pas un très fort rejet ou un consensus de repoussoir pour aucun item. L'item (1) représente un très faible degré d'adhésion (-0.05) : ce qui montre que les enquêtés ne sont pas accordés à qualifier l'apprentissage du français de difficile. Toutefois, cet item obtient le plus faible indice de consensus (0.058) c'est-à-dire que les enquêtés ne sont pas tous d'accord avec cet item. Les items qui ont remporté le plus haut degré d'adhésion, et par conséquent un fort indice de consensus, sont les énoncés (13) et (20) : soit respectivement (1.03) et (1.35). Ces items concernent le recul du français au profit de l'anglais. Le calcul des distances a également permis de faire ressortir des couples d'items qui sont fortement associés chez les enquêtés : (4) et (6) avec un score d'adhésion identique de (0.78) / (3), (6) et (17) avec un indice de consensus de (0.068) / (7),(12),(13) et (18) avec un consensus de (0.062) / (1) et (15) avec un indice de consensus de (0.058). Il est à remarquer que malgré l'existence d'un indice de consensus identique pour

certains items entre les enquêtés, il arrive qu'il n'existe pas une adhésion individuelle avec ces mêmes items ou le contraire, il peut y avoir une adhésion individuelle mais pas de consensus collectif surtout pour les items(1),(3),(14),(17),(18) et (20) car ce sont des propositions qui montrent une prise de position tranchante avec la langue française une langue facile/difficile ; de science ; hommes/femmes ; perd sa place au profit de l'anglais.

3.5.1 Contenus idéologiques des items

Après avoir discuté le contenu des couronnes, nous passerons aux contenus idéologiques des items (cognèmes). Pour l'item 1 « langue facile à apprendre », il est à soulever un très faible degré d'adhésion par les enquêtés (- 0.05). Cela montre que cet item suscite un rejet chez eux et même l'indice de consensus est de (0.058) c'est-à-dire qu'il y a un accord collectif mais pas individuel pour l'acceptation de cette proposition. Ils voient que c'est difficile d'apprendre le français car le milieu social des apprenants ne favorise justement pas l'apprentissage de cette langue et qu'elle est seulement utilisée dans le milieu scolaire. (Selon la pré-enquête réalisée avant l'enquête finale de ce travail de recherche).Leurs réponses laissent entendre effectivement que la compétence plurilingue qui se caractérise par le fait que, dans sa mise en œuvre, les stratégies mobilisées par l'apprenant pour la réalisation des tâches à dimensions langagières ne sont pas assez favorable pour l'acquisition de cette langue. Pour l'item 2 « une langue difficile », les enquêtés ont manifesté un score

d'adhésion de (0.12) et un indice de consensus de (0.066). Nous avons décidé de poser les questions ainsi en opposition « facile », « difficile » pour faire ressortir les représentations individuelles et les confronter aux représentations collectives pour voir si elles se correspondent ou non. La majorité des enquêtés sont unanimes de dire que cette langue n'est facile à apprendre parce qu'elle est loin de leur langue maternelle. L'item 3 « une langue de science ». Les enquêtés sont d'accord de dire qu'il s'agit effectivement d'une langue de science avec un indice de consensus de (0.068) qui est très fort et un degré d'adhésion de (-0.53) qui est très faible au niveau individuel, ce qui laisse dire qu'ils sont loin d'être en correspondance. L'item 4 « une langue de prestige », le score d'adhésion est très fort (0.78) qui laisse dire que cette idée est très ancrée chez les enquêtés et va avec un fort indice de consensus de (0.064) par conséquent le français privilégie d'une bonne image dans le milieu social. L'item 5 « une langue de promotion sociale » représente un degré d'adhésion de (0.27) soit une moyenne acceptation au niveau individuel et un indice de consensus de (0.067) soit un accord collectif assez considérable car dans cette région (Djelfa) ceux qui étudient le français à l'université sont tous affectés dans le secteur éducatif et trouvent un emploi dès l'obtention de leurs diplômes. C'est pourquoi, étudier cette langue à l'université donne une chance d'avoir un emploi stable et par cela la représentation est positive. L'item 6 « une langue de colonialisme » représente un score d'adhésion très fort (0.78) et un indice de consensus très significatif (0.068)

donc une acceptation individuelle et collective. Cela dit, ces résultats confirment ce que L.J Calvet (1979) avance pour le lien entre le politique et le linguistique qui sert au fondement du colonialisme:

«Et cela nous mènerait à une harmonieuse organisation dichotomique sur laquelle se fonderait le confort d l'occident colonialiste : civilisé, sauvage ; langue, dialecte ; peuple, tribu. La liste pouvant naturellement être complétée » (p.53).

L'item 7 « langue de sentiments » a fait l'objet d'un score d'adhésion de (0.13) mais un indice de consensus assez significatif de (0.062) qui montre que les individus peuvent être d'accord avec une idée au niveau individuel mais pas le collectif ou l'inverse. Le français est perçu comme langue de sentiments à cause des stéréotypes installés chez les enquêtés. En effet, selon Durkheim (1898) :

«Les représentations sont des idées formées qui relèvent d'un savoir naïf loin de toutes connaissances scientifiques et constituées souvent de préjugés et de stéréotypes» (p.25).

L'item 8 « Langue de modernité », les résultats montrent un fort rejet individuel avec un score d'adhésion de (-0.21) mais un bon indice de consensus (0.065) un accord collectif, ce qui montre que l'idéologie collective peut ne pas affecter ou ne pas correspondre avec l'opinion individuelle. L'item 9 « une langue de culture » fait l'objet d'un très

fort score d'adhésion (0.1) et un fort indice de consensus (0.063) ce qui montre une similitude entre l'opinion individuelle et l'opinion collective. En effet, l'ex président Abdelaziz Bouteflika, dans son discours tenu devant l'assemblée nationale, le 14 juin 2015 affirme que :

« La langue française et la haute culture qu'elle véhicule restent pour l'Algérie des acquis importants et précieux que la réhabilitation de l'arabe, notre langue nationale et officielle ne saurait frapper d'ostracisme. C'est là une richesse à même de féconder notre propre culture et c'est pourquoi le français à l'instar d'autres langues modernes et plus encore en raison de ses vertus intrinsèques et de son ancienneté dans notre pays, gardera une place qu'aucun complexe, aucun ressentiment ni aucune conjoncture ne saurait lui disputer ».

L'item 10 «Langue d'ouverture sur le monde» avec un degré d'adhésion faible de (0.04) et un indice de consensus fort de (0.067) c'est-à-dire que le collectif est d'accord mais pas les individus donc une opposition dans les avis pour l'ouverture sur le monde puisqu'ils voient que l'anglais est plus une langue d'ouverture sur le monde plus que le français (d'après les propos recueillis dans la pré-enquête).L'item 11 « préférence du français » avec un score d'adhésion de (0.03) pas assez fort par rapport à l'item 12 « préférence à l'anglais » avec un score d'adhésion de (0,9) une très grande acceptation individuelle. Cela montre un changement très apparent dans les

opinions qui favorisent l'anglais au détriment du français. Toutefois, l'item 13 a été choisi pour voir à quel degré à la langue maternelle les enquêtés sont-ils attachés ? L'adhésion avec cet item « préférence de l'arabe » avec un très fort degré d'adhésion (1.03) et un indice de consensus très fort de (0.062) reste l'item le plus significatif par rapport aux deux langues étrangères. Cela dit, l'arabe est en relation directe avec l'identité individuelle et sociale. Selon Cécile Sabatier (2006) :

«Parce que l'identité des sujets est sans cesse (ré)ajustée et (re)négociée, dans et par les discours, sa construction se traduit par des figures identitaires distinctes, complexes, parfois contradictoires, voire ambiguës, que l'on peut définir comme des produits contextuels de l'interaction permanente qui se dessine entre les représentations de soi que développent les individus et les représentations sociales, plus ou moins intériorisées par ces derniers » (P.116).

L'item 14 « préférer parler berbère» (puisque c'est une langue maternelle pour un bon nombre d'enquêtés) a marqué un très faible score d'adhésion (-0.55) car la région de Djelfa compte une population qui parle plus l'arabe dialectale typique à cette ville. Cependant un indice de consensus très fort différent de l'opinion individuelle avec un indice de consensus (0.084) ce qui reflète que le fait de préférer de parler dans une langue acceptée par une collectivité peut ne pas aller avec l'acceptation individuelle donc une contradiction. L'item 15 «un

francophone est une personne qui parle bien le français » a marqué un score d'adhésion assez fort (0.18) c'est-à-dire un accord individuel et un indice de consensus assez fort (0.058) par rapport à l'item 16 «un francophone est une personne qui parle et écrit bien le français» avec un très fort score d'adhésion (0.89) et un fort indice de consensus (0.067) ce qui montre que l'opinion sur ce qu'est une personne francophone que ce soit au niveau individuel ou collectif, est une personne qui possède de bonnes compétences en écrit comme dans l'oral. L'item 17 « les hommes maîtrisent le mieux le français » a donné un score d'adhésion très faible (- 0.37) donc un rejet et un fort indice de consensus (0.068) par rapport à l'item 18 « les femmes maîtrisent le mieux le français » qui a eu un fort score d'adhésion (0.37) et un assez fort indice de consensus (0.062) ; la majorité des enquêtés ont répondu que les femmes maîtrisent plus le français que les hommes puisqu'il s'agit d'une langue de prestige et les représentations véhiculant des stéréotypes et des préjugés sont assez répondues comme l'affirme Mannoni (1998)

«Les préjugés sont fondés sur des traits réducteurs et caricaturaux facilement véhiculés, alors que les stéréotypes se présentent comme des clichés mentaux stables liés aux idées reçues» (p.27).

Donc, le fait de considérer les femmes ont plus de maîtrise sur cette langue que les hommes est totalement faux et cette représentation est fort liée aux idées reçues et n'expriment guère la

réalité. L'item 19 « langue des villes du nord » a donné un très fort score d'adhésion (0.82), les enquêtés sont d'accord avec ce cognème au niveau individuel et même au niveau collectif avec un indice de consensus fort (0.061). Ainsi, il en ressort que cette image mentale est très ancrée et très répondue chez les enquêtés toutefois elle figure dans la zone 3 ou la périphérie incertaine et qui peut changer. L'item 20 « l'anglais va prendre le dessus sur le français en Algérie » un cognème intentionnellement choisie vu le discours social et politique qui circule actuellement sur la généralisation de la langue anglaise dans l'éducation nationale à partir de la troisième année primaire et encourager les étudiants et les professeurs aussi à adopter l'anglais comme langue de recherche dans le supérieur. Cet item a marqué un score d'adhésion très fort (1.53) et un très fort indice de consensus (0.073). C'est le seul cognème qui se trouve dans la zone 1 dans le schéma en couronnes de la structure des représentations appelé zone de centralité maximum qui englobe les cognèmes avec lesquels les enquêtés sont tout à fait d'accord à 100% et qui représente une forte stabilité. Cette acceptation est due au discours qui circule sur l'adoption de l'anglais dans le paysage linguistique algérien, une volonté ouvertement exprimée par le ministre de l'enseignement supérieur Monsieur Kamel Baddari dans une déclaration à la presse, en marge de la cérémonie d'ouverture de la nouvelle année universitaire 2022/2023 à

l'université de Mascara Mustapha Stambouli qui a affirmé :

« Le diplômé de l'université algérienne doit être un citoyen utile, innovant, maîtrisant les langues étrangères, au fait des technologies de l'information et de communication et ayant un sens d'analyse aigüe ».

4. Conclusion:

À l'issue des analyses effectuées, quelques points méritent d'être soulignés à l'égard des représentations sociales des langues et des idéologies affectées à celles-ci par les étudiants de 3^{ème} année LMD français de l'université Ziane Achour de la ville de Djelfa. Nous avons remarqué en premier lieu, que les représentations fonctionnent comme des images qui aident les étudiants à gérer le choix des langues dans leur apprentissage et à interpréter leur sens et leurs valeurs d'acquisition. En ce sens, elles permettent aux étudiants de procéder à des opérations mentales relativement complexes tel que le recours à une langue pour apprendre des savoirs plutôt qu'une autre selon le consensus des enquêtés. Il n'est pas surprenant de voir que les étudiants sont en mesure de faire la distinction entre plusieurs langues (l'arabe, le français, l'anglais et le berbère) et de reconnaître les spécificités de l'anglais ou du français (les langues étrangères présentes dans le paysage linguistique universitaire). Dans ce sens, faire un choix en faveur d'une langue est une affaire de représentations construites dans le milieu social et adopté pour des

fins pédagogiques. C'est pourquoi, nous pouvons avancer suite à cette recherche que le social agit sur le didactique. Enfin, ces quelques considérations nous amènent à dire que l'usage de plusieurs langues (l'anglais ou le français) dans l'enseignement-apprentissage dans le milieu universitaire n'est pas un phénomène aléatoire, mais il assure des fonctions pragmatiques. En dernier lieu, il est important de souligner que deux grandes représentations se dégagent suite à cette étude. D'une part, le français est une langue de promotion sociale (décrocher un emploi) et une langue très ancrée dans le paysage linguistique algérien. D'autre part, celle qui considère que l'anglais comme langue d'avenir qui assure une compréhension harmonieuse du monde et qui possède un grand poids dans le domaine de la recherche scientifique. L'anglais est très valorisé, considéré comme langue première dans le monde et une langue de savoir. Il n'est pas à négliger aussi que le discours sur les langues prime sur les valeurs construites sur les langues d'enseignement et de la recherche scientifique dans le milieu universitaire algérien. En somme, la très grande concordance des résultats obtenus auprès des enquêtés nous laissent dire que nos hypothèses de départ sont validées, c'est-à-dire que les représentations orientent les comportements et génèrent les attitudes vis-à-vis des langues d'enseignement-apprentissage et de la recherche scientifique.

5. Liste Bibliographique:

- Abric, Jean-Claude (1994), *Pratiques sociales et représentations*. P.U.F, Paris.
- Abric, Jean-Claude (2012), *Méthodes d'études des représentations sociales*, Erès, Toulouse.
- Boutet, J. 1997. *Langage et société*. Seuil, Paris.
- Boyer Henri (1990), *Matériaux pour une approche des représentations sociolinguistiques de la Langue française*, Paris.
- Calvet, Louis-Jean (1994), *Les voix de la ville. Introduction à la sociolinguistique urbaine*, Payot, Paris.
- Calvet, Louis-Jean (1974), *Linguistique et colonialisme*, Payot, Paris.
- Calvet, Louis-Jean (1993), *La sociolinguistique*, PUF, Collection que sais-je?, Paris.
- Castelloti, Véronique & Moore, Daniele. (2002). *Représentations sociales des langues et enseignements. Guide pour l'élaboration des politiques linguistiques éducatives en Europe – De la diversité linguistique à l'éducation plurilingue*. Strasbourg.
- Dabène Louise (1994), *Repères sociolinguistiques pour l'enseignement des langues*, paris
- Dabène Louise, (1994), *L'image des langues et leur apprentissage*, Matthey (éd),
- Doise Willem (1989), *Attitudes et représentations sociales*, in D. Jodelet, *Les représentations sociales*, PUF, Paris.
- Durkheim Emile, (1898), *Représentations individuelles et représentations collectives*. In *Revue de métaphysique et de morale*, Paris.
- Grandguillaume Gilbert (1983), *Arabisation et politique linguistique au Maghreb*, Maisonneuve et Larose, Paris.
- Jodelet Denise. (dir) 1989, *Représentations sociales: un domaine en expansion*, dans Jodelet D., *Les représentations sociales*, PUF, Paris.
- Mannoni Pierre (1998), *Les représentations sociales*, PUF, Paris.
- Moore Danièle (2001), *Les représentations des langues et de leur apprentissage. Références, modèles, données et méthodes*, Didier Collection CREDIF-Essais, Paris.
- Moreau Marie-Louise (2000), *La pluralité des normes dans la francophonie, in La coexistence des langues dans l'espace francophone*, Paris.
- Moscovici, Serge (1972), *Pratiques et représentations langagières*, Paris.
- Taleb-Ibrahimi Khoula (1995), *Les Algériens et leur(s) langue(s)*. El Hikma, Alger.