



## *Dédicace*

*Je dédie ce travail de recherche à :*

*Mon Père, l'homme qui a fait de moi ce que je suis aujourd'hui.*

*Ma Mère, celle dont les paroles m'accompagnent depuis que j'étais petite, celle qui m'a encouragée de poursuivre mes rêves malgré les obstacles.*

*Mon frère Ahmed, mon soutien indéfectible, celui qui m'a révélé le véritable sens de la fraternité et avec qui j'ai partagé tant d'instant de bonheur. Je lui adresse aussi mes pensées les plus sincères.*

*Mon frère Adem et ma sœur Loudjeine, dont la présence illumine ma vie. Vos sourires, votre affection discrète et vos encouragements silencieux m'ont accompagnée tout au long de ce parcours et ont grandement contribué à l'accomplissement de ce mémoire.*

## ***Remerciements***

*Je remercie ALLAH le Tout puissant et le bienveillant, de m'avoir accordée le succès, la bénédiction, la santé et surtout le courage d'accomplir ce travail.*

*A ceux qui ont eu la gentillesse d'en faire un moment très profitable : mes amies, mes professeurs ainsi que toute l'équipe administrative du département.*

*A ma directrice de recherche Mme SOUSSI Chahinez, pour sa confiance en nous, sa bienveillance, ses judicieux conseils qui ont contribué à alimenter notre réflexion tout au long de la préparation et la rédaction de ce modeste travail.*

*Enfin, un grand merci à tous ceux qui de près ou de loin ont contribué à ma réussite et aux membres du Jury pour avoir accepté d'évaluer ce travail.*

## *La liste des tableaux*

Tableau N° 1 : les chaînes algériennes privées d'information .....	22
Tableau N°2 : les chaînes télévisées algériennes privées généralistes.....	23
Tableau N°3 : les chaînes algériennes privées et leurs spécialités.....	23
Tableau N°4 : les chaînes privées algériennes diffusant des films et leur les types.....	24
Tableau N°5 : les chaînes publiques algériennes à vocation généraliste et d'information....	25
Tableau N°6 : les chaînes publiques algériennes et leurs spécialités.....	26
Tableau N°7 : les chaînes publiques algériennes proposant des films dans leur programmation.....	26
Tableau N° 08 : Répartition des personnes interrogées selon le sexe.....	33
Tableau N° 09 : Répartition des personnes interrogées selon la tranche d'âge.....	33
Tableau N° 10 : Répartition des personnes interrogées selon le niveau d'étude.....	34
Tableau N°11 : Chaînes de télévision algériennes les plus regardées.....	40

## *La liste des figures*

Figure N°1 : temps réservé à la TV par jour.....	39
Figure N°2 : Préférences linguistiques pour le visionnage des films.....	40
Figure N°3 : Perception de l'augmentation des films en anglais à la télévision algérienne.....	41
Figure N°4 : Opinion sur le passage du français à l'anglais dans les films diffusés.....	42
Figure N°5 : Difficulté d'adaptation aux films en anglais pour les habitués aux films en français.....	42
Figure N°6 : Perception de l'existence d'un fossé générationnel lié à la transition linguistique.....	43
Figure N°7 : Groupe d'âge perçu comme le plus touché par l'introduction des films en anglais.....	44
Figure N°8 : Préférences des téléspectateurs concernant la langue des films diffusés.....	45
Figure N°9 : Expérience de visionnage en version originale vs version doublée.....	45
Figure N°10 : Connaissance d'autres programmes télévisés diffusés en anglais.....	46

## *Table des matières*

<i>Dédicace</i> .....	2
<i>Remerciements</i> .....	3
<i>La liste des tableaux</i> .....	4
<i>La liste des figures</i> .....	5
<i>Table des matières</i> .....	6
<b>INTRODUCTION</b> .....	8
<b>Chapitre I : cadre théorique et conceptuel</b> .....	12
<b>1. Les variétés linguistiques présentes en Algérie :</b> .....	13
<b>1.2. L'arabe classique</b> .....	13
<b>1.3. L'arabe algérien</b> .....	14
<b>1.4. Le Tamazight (barbare)</b> .....	14
<b>1.5. Les langues étrangères</b> .....	15
<b>1.5.1. Le français</b> .....	15
<b>1.5.2. L'anglais</b> .....	16
<b>2. La sociolinguistique</b> .....	17
<b>3. Les représentations et les attitudes linguistiques</b> .....	18
<b>3.1. Les représentations linguistiques</b> .....	18
<b>3.2. Les attitudes linguistiques</b> .....	19
<b>4. Le paysage médiatique algérien et ses caractéristiques</b> .....	20
<b>4.1. La télévision</b> .....	20
<b>4.2. La radio</b> .....	20
<b>4.3. La presse écrite</b> .....	21
<b>4.4. Les médias en ligne</b> .....	21
<b>5. Les chaînes télévisées algériennes</b> .....	21
<b>5.1. Les chaînes privées</b> .....	22
<b>5.1.1. Chaînes d'information</b> .....	22
<b>5.1.2. Chaînes généralistes</b> .....	23

5.1.3.	<b>Chaînes spécialisées</b> .....	23
5.1.4.	<b>Chaînes diffusant des films</b> .....	24
5.2.	<b>Les chaînes publiques</b> .....	24
5.2.1.	<b>Chaînes d’information et généralistes</b> .....	25
5.2.2.	<b>Chaînes spécialisées</b> .....	25
5.2.3.	<b>Chaînes diffusant des films</b> .....	26
6.	<b>La situation linguistique dans le champ télévisé algérien</b> .....	26
6.1	<b>L’arabe : Une hégémonie institutionnelle et une diversification progressive</b> ....	27
6.2	<b>Le tamazight : de la marginalisation à la reconnaissance institutionnelle</b> .....	27
6.3	<b>Le français : une langue d’influence persistante</b> .....	28
6.4	<b>L’anglais : une présence émergente dans le paysage audiovisuel</b> .....	28
	<b>Chapitre II : Cadre méthodologique</b> .....	29
1.	<b>Choix de l’enquête</b> .....	30
1.1.	<b>Présentation du questionnaire</b> .....	31
1.2.	<b>Echantillon ciblé</b> .....	32
1.3.	<b>Échantillon retenu</b> .....	33
1.3.1.	<b>Le sexe des participants</b> .....	33
1.3.2.	<b>L’âge des participants</b> .....	33
1.3.3.	<b>Le niveau d’études des participants</b> .....	34
2.	<b>Présentation de l’entretien</b> .....	34
2.1.	<b>Échantillon et contexte de passation</b> .....	35
3.	<b>Les difficultés rencontrées</b> .....	36
	<b>Chapitre III : Analyse et interprétation des résultats</b> .....	38
1.	<b>Analyses des résultats obtenus par le questionnaire :</b> .....	39
1.1.	<b>Synthèse de l’analyse du questionnaire :</b> .....	46
2.	<b>Analyses des résultats obtenus par l’entretien :</b> .....	47
2.1.	<b>Synthèse de l’analyse des entretiens :</b> .....	50
	<b>CONCLUSION</b> .....	52

<b>Références bibliographiques</b> .....	55
<b>Annexes</b> .....	58
<b>Annexe 1</b> .....	59
<b>Annexe 2</b> .....	61
<b>La transcription des entretiens</b> .....	62
<b>Résumé</b> .....	65

# **INTRODUCTION**

## INTRODUCTION

---

---

Dans un monde de plus en plus globalisé, les langues étrangères jouent un rôle crucial dans la circulation des savoirs, les échanges culturels et l'accès à l'information. Les médias, et notamment la télévision, constituent des canaux puissants de diffusion linguistique, capables de façonner les représentations sociales et d'influencer les pratiques linguistiques quotidiennes. Parmi ces langues, l'anglais s'est imposé comme langue dominante sur la scène internationale, en particulier dans le domaine des productions audiovisuelles.

L'Algérie, pays historiquement plurilingue, est marquée par la cohabitation de l'arabe, du tamazight, du français et, de plus en plus, de l'anglais. Le français, langue étrangère héritée de la colonisation, a longtemps occupé une place importante dans les domaines de l'enseignement, des médias et de la culture. Toutefois, ces dernières années, nous observons une montée progressive de l'anglais, notamment à travers la diffusion de films anglophones en version originale ou sous-titrée sur les chaînes de télévision algériennes.

Ce changement linguistique dans les contenus télévisuels soulève de nouvelles questions dans le champ du FLE, notamment en ce qui concerne la visibilité du français dans l'espace médiatique, les perceptions des téléspectateurs et leur rapport à cette langue.

De ce fait, notre objectif principal est de vérifier si l'introduction de l'anglais dans les chaînes télévisées est perçue de façon positive ou négative par les téléspectateurs algériens.

La motivation personnelle à l'origine de ce travail trouve ses racines dans un souvenir d'enfance marquant. Vers l'âge de dix ans, mon père avait l'habitude de nous rassembler chaque soir d'hiver pour regarder des films en famille, la plupart du temps en français. Ces moments n'étaient pas de simples divertissements : ils m'ont ouvert à une langue et à une culture, en éveillant ma curiosité linguistique. Avec le temps, j'ai constaté une diminution notable de ces films en français, remplacés par des films en anglais. Ce changement m'a interpellée et m'a poussée à interroger les effets de cette transition dans un cadre académique.

C'est à partir de cette réalité sociolinguistique en mutation que s'inscrit le présent mémoire, intitulé «L'intégration de l'anglais à la télévision algérienne. Représentations et attitudes des téléspectateurs face au remplacement des films en français par des films en anglais».

## INTRODUCTION

---

---

Notre recherche vise à analyser les réactions des téléspectateurs algériens face à ce glissement linguistique, en mettant l'accent sur les représentations construites autour de l'anglais et du français dans le contexte télévisuel.

La problématique principale de ce travail est la suivante :

***Quelles sont les représentations et les attitudes des téléspectateurs algériens vis-à-vis de l'intégration de l'anglais dans les chaînes télévisées algériennes, et plus particulièrement concernant la diffusion des films en anglais ?***

Pour mieux cerner cette problématique, des questions secondaires ont été posées :

- Comment le passage du français à l'anglais est-il perçu par les téléspectateurs ?
- Ce changement influence-t-il la place du français dans les représentations collectives ?

À partir de ces interrogations, nous avons formulé les hypothèses suivantes :

- Le remplacement des films en français par des films en anglais pourrait créer un fossé générationnel, les jeunes étant plus réceptifs à l'anglais que les générations plus âgées.
- Les téléspectateurs habitués aux films en français éprouveraient des difficultés à s'adapter aux films en anglais.
- Les jeunes téléspectateurs pourraient être attirés par les films en anglais, ce qui renforcerait l'audience des chaînes qui en diffusent.

Pour répondre à la problématique posée, nous avons adopté une méthodologie mixte, combinant une enquête quantitative à travers un questionnaire, et une enquête qualitative par des entretiens semi-directifs. Le questionnaire a été diffusé auprès d'un échantillon varié de téléspectateurs algériens, afin de recueillir des données sur leurs habitudes, leurs préférences linguistiques et leurs représentations.

Les entretiens, menés avec quelques participants, ont permis d'approfondir les perceptions individuelles et d'accéder à des discours plus personnels et nuancés.

Notre mémoire s'organise autour de trois chapitres :

Le premier chapitre constitue le cadre théorique de l'étude. Il présente la situation sociolinguistique de l'Algérie, les variétés linguistiques en présence, la place des langues étrangères, ainsi que les concepts de représentations et attitudes linguistiques dans les médias.

## INTRODUCTION

---

---

Le deuxième chapitre est dédié au cadre méthodologique. Il décrit les outils de recherche utilisés (questionnaire et entretien), les conditions de passation, les caractéristiques de l'échantillon, ainsi que les limites rencontrées sur le terrain.

Le troisième chapitre est consacré à l'analyse des résultats. Il expose les réponses obtenues, les tendances générales, les différences générationnelles observées, et permet d'évaluer la validité des hypothèses formulées.

À travers cette recherche, nous espérons contribuer à une meilleure compréhension des enjeux sociolinguistiques liés à la visibilité des langues dans les médias algériens, et à enrichir la réflexion autour de la place du français langue étrangère dans une société en pleine évolution linguistique et culturelle.

# **Chapitre I : cadre théorique et conceptuel**

Le présent chapitre a pour objectif de poser les fondements théoriques et conceptuels de notre étude, qui s'inscrit dans le champ de la sociolinguistique. Ce chapitre s'articule autour de plusieurs axes. Nous commencerons par une présentation des principales variétés linguistiques, nous poursuivrons avec la définition des concepts clés de notre recherche, à savoir les notions de la sociolinguistique, les représentations linguistiques et les attitudes linguistiques. Aussi nous allons évoquer le paysage télévisuel algérien, mettant la lumière sur les différents médias, passant à la situation linguistique qui domine le champ télévisé algérien.

### **1. Les variétés linguistiques présentes en Algérie :**

L'Algérie se caractérise par une grande diversité linguistique, héritée d'une histoire marquée par des influences autochtones, coloniales et culturelles multiples. Cette pluralité se traduit par la présence simultanée de langues originaires du territoire, comme le tamazight, de langues issues des conquêtes, telles que l'arabe classique, ainsi que de langues étrangères, notamment le français et l'anglais. Chacune de ces langues occupe un rôle particulier dans les domaines social, éducatif, administratif ou médiatique, et renvoie à des enjeux identitaires, politiques et idéologiques majeurs.

#### **1.2. L'arabe classique**

La langue arabe s'est introduite en Algérie suite à l'Islamisation de l'Afrique du Nord. Du fait de sa qualité de langue sainte du Coran et de la religion islamique, elle est riche du point de vue du vocabulaire et se caractérise de sacrée. Le recueil arabe appartient à la famille des langues chamito-sémitiques.

Comme le souligne Khawla Taleb Ibrahim : « *C'est cette variété choisie par Allah pour s'adresser à ses fidèles* » (Khawla Taleb Ibrahim, p.24,1997)

Elle est décrite comme un élément central de l'identité algérienne, opposée au français qui est perçu comme une langue étrangère. Ce point de vue est soutenu par la politique en langage du pays, accordant un statut officiel et officiel, comme en témoigne la Constitution algérienne : « *L'arabe est la langue nationale et officielle (...) l'arabe demeure la langue officielle de l'État.* » (Chapitre 1, article 3, 2016)

Bien que cette langue soit valorisée, elle reste principalement une langue écrite et peu utilisée dans les échanges du quotidien. La politique d'arabisation a renforcé sa présence dans l'éducation et les médias, mais dans la réalité, seules les personnes ayant été scolarisées en

maîtrisent pleinement l'usage. La majorité des Algériens, quant à eux, s'expriment en arabe algérien ou en berbère.

G. Grandguillaume met en lumière cette situation en affirmant que : « *Cette langue est aussi sans communauté, elle n'est la langue parlée de personne dans la réalité de la vie quotidienne (...) derrière cette « langue nationale », il n'y a pas de « communauté nationale » dont elle serait la langue tout court, dont elle serait bien sûr la langue maternelle.* » (1983, p. 11)

### 1.3. L'arabe algérien

Cette langue est considérée comme un simple dialecte, car certains estiment qu'il ne peut ni transmettre le savoir scientifique ni être enseigné à l'école. Il est totalement absent des textes officiels, qui ne le reconnaissent ni ne le mentionnent. Pourtant, malgré un discours qui le relègue au rang de « sous-langue », il reste la langue maternelle de la grande majorité des Algériens.

Comme l'indique J. Leclerc « *l'arabe dialectal est la langue maternelle de 72 % de la population algérienne* ». (2007 : 256)

L'arabe algérien est riche et vivant, avec ses multiples variantes régionales comme l'oranais ou l'algérois, qui n'entravent en rien la compréhension entre locuteurs. Son importance va bien au-delà de la simple communication : c'est la langue du quotidien, celle des émotions, des discussions animées, des blagues et des débats. Elle est aussi utilisée dans les films, pièces de théâtre, les chansons...

C'est la langue de la rue, des cafés, des stades et des confidences entre amis. C'est la langue avec laquelle on grandit, celle qui façonne nos souvenirs et notre identité. Elle évolue au fil du temps, sans règles figées, portée par ceux qui la parlent et la font vivre. Plus qu'un simple dialecte, c'est une langue à part entière, ancrée dans le quotidien et l'âme des Algériens.

### 1.4. Le Tamazight (barbare)

L'appellation « barbare » trouve son origine chez les Romains, qui l'utilisaient pour désigner les habitants de l'Afrique du Nord dont ils ne comprenaient pas la langue. Le mot « barbaros », dans son sens premier, désignait toute personne étrangère, incapable de s'exprimer dans leur langue. Par extension, il a fini par prendre une connotation péjorative, associée à l'idée de « sauvage », « non civilisé » ou encore « brute ».

Le terme barbare est dérivé de barbare, cette dénomination est étrangère aux communautés qui utilisent cette langue, il est le produit de l'ethnocentrisme gréco-romain qui qualifiait de barbare tout peuple, toute culture et toute civilisation marquée du sceau de la différence. (A.Boukousa : 1995 :17).

Au fil du temps, le terme « barbaros » a subi des évolutions phonétiques pour donner « barbare », désignant à la fois les habitants et les langues de l'Afrique du Nord. Toutefois, en raison de sa connotation péjorative, les Berbères privilégient l'appellation issue de leur propre langue : « Imazighen » (pluriel) ou « Amazigh » (singulier), qui signifie « homme libre ».

La langue berbère, ou tamazight, se décline en plusieurs dialectes, dont les principaux en Algérie sont :

Le kabyle : parlé en Kabylie, une vaste région du centre du pays comprenant les wilayas de Béjaïa, Tizi-Ouzou, Bouira et Boumerdès.

Le chaoui : utilisé par les Chaouis, habitants des Aurès, un massif montagneux situé dans l'est de l'Algérie, notamment dans les régions de Batna et Biskra.

Le mozabite : parlé dans le nord du Sahara algérien, notamment dans la vallée du Mزاب, dont la principale ville est Ghardaïa.

Le targui : pratiqué par les Touaregs du Sahara, souvent appelés « les hommes bleus » en raison de la teinture indigo de leurs vêtements.

### **1.5. Les langues étrangères**

En dehors des langues nationales que sont l'arabe et le tamazight, d'autres langues jouent un rôle fondamental dans le paysage linguistique algérien. Ces langues étrangères, notamment le français et l'anglais, ne sont pas seulement des outils de communication ; elles sont aussi des vecteurs de savoir, de pouvoir et de modernité. Leur statut particulier mérite donc une analyse distincte.

#### **1.5.1. Le français**

La langue française introduite par la colonisation française à partir de 1830, c'est imposé progressivement comme langue d'administration, d'enseignement et de communication dans de nombreux domaines. Malgré l'indépendance du pays en 1962, le français reste omniprésent dans la sphère sociolinguistique et culturelle algérienne.

L'occupation française, qui a duré 132 ans, a profondément marqué le paysage linguistique algérien. Dès les premières années de la conquête, l'administration coloniale a mis en place un système éducatif visant à supplanter l'enseignement traditionnel en arabe et en berbère. Les écoles religieuses (zaouïas) ont été remplacées par des établissements où le français était la langue d'instruction. Cette politique linguistique avait pour objectif d'assimiler les Algériens à la culture française et d'assurer une gestion plus efficace du territoire colonisé.

Comme le souligne Grandguillaume « *la langue française a été introduite par la colonisation, si elle fut la langue des colons, des Algériens acculturés et de la minorité scolarisée, elle s'imposa surtout comme langue officielle de l'administration et de la gestion du pays* ». (1998 : 105)

Ainsi, la langue française s'est imposée non seulement comme outil de domination, mais aussi comme moyen d'accès au savoir et à la modernité pour une partie de la population.

Bien que le français soit officiellement une langue étrangère en Algérie, il demeure incontournable dans de nombreux domaines. Il est largement utilisé dans les administrations, l'enseignement supérieur, la recherche scientifique et les médias.

Selon un sondage réalisé par l'institut Abassa et publié par Le Point en 2000, 60 % des foyers algériens, soit environ 14 millions de personnes, utilisent le français quotidiennement. En 2006, ce chiffre atteignait 16 millions, confirmant la place prépondérante de cette langue dans la société. L'Algérie est aujourd'hui le troisième pays francophone au monde.

Aujourd'hui, l'Algérie évolue dans un contexte de plurilinguisme où l'arabe, le barbare et le français coexistent et s'influencent mutuellement. Le français, bien qu'historiquement imposé, fait désormais partie du patrimoine linguistique du pays et constitue un outil de communication incontournable pour une large frange de la population.

Comme l'a souligné Benbelaid Lydia dans sa thèse de doctorat (2015), « *la langue française est plus qu'une simple langue en Algérie ; elle est une partie intégrante du paysage linguistique et son usage perdure malgré les politiques de limitation de l'État* ».

Cette citation met en lumière la complexité et la profondeur du statut du français en Algérie, bien au-delà d'un simple outil de communication.

### **1.5.2. L'anglais**

L'anglais est la langue la plus parlée au monde. Bien qu'il arrive en troisième position en tant que langue maternelle, après le mandarin et l'espagnol, il est largement reconnu comme la

langue internationale par excellence. C'est aussi la langue étrangère la plus enseignée à travers le monde.

En Algérie, l'anglais est la deuxième langue étrangère après le français, mais son importance ne cesse de croître. Aujourd'hui, il s'impose comme une compétence essentielle, notamment dans le monde du travail.

*« La majorité des multinationales opérant en Algérie, que ce soit dans le secteur pétrolier ou d'autres industries, exigent la maîtrise de l'anglais. Même les travailleurs chinois du secteur du bâtiment en Algérie l'utilisent pour communiquer, ne parlant ni l'arabe ni le français » (Boukhelif, 30 Juin 2016, Echourouk)*

La citation montre que l'anglais s'impose de plus en plus comme langue du travail dans les milieux internationaux, notamment dans les secteurs stratégiques comme le pétrole, les télécommunications, les industries lourdes et le bâtiment. Les multinationales privilégient souvent l'anglais pour garantir la fluidité des échanges entre leurs employés venus de divers horizons.

L'anglais était introduit à partir de la première année du cycle moyen. Toutefois, en juillet 2022, le président Abdelmadjid Tebboune a décidé d'accélérer son apprentissage en l'intégrant dès l'école primaire. Depuis la rentrée de septembre 2022, les élèves algériens commencent donc à apprendre l'anglais dès la troisième année primaire, marquant un tournant majeur dans l'enseignement des langues en Algérie.

### **2. La sociolinguistique**

La sociolinguistique est l'étude descriptive de tous les aspects et effets de la société, y compris les normes culturelles, les attentes et le contexte, sur la manière dont le langage est utilisé, ainsi que des répercussions de l'usage de la langue sur la société.

Elle constitue une branche des sciences du langage. William Labov, l'un de ses fondateurs, affirme qu'« *il s'agit là tout simplement de linguistique* » (Labov, 1976 : 258). Par cette déclaration, il s'oppose aux linguistes influencés par la tradition saussurienne et les principes exposés dans le Cours de linguistique générale de Ferdinand de Saussure. Selon lui, ces linguistes « *s'obstinent à rendre compte des faits linguistiques par d'autres faits linguistiques et refusent toute explication fondée sur des données extérieures tirées du comportement social* » (Labov, 1976 : 259).

En tant que discipline constituée, la sociolinguistique s'est développée dans les années 1960 aux États-Unis, autour d'un groupe de chercheurs tels que Dell Hymes, Joshua Fishman, John Gumperz, William Labov, Charles Ferguson, ect...

Elle étudie comment les variétés linguistiques diffèrent entre des groupes distincts selon certaines variables sociales (par exemple, l'origine ethnique, la religion, le statut social, le sexe, le niveau d'éducation, l'âge, etc.). Elle analyse également la manière dont la création et le respect de ces règles linguistiques sont utilisés pour classer les individus dans la société et les différentes classes socio-économiques.

### **3. Les représentations et les attitudes linguistiques**

Dans toute société multilingue, les langues ne sont pas perçues de manière neutre. Elles suscitent des jugements, des préférences, des rejets ou des valorisations qui traduisent les rapports symboliques et sociaux entre les groupes. Ces perceptions, qu'on regroupe sous les notions de représentations et d'attitudes linguistiques, jouent un rôle central dans les choix langagiers des locuteurs et dans les politiques linguistiques. Il est donc essentiel de comprendre comment les langues sont perçues, classées et investies d'une valeur affective ou identitaire par les individus au sein d'un contexte sociolinguistique donné.

#### **3.1. Les représentations linguistiques**

Le terme représentation sociale trouve ses racines dans la sociologie à travers les propos de l'auteur Durkheim (1895), le premier à avoir traité cette notion. Il a abordé le thème des «Productions mentales sociales» lors d'une étude sur l'idéation collective (Jodelet, 1994). En 1961, c'est Serge Moscovici qui a repris cette notion et a contribué à jeter les bases théoriques en lien avec les dynamiques cognitives et sociales. Par la suite, ce sont différents auteurs dont Jodelet, Doise, Abric, Rouquette, Holton, Flament, Guimelli et Grize, qui ont développé, précisé, et font évoluer et la théorie des représentations sociales.

Serge Moscovici, dans ses travaux pionniers, définit les représentations sociales comme des éléments de la conscience sociale extérieure aux individus et s'imposant à eux. Pour comprendre le monde environnant, les individus ont besoin de cadres de référence, de normes sociales pour se situer et développer des relations. Selon W. Doise « *Une représentation sociale consiste toujours à ancrer nos connaissances dans un monde de valeurs sociales hiérarchisées résultant des positions asymétriques occupées par des groupes et individus dans un champ social* ». (1986 : 81)

Claudine Herzlich la définit comme un processus de construction du réel : *la représentation nous intéresse d'abord par son rôle dans la construction de la réalité sociale* » (1969 : 24). La représentation est une « *construction mentale de l'objet, conçu comme non séparable de l'activité symbolique d'un sujet, elle-même solidaire de son insertion dans le champ* » (1972 : 306).

D'après J. C. Abric, une représentation sociale est :

« *Le produit et le processus d'une activité mentale par laquelle un individu ou un groupe reconstitue le réel auquel il est confronté et lui attribue une signification spécifique* » (Abric, 1989 : 64).

La représentation est donc un ensemble organisé d'opinions, d'attitudes, de croyances et d'informations se référant à un objet ou une situation. Elle est déterminée à la fois par le sujet lui-même (son histoire, son vécu), par le système social et idéologique dans lequel il est inséré, et par la nature des liens que le sujet entretient avec ce système social.

### 3.2. Les attitudes linguistiques

La notion d'attitude linguistique est utilisée en parallèle et sans véritable nuance de sens à « norme subjective », « jugement », « opinion », pour désigner tout phénomène à caractère épilinguistique. On note que le terme « épilinguistique » qualifie les jugements de valeurs que les locuteurs portent sur la langue utilisée et sur les autres langues. (Dubois.J 1994 :184).

Il est défini dans le dictionnaire de sociologie comme une disposition mentale, d'ordre individuel ou collectif, explicative du comportement social » (Akoun. A et Ansart. 1999 : 42).

Louis Jean Calvet affirme que :

« *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 leur productions linguistique et celle des autres en leur attribuant les d'dénominations. Ces derniers révèlent que les locuteurs en se rendent compte des différences phonologiques. Lexicales morphosyntaxique, attribuent des valeurs appréciatives ou dépréciatives à leur égard* ». (1993 : 46).

Cette citation met en évidence le caractère subjectif et évaluatif des attitudes linguistiques.

Louis-Jean Calvet souligne que les locuteurs ne se contentent pas de parler une langue ; ils la jugent, la valorisent ou la déprécient, en fonction de critères sociaux, esthétiques ou

identitaires. Ce processus d'évaluation repose souvent sur des différences perçues dans les structures phonologiques ou grammaticales, révélant ainsi l'existence de hiérarchies implicites entre les langues ou les variétés.

### **4. Le paysage médiatique algérien et ses caractéristiques**

Le paysage médiatique algérien est à la croisée des chemins entre ouverture et contrôle étatique. Depuis la libéralisation de la presse en 1990, l'Algérie a vu émerger une diversité de médias, allant de la presse écrite aux chaînes de télévision privées en passant par les plateformes numériques.

Cette diversité reste encadrée par des restrictions politiques et économiques qui influencent la liberté de la presse. Caractérisé par une dualité entre médias publics et privés, un contrôle accru de l'État, un essor du numérique et une dépendance à la publicité institutionnelle, le paysage médiatique algérien reflète les défis d'une information en quête d'indépendance.

#### **4.1. La télévision**

La télévision est un système de transmission d'images et de sons à distance, permettant la diffusion de contenus audiovisuels destinés à l'information, au divertissement et à l'éducation.

Le terme « télévision » provient du grec *tele* (loin) et du latin *visio* (vision), signifiant « vision à distance ». Elle a évolué depuis son invention au début du XXe siècle, passant d'un système analogique à une technologie numérique et interactive, intégrant aujourd'hui des services en ligne et à la demande.

La télévision en Algérie a fait son apparition le 24 décembre 1956 avec l'installation d'un émetteur de la RTF à Alger, au Cap Matifou. La première chaîne de télévision algérienne, relevant de la Radiodiffusion Télévision Algérienne (RTA), a été créée en 1963. Ce n'est qu'en 2014 que la loi a autorisé l'ouverture de chaînes privées, bien que celles-ci diffusent encore principalement depuis l'étranger.

#### **4.2. La radio**

La radio est un moyen de communication et de diffusion sonore permettant de transmettre des informations, de la musique et des émissions à un large public via des ondes électromagnétiques ou Internet.

En Algérie, la radio est un média majeur depuis l'indépendance en 1962. Initialement contrôlée par l'État, elle s'est diversifiée avec plusieurs stations nationales et régionales. Bien

que des réformes aient introduit une certaine ouverture, la radio reste largement sous le contrôle des autorités, jouant un rôle clé dans l'information et la culture du pays.

### 4.3. La presse écrite

La presse ou presse écrite désigne l'ensemble des journaux. Plus généralement, elle englobe tous les moyens de diffusion de l'information écrite. Tirant son origine de l'usage d'une presse d'imprimerie, l'expression « presse écrite » est un pléonasme.

Patrick Charaudeau lui attribue la définition suivante : *« la presse est essentiellement une aire scripturale, faite de mots, de graphiques, de dessins et parfois d'images fixes, sur un support papier. Cet ensemble inscrit ce média dans une tradition d'écriture qui se caractérise par un rapport distancié entre celui écrit et celui lit ».* (1997 :13)

La presse écrite en Algérie a évolué de la presse d'État après l'indépendance à une presse plus diversifiée depuis les années 1990. Malgré une certaine liberté, elle fait face à des pressions politiques, économiques et à la concurrence du numérique, fragilisant son indépendance et son influence.

### 4.4. Les médias en ligne

Les médias en ligne désignent l'ensemble des plateformes numériques permettant la diffusion d'informations, de contenus audiovisuels et d'interactions avec les utilisateurs via Internet. Ils englobent les journaux numériques, les sites d'actualités, les blogs, les podcasts, les chaînes de streaming et les réseaux sociaux.

Les médias en ligne en Algérie se sont développés avec l'essor d'Internet, permettant l'émergence de journaux numériques et de sites d'actualités. Bien que réglementés, ils jouent un rôle important dans l'information et le débat public.

## 5. Les chaînes télévisées algériennes

La télévision est un média très important en Algérie. Elle permet d'informer, d'éduquer et de divertir la population. La télévision algérienne a été créée en 1956, pendant la colonisation française. Après l'indépendance en 1962, l'État a pris le contrôle total des médias. Il a utilisé la télévision pour diffuser ses messages et renforcer l'unité nationale.

Pendant longtemps, il n'y avait qu'une seule chaîne, ENTV (Télévision Algérienne). Ce monopole a duré plusieurs décennies. Mais avec le développement des chaînes étrangères et d'Internet, la demande pour plus de diversité a augmenté. En 2012, l'Algérie a autorisé la création de chaînes privées, bien qu'elles restent soumises à des règles strictes.

### 5.1. Les chaînes privées

L'ouverture du paysage télévisuel algérien aux chaînes privées a marqué un tournant important dans l'histoire des médias nationaux. Autorisées officiellement à partir de 2012, elles proposent des contenus variés, allant de l'information aux divertissements, et constituent aujourd'hui un acteur majeur de la scène audiovisuelle. Leur rôle dans la diffusion linguistique, notamment à travers les films.

#### 5.1.1. Chaînes d'information

Chaîne	Création	Contenu
Ennahar TV	6 mars 2012	Chaîne d'information en continu couvrant l'actualité nationale et internationale.
Echourouk News	20 mars 2014	Filiale d'Echourouk TV, axée sur l'actualité politique et économique.
El Bilad TV	16 février 2014	Spécialisée dans l'actualité nationale avec des débats politiques et des reportages.
Dzair News	18 mai 2014	Chaîne d'information et de décryptage des événements politiques.

**Tableau N° 1 : les chaînes algériennes privées d'information.**

**5.1.2. Chaînes généralistes**

Chaîne	Création	Contenu
Echourouk TV	01 novembre 2011	Propose une large gamme de programmes incluant talk-shows, divertissement et séries.
El Djazairia One	23 octobre 2011	Offre des émissions culturelles, politiques et de société.
Numidia TV	08 mai 2013	Chaîne généraliste mêlant culture, débats et divertissement.
Dzair TV	2012	Chaîne proposant des programmes variés, incluant séries et émissions politiques.

**Tableau N°2 : les chaînes télévisées algériennes privées généralistes.**

**5.1.3. Chaînes spécialisées**

Chaîne	Création	Contenu
Samira TV	01 juillet 2013	Dédiée à la cuisine et à l'art culinaire, très populaire auprès du public féminin.
Beur TV	03 mars 2003	Axée sur la culture maghrébine et les débats sociétaux.

El Heddaf	2014	Spécialisée dans le sport, notamment le football algérien et international.
TV Tamazight (TV4)	2009	Dédiée à la culture amazighe, diffusant en tamazight (berbère).

**Tableau N°3 : les chaînes algériennes privées et leurs spécialités.**

#### 5.1.4. Chaînes diffusant des films

Chaîne	Création	Contenu
Echourouk TV	01 novembre 2011	Diffuse des films arabes et internationaux doublés en arabe.
El Djazairia One	23 octobre 2011	Propose des films algériens, maghrébins et internationaux en version originale ou doublée.
El Bilad TV	Mars 2014	Diffuse occasionnellement des films algériens et internationaux, souvent en version française.
Hogar TV	Mai 2012	Diffuse des films étrangers (souvent américains doublés en arabe, ciblant un public jeune).

**Tableau N°4 : les chaînes privées algériennes diffusant des films et leur les types.**

#### 5.2. Les chaînes publiques

Les chaînes de télévision publiques occupent une place centrale dans le paysage médiatique national. Placées sous l'autorité de l'État, elles ont longtemps constitué l'unique source d'information et de divertissement pour la population. Leur rôle dépasse le simple cadre

de la diffusion : elles participent activement à la promotion des langues nationales, à la préservation de l'identité culturelle et à l'orientation des opinions publiques.

**5.2.1. Chaînes d'information et généralistes**

Chaîne	Création	Contenu
ENTV (Télévision Algérienne)	01 juillet 1986	La principale chaîne publique, diffusant des actualités, des programmes éducatifs et culturels.
Canal Algérie	1994	Destinée principalement à la diaspora algérienne, cette chaîne offre un contenu varié en français et en arabe.
A3 (Algérie 3)	05 juillet 2001	Chaîne d'information et de divertissement destinée à un public plus jeune.

**Tableau N°5 : les chaînes publiques algériennes à vocation généraliste et d'information.**

**5.2.2. Chaînes spécialisées**

Chaîne	Création	Contenu
TV4 (Tamazight TV)	18 mars 2009	Dédiée à la promotion de la langue et de la culture amazighe.
TV5 (Coran TV)	18 mars 2009	Spécialisée dans la diffusion de programmes religieux.
TV6	25 mars 2020	Destinée aux jeunes, elle propose des programmes modernes et innovants.

TV7 (El Maarifa)	19 mai 2020	Chaîne éducative axée sur l'apprentissage et la formation.
------------------	-------------	--

**Tableau N°6 : les chaînes publiques algériennes et leurs spécialités.**

### 5.2.3. Chaînes diffusant des films

Chaîne	Création	Contenu
ENTV (Télévision Algérienne)	01 juillet 1986	Diffuse des films algériens, arabes et internationaux, souvent doublés en arabe ou en version originale sous-titrée.
Canal Algérie	1994	Propose des films en français et en arabe, avec un accent sur les productions algériennes et francophones.
TV4 (Tamazight TV)	18 mars 2009	Diffuse des films en tamazight, mettant en avant la culture amazighe.
TV6	26 mars 2020	Présente des films internationaux destinés aux jeunes, souvent en version originale sous-titrée.

**Tableau N°7 : les chaînes publiques algériennes proposant des films dans leur programmation.**

## 6. La situation linguistique dans le champ télévisé algérien

La télévision joue un rôle fondamental dans la construction et la diffusion des identités linguistiques d'un pays. En Algérie, cette fonction est d'autant plus importante que la société

est caractérisée par une riche diversité linguistique, où coexistent l'arabe classique, le français, l'amazigh, les dialectes algériens et récemment l'anglais. Le champ télévisé, en tant que reflet des dynamiques sociales, politiques et culturelles, offre un terrain d'analyse pertinent pour comprendre les rapports entre ces langues.

La situation linguistique dans le champ télévisé algérien est marquée par une diversité linguistique qui reflète la richesse culturelle du pays. Depuis l'indépendance, la télévision algérienne a été dominée par l'arabe classique et le français, ces deux langues étant historiquement liées aux politiques linguistiques et éducatives du pays. Toutefois, avec l'ouverture progressive du paysage médiatique aux chaînes privées et la mondialisation, la place d'autres langues comme l'amazigh, les dialectes locaux et même l'anglais s'est renforcée dans l'audiovisuel.

### **6.1 L'arabe : Une hégémonie institutionnelle et une diversification progressive**

L'arabe a longtemps été la langue exclusive des médias audiovisuels, notamment dans sa variété classique. Selon Chachou (2011) cette politique s'inscrivait dans un cadre idéologique visant à renforcer l'identité nationale à travers une arabisation systématique. Cette imposition ne correspondait pas à la réalité sociolinguistique du pays, où l'arabe dialectal (darija) est plus largement pratiqué.

Avec l'émergence des chaînes privées et l'évolution des pratiques médiatiques, le darija a progressivement gagné en visibilité. Des émissions de divertissement, des talk-shows et même des journaux télévisés commencent à intégrer cette variété vernaculaire, facilitant ainsi la réception des contenus par un public plus large.

### **6.2 Le tamazight : de la marginalisation à la reconnaissance institutionnelle**

Longtemps relégué à la sphère privée et exclu des médias publics, le tamazight a commencé à apparaître timidement à la télévision nationale avec la diffusion d'un journal télévisé dans cette langue. L'officialisation du tamazight en 2016 a accéléré son intégration médiatique, conduisant à la création d'une chaîne publique dédiée entièrement à cette langue.

Par ailleurs, des chaînes privées comme Beur TV, bien que francophones, ont participé à la valorisation du tamazight en diffusant des programmes en kabyle, chaoui ou mozabite. L'objectif est de répondre aux attentes d'une partie de la population qui revendique une représentation linguistique et culturelle plus équitable dans les médias.

### 6.3 Le français : une langue d'influence persistante

Le français, bien qu'exclu du statut de langue officielle, demeure un acteur incontournable dans le champ médiatique algérien. Son usage se manifeste à plusieurs niveaux :

Les journaux télévisés en français diffusés sur certaines chaînes publiques comme Canal Algérie, chaîne publique destinée à la diaspora, dont la majorité du contenu est en français.

La programmation cinématographique et documentaire, où de nombreux films et reportages sont en français ou sous-titrés.

L'omniprésence du français dans l'audiovisuel s'explique par des facteurs historiques et sociologiques. Selon certaines analyses sociolinguistiques, « *du français dans les médias témoigne d'un bilinguisme institutionnalisé qui résiste aux politiques d'arabisation.* » (Benrabah, 2013,p38 )

### 6.4 L'anglais : une présence émergente dans le paysage audiovisuel

L'anglais est encore minoritaire dans les médias algériens, mais plusieurs indicateurs montrent une progression significative :

L'importation de films et séries en version originale anglaise, souvent sous-titrés en arabe ou en français.

L'essor des plateformes de streaming, qui expose les Algériens à des contenus en anglais et favorise leur appropriation de cette langue.

L'intérêt croissant pour l'anglais dans l'éducation et le secteur professionnel, ce qui pousse certains médias à inclure du contenu anglophone, bien que de manière encore marginale.

Si l'anglais n'a pas encore de place institutionnelle dans l'audiovisuel national, il bénéficie néanmoins d'un prestige croissant. Certains observateurs considèrent que son expansion dans « *les médias pourrait être renforcée à l'avenir par les nouvelles générations, qui perçoivent cette langue comme un vecteur de modernité et d'ouverture internationale.* » (Grandguillaume, 2004)

En somme, ce premier chapitre a permis de cerner les principaux repères théoriques liés à notre problématique. Il a posé les bases conceptuelles indispensables à l'analyse des attitudes linguistiques des téléspectateurs algériens face à la diffusion croissante de films en anglais. Ce cadre nous servira de référence pour interpréter les résultats issus de notre enquête de terrain.

# **Chapitre II : Cadre méthodologique**

Après avoir établi les fondements théoriques de notre étude, il convient à présent de présenter la méthodologie adoptée pour répondre à notre problématique. Ce chapitre expose les outils et les démarches utilisés pour notre recherche.

### 1. Choix de l'enquête

Afin de répondre à la problématique centrale de notre recherche, à savoir les représentations et attitudes des téléspectateurs algériens vis-à-vis de l'intégration de l'anglais dans les chaînes télévisées algériennes et plus particulièrement concernant la diffusion des films en anglais sur les chaînes de télévision algériennes, nous avons opté pour une méthodologie d'enquête mixte, combinant une enquête quantitative à travers un questionnaire, et une enquête qualitative basée sur des entretiens semi-directifs.

Ce choix s'appuie sur la volonté de croiser les données pour obtenir une compréhension à la fois large et approfondie du phénomène étudié. L'approche quantitative permet de dégager des tendances générales auprès d'un échantillon relativement large de téléspectateurs, tandis que l'approche qualitative offre un éclairage plus nuancé sur les opinions, les ressentis et les discours des participants.

En effet, les représentations linguistiques sont des constructions sociales complexes, souvent implicites, qui ne peuvent être entièrement cernées à travers des réponses fermées. L'entretien permet alors de révéler les motivations profondes, les jugements de valeur ou encore les expériences personnelles liées à l'exposition à des contenus audiovisuels en anglais.

Le recours à une double approche méthodologique présente plusieurs avantages :

Il permet d'explorer les différences générationnelles, éducatives et socioculturelles dans la réception des contenus anglophones.

Il répond au besoin de représenter la diversité des profils de téléspectateurs dans le contexte algérien.

Enfin, ce choix méthodologique s'inscrit dans une tradition de recherche sociolinguistique contemporaine, qui encourage la prise en compte à la fois des discours et des comportements sociaux pour comprendre les dynamiques linguistiques dans un espace donné.

### 1.1. Présentation du questionnaire

Le questionnaire est considéré comme «*un outil de collecte de données qui permet de recueillir des informations précises et structurées sur un sujet ou un phénomène langagier spécifique.*» (Fenneteau , 2015: 41)

Dans le cadre de notre méthodologie quantitative, nous avons élaboré un questionnaire structuré visant à recueillir des informations précises sur les habitudes télévisuelles, les préférences linguistiques ainsi que les représentations et attitudes des téléspectateurs algériens face à la diffusion des films en anglais sur les chaînes de télévision nationales.

Notre questionnaire se compose de 14 questions dans le but de recueillir des données précises sur les perceptions et les attitudes des téléspectateurs algériens face à la diffusion croissante de films en anglais à la télévision, en remplacement progressif des films en français. Les premières questions (1 à 3) ont pour objectif de dresser un profil sociodémographique des répondants en prenant en compte leur sexe, leur tranche d'âge et leur niveau d'études. Ces variables permettent de situer les réponses dans un cadre interprétatif pertinent, en tenant compte de l'impact possible de ces facteurs sur les préférences linguistiques.

La question 4 explore les habitudes de consommation télévisuelle, afin d'estimer dans quelle mesure la télévision occupe une place importante dans le quotidien des répondants, ce qui peut influencer leur sensibilité aux changements linguistiques dans les contenus.

La question 5, quant à elle, identifie les chaînes algériennes les plus regardées, ce qui permet de déterminer où les téléspectateurs sont le plus exposés à des films en anglais.

La question 6 interroge les préférences linguistiques des répondants en matière de visionnage de films et les raisons de ces choix, ce qui permet de cerner leur rapport aux différentes langues présentes dans les médias.

Les questions 7 et 8 visent à mesurer la perception du phénomène du passage du français à l'anglais : la première cherche à savoir si les répondants ont perçu une augmentation des films en anglais, tandis que la seconde évalue leur jugement vis-à-vis de cette évolution (positif, neutre ou négatif), en leur demandant d'explicitier leur point de vue. La question 9 s'intéresse à la facilité ou à la difficulté de s'adapter à cette transition linguistique, surtout pour les personnes habituées aux films en français.

La question 10 aborde une dimension sociolinguistique plus large en questionnant les répondants sur l'éventuelle création d'un fossé générationnel à cause du passage du français à l'anglais dans les médias audiovisuels.

La question 11 approfondit cette thématique en demandant quel groupe d'âge est, selon les participants, le plus impacté par l'introduction des films en anglais.

La question 12 interroge les répondants sur leurs préférences concernant les choix de programmation linguistique des chaînes algériennes, en leur proposant plusieurs choix (continuer avec l'anglais, revenir au français, ou maintenir un équilibre).

La question 13 évalue l'expérience des répondants face à la version originale anglaise comparée à la version doublée en français, afin de comprendre leurs préférences en termes d'authenticité, de compréhension et de confort de visionnage.

Enfin, la question 14 cherche à savoir si les films ne sont pas les seuls vecteurs de l'anglais à la télévision algérienne, en élargissant le champ d'étude à d'autres types de programmes, ce qui permet d'avoir une vision plus complète de la présence de l'anglais dans l'espace télévisuel.

La conception du questionnaire a été guidée par la volonté de croiser des réponses fermées pour permettre une analyse statistique claire avec des questions ouvertes et semi-ouvertes, permettant aux répondants d'exprimer librement leurs opinions et leurs ressentis.

### **1.2. Echantillon ciblé**

La distribution du questionnaire a été réalisée le 17 avril 2025, au sein de l'Université Abou Bekr Belkaïd de Tlemcen. L'enquête a été menée en présentiel, dans divers espaces de l'université (amphithéâtres, bibliothèque, espaces communs), ce qui a permis de rencontrer des personnes de profils variés.

L'objectif était d'atteindre une diversité de répondants, tant sur le plan de l'âge, du niveau d'études que des habitudes médiatiques. Même si l'enquête a été réalisée dans un contexte universitaire, les participants n'étaient pas exclusivement des étudiants.

Le questionnaire a été administré à des personnes de différentes tranches d'âge, dont certaines faisaient partie du personnel administratif, des enseignants ou d'anciens étudiants de passage à l'université.

### 1.3. Échantillon retenu

L'enquête par questionnaire a été menée auprès d'un total de 27 participants. La distribution a été réalisée de manière directe, sur place, le 17 avril 2025, auprès de personnes rencontrées dans différents espaces.

#### 1.3.1. Le sexe des participants

Sexe	Personnes interrogés	pourcentage
Homme	10	37%
Femme	17	63%
Total	27	100%

**Tableau N° 08 : Répartition des personnes interrogées selon le sexe.**

**Le commentaire :** L'échantillon interrogé se compose de 27 participants, dont 17 femmes et 10 hommes. Cette prédominance féminine pourrait influencer certains résultats, notamment en matière de préférences linguistiques ou de consommation médiatique.

#### 1.3.2. L'âge des participants

Ce premier tableau affiche la distribution des enquêtés en fonction de leur tranche d'âge.

Tranche d'âge	Hommes	Femmes	Total	Pourcentage
18-25 ans	03	02	05	18.5%
26-35 ans	00	05	05	18.5%
36-45 ans	01	04	05	18.5%
Plus de 45 ans	06	06	12	44.5%

**Tableau N° 09 : Répartition des personnes interrogées selon la tranche d'âge.**

**Le commentaire :** résultats présents dans le tableau ci-dessus montrent que les participants appartiennent à des tranches d'âge variées, ce qui renforce la richesse des données recueillies. Les répondants se répartissent comme suit :

La première tranche 18–25 ans (5 personnes, soit 18,5 %), regroupe cinq individus, dont trois hommes et deux femmes.

26–35 ans (5 personnes, 18,5 %), cette deuxième tranche d'âge est représentée exclusivement par des femmes, au nombre de cinq.

36–45 ans (5 personnes, 18,5 %) comprend également cinq répondants, soit un homme et quatre femmes.

Enfin, la dernière catégorie, celle des personnes âgées de plus de 45 ans (12 personnes, soit 44,5 %). La tranche des plus de 45 ans est donc la plus représentée.

Cette diversité d'âges, avec une prédominance des seniors, permet d'évaluer les différences de perception entre générations, notamment face à l'évolution linguistique des contenus télévisés.

### 1.3.3. Le niveau d'études des participants

Niveau d'étude	Les participants	Pourcentage
Master	09	33.33%
Licence	08	29.62%
Lycée	02	7.40%
CEM	06	22.22%
Primaire	02	7.40%

**Tableau N° 10 : Répartition des personnes interrogées selon le niveau d'étude**

**Le commentaire :** Les répondants présentent un niveau d'études relativement élevé, avec 17 participants sur 27 ayant un diplôme universitaire (Licence ou Master). Ce facteur peut influencer la réceptivité linguistique face aux contenus en anglais, car les individus plus instruits sont souvent plus exposés à l'anglais à travers leurs études, les médias ou Internet.

Ce panel hétérogène permet d'obtenir une première impression sur les perceptions des téléspectateurs algériens face à la présence de l'anglais dans le paysage audiovisuel national, tout en tenant compte des différences générationnelles, sociolinguistiques et culturelles.

## 2. Présentation de l'entretien

En complément du questionnaire, et afin d'approfondir l'analyse des représentations et attitudes des téléspectateurs algériens vis-à-vis de la diffusion croissante des films en anglais, nous avons mené une enquête qualitative à travers des entretiens semi-directifs. Cette approche permet de recueillir des données plus riches, plus personnelles et plus nuancées que celles obtenues par voie de questionnaire. Selon Morange. M et al :

*« L'entretien a une visée à la fois informative et compréhensive : il s'attache tout à la fois à recueillir des informations concernant des faits, des expériences ou des pratiques et à comprendre*

*le point de vue des acteurs interrogés sur ceux-ci. Il est utilisé, selon les approches comme technique complémentaire ou bien comme technique principale de l'enquête. » (2016: 87)*

Cette citation montre les deux dimensions fondamentales de l'entretien en recherche qualitative: sa fonction informative et sa dimension compréhensive.

La première sert à collecter des données factuelles : des informations sur des événements, des expériences ou des pratiques. La deuxième, vise à comprendre le sens que les individus donnent à leurs expériences. Il s'agit ici de s'inscrire dans une démarche interprétative, où l'on cherche à accéder à la subjectivité des acteurs, à leur manière de percevoir, de juger et de ressentir.

Donc, l'entretien vise à explorer en profondeur des thématiques complexes, telles que : la perception du changement linguistique à la télévision, l'attachement aux anciennes habitudes de visionnage, ou encore les résistances et les motivations face à l'exposition à la langue anglaise.

### **2.1. Échantillon et contexte de passation**

Les entretiens ont été réalisés le 17 avril 2025 avec trois participants, choisis parmi ceux ayant répondu au questionnaire. Cette sélection volontaire repose sur leur disponibilité, leur volonté de participer davantage à la recherche ainsi que sur leur profil diversifié en termes d'âge, de genre et de rapport aux langues.

Les entretiens ont eu lieu dans une salle vide et calme située au sein du département des langues étrangères (de français) de l'Université Abou Bekr Belkaïd de Tlemcen. Ce cadre propice à l'échange a permis aux participants de s'exprimer librement et en toute confidentialité.

L'entretien s'articule autour de plusieurs axes principaux. Il commence par une question introductive portant sur la présentation personnelle du participant (âge, niveau d'étude, profession).

Un deuxième ensemble de questions explore les habitudes de visionnage des répondants, notamment la fréquence de consommation des films et la langue de diffusion privilégiée. L'entretien repose essentiellement sur les perceptions du changement linguistique, avec des questions ciblant la manière dont les participants perçoivent le passage progressif des films en français vers ceux en anglais, ainsi que les éventuelles implications positives ou négatives de cette évolution.

D'autres questions abordent le ressenti personnel face à ce changement, notamment s'il affecte les habitudes médiatiques ou les représentations des chaînes algériennes. Enfin, un dernier volet s'intéresse aux difficultés rencontrées lorsque ces personnes enquêtées regardent des films en anglais.

Chaque entretien a duré en moyenne entre 02 et 03 minutes, ils ont été enregistrés avec un enregistreur vocal de notre smartphone. Les questions posées étaient les mêmes pour tous, afin d'assurer une certaine homogénéité dans les réponses tout en laissant la place à la spontanéité et à l'expression personnelle.

Ces données qualitatives viendront compléter les résultats du questionnaire, en apportant des exemples concrets, des témoignages vécus, et des justifications détaillées aux tendances observées dans les réponses quantitatives.

### **3. Les difficultés rencontrées**

En effectuant notre recherche, Nous avons rencontré quelques difficultés.

Par rapport au questionnaire :

- Incompréhension de certaines questions, même si le questionnaire était simple, certains mots ou expressions étaient incompréhensibles pour certains, il a fallu expliquer certaines questions oralement et en arabe dialectal.
- Réponses trop rapides ou peu réfléchies, certaines personnes ont répondu trop vite, sans vraiment réfléchir. D'autres ont coché au hasard, surtout pour les questions fermées.
- Certaines feuilles n'ont pas été remises et d'autres contiennent des réponses incomplètes.

Par rapport à l'entretien :

- Il était difficile de trouver des personnes disponibles pour participer à l'entretien.
- Plusieurs personnes ont refusé, par timidité ou par manque de temps.
- Certains participants ne savaient pas quoi dire, même s'ils étaient volontaires.
- Les personnes avec qui nous avons effectuées des entretiens enregistrés étaient toutes jeunes et étudiantes, donc les opinions sont limitées à une seule tranche d'âge.
- Certains participants ont hésité à parler en français.

Ce chapitre a permis de présenter le dispositif méthodologique mis en place pour mener notre recherche. En adoptant une approche mixte, combinant questionnaire et entretien, nous

## Chapitre II : Cadre méthodologique

---

---

avons cherché à croiser des données quantitatives et qualitatives afin de mieux comprendre les représentations et les attitudes des téléspectateurs algériens face à la diffusion de films en langue anglaise.

# **Chapitre III : Analyse et interprétation des résultats**

Après avoir exposé le cadre théorique de notre recherche ainsi que les outils méthodologiques mobilisés, ce chapitre est consacré à l'analyse et à l'interprétation des données recueillies à travers le questionnaire et les entretiens. Il s'agit ici de confronter les hypothèses de départ aux réponses des participants afin de dégager des tendances, des divergences et des représentations caractéristiques du rapport qu'entretiennent les téléspectateurs algériens à la diffusion de films en langue anglaise.

#### 1. Analyses des résultats obtenus par le questionnaire :

Le questionnaire est destiné aux publics et a été distribué au hasard à différentes personnes. Notre échantillon est composé de 27 personnes d'âges différents avec 17 femmes et 10 hommes. Le questionnaire est composé de questions simples, fermées, semi-ouvertes et ouvertes.

Nous allons directement à la quatrième question puisque les trois premières questions portant sur l'identification de la personne (l'âge, le sexe, le niveau d'étude) ont été déjà traitées dans le chapitre précédent.

#### Question 04 : Combien de temps passez-vous à regarder la télévision par jour ?

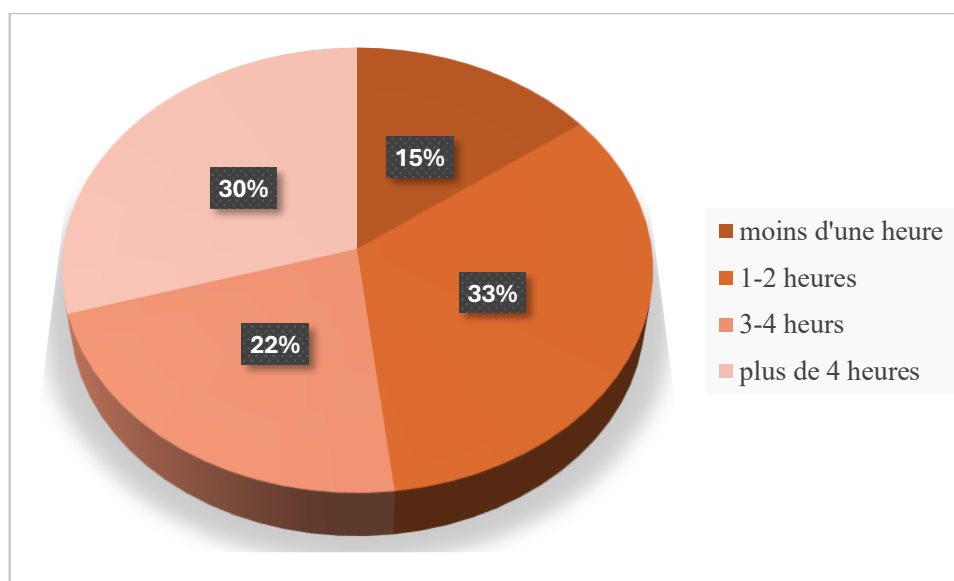


Figure N°1 : temps réservé à la TV par jour

**Le commentaire :** Les réponses montrent une répartition variée du temps passé quotidiennement devant la télévision. Sur les 27 participants, 4 personnes (15 %) regardent la télévision moins d'une heure par jour, 9 (33 %) y consacrent entre 1 et 2 heures, 6 (22 %) entre 3 et 4 heures, et 8 (30 %) plus de 4 heures. On observe ainsi que près de 52 % des répondants

passent plus de 2 heures par jour devant la télévision, ce qui indique une forte exposition aux contenus télévisés.

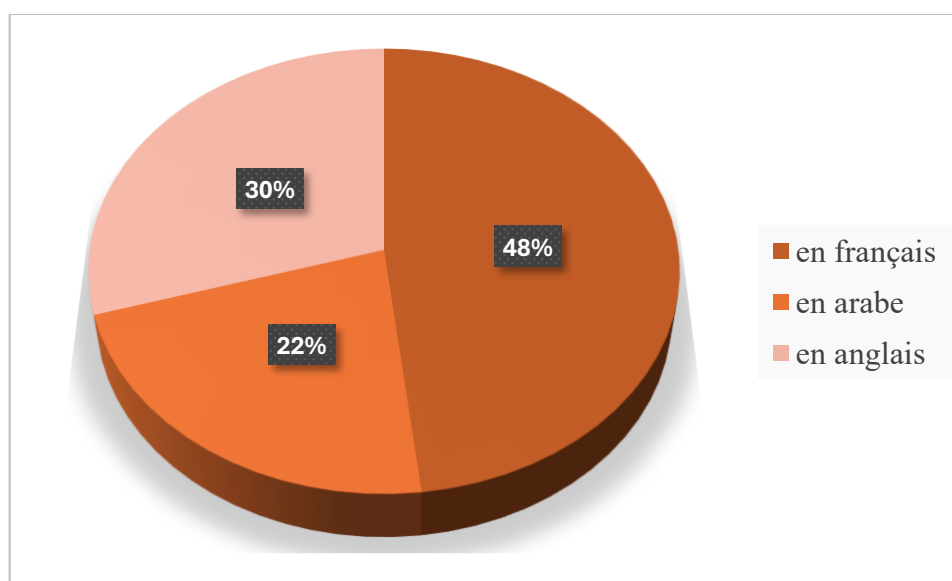
**Question 5 : Quelles chaînes algériennes regardez-vous le plus souvent :**

Les chaînes	ennahar tv	canal algerie	echourouk tv	el fadjr tv
Nombre de téléspectateurs	13	07	14	05

**Tableau N°11 : Chaînes de télévision algériennes les plus regardées**

**Le commentaire :** Les chaînes les plus regardées sont Echourouk TV (14) et Ennahar TV (13), ce qui indique une préférence pour les chaînes d'information généralistes nationales, connues pour diffuser une grande variété de contenus (infos, divertissement, séries, films, etc.). Les chaînes comme Canal Algérie ou El Fadjr TV sont moins suivies.

**Question 6 : Préférez-vous regarder des films : en français, en arabe, en anglais ?**



**Figure N°2 : Préférences linguistiques pour le visionnage des films**

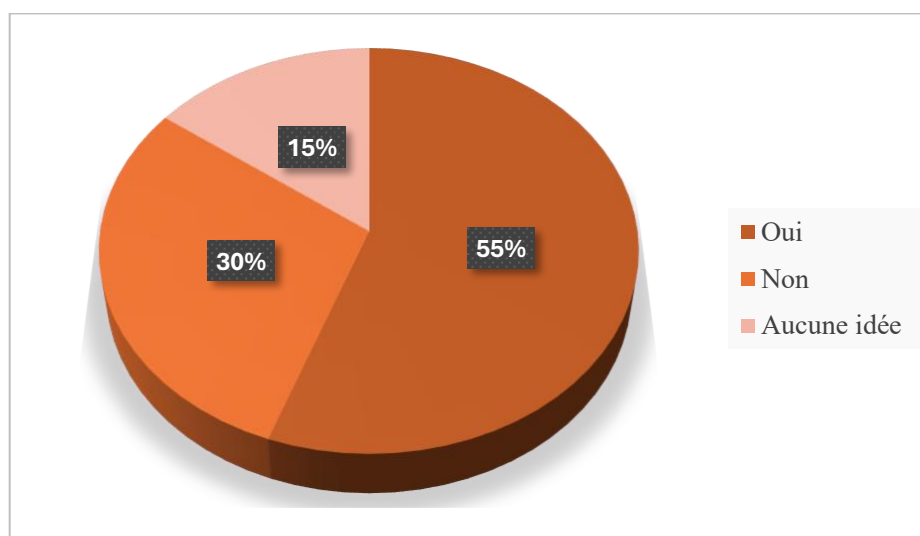
**Le commentaire :** En ce qui concerne les préférences linguistiques pour les films, nous avons remarqué que 13 personnes sur 27 (48,1 %) optent pour le choix du français, 8 personnes (29,6 %) pour l'anglais et 6 (22,2 %) pour l'arabe. Le français reste donc la langue majoritairement choisie, ce qui s'explique par plusieurs facteurs évoqués par les répondants :

une meilleure compréhension, une habitude culturelle et éducative, le confort d'éviter les sous-titres, ou encore un attachement affectif à la langue.

Les personnes préférant les films en anglais soulignent, quant à elles, que cette langue est facile à apprendre et perçue comme utile.

Le choix de l'arabe, bien que minoritaire, reflète une proximité linguistique naturelle, mais semble moins associé aux films étrangers.

**Question 7 : Avez-vous remarqué une augmentation de la diffusion de films en anglais sur les chaînes algériennes ?**

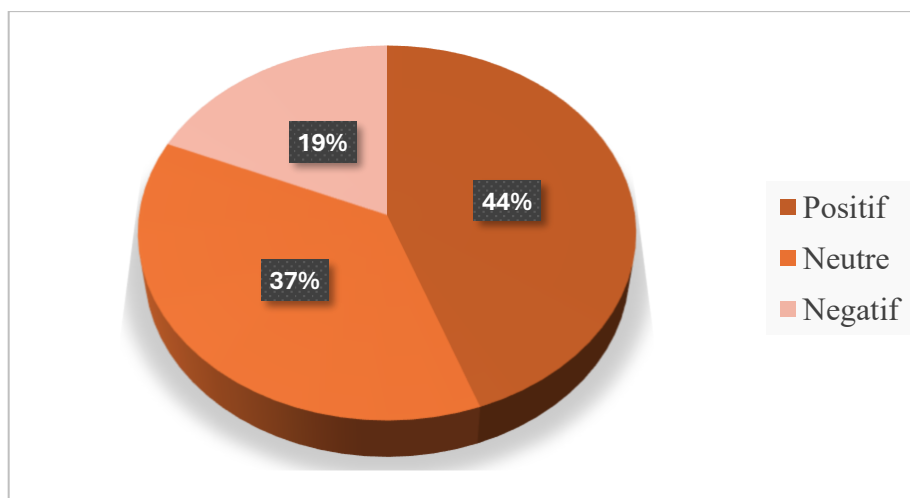


**Figure N°3 : Perception de l'augmentation des films en anglais à la télévision algérienne**

**Le commentaire :** pour cette question, 15 répondants sur 27 (55 %) affirment avoir remarqué une augmentation de la diffusion de films en anglais sur les chaînes algériennes. 8 personnes (30 %) disent le contraire, tandis que 4 (15 %) disent ne pas avoir d'avis ou ne pas y avoir prêté attention.

Cette majorité de réponses positives indique une perception claire d'un changement dans la programmation télévisée. Cela peut être interprété comme un signe d'évolution vers une ouverture accrue aux contenus en anglais, peut-être en réponse à une demande croissante ou à une volonté d'alignement sur les tendances médiatiques internationales. L'indifférence ou le manque d'observation de certains participants suggère cependant que cette transition reste partielle ou qu'elle n'est pas encore fortement marquée pour tous les publics.

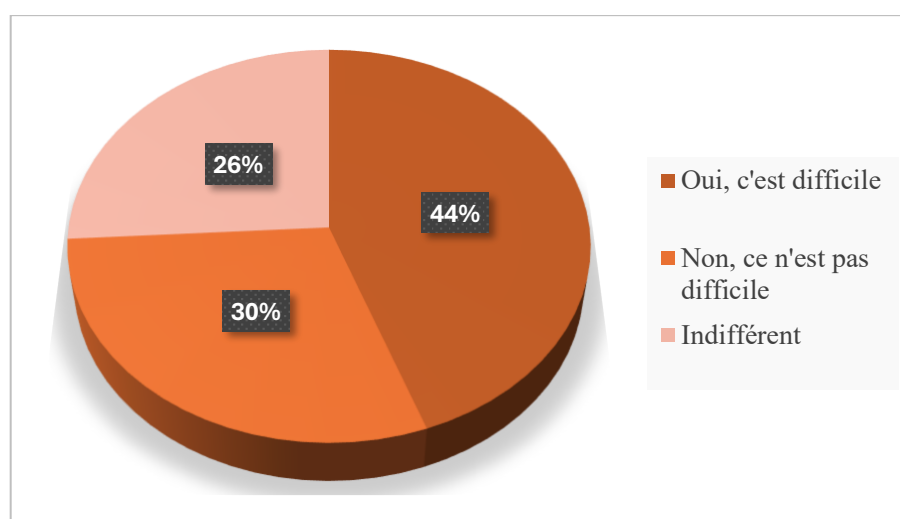
**Question 8 : Comment percevez-vous le passage du français à l'anglais pour les films diffusés à la télévision ?**



**Figure N°4 : Opinion sur le passage du français à l'anglais dans les films diffusés**

**Le commentaire :** Parmi les 27 participants, 12 (44 %) perçoivent le passage du français à l'anglais de manière positive, 10 (37 %) adoptent une position neutre, et 5 (19 %) expriment une opinion négative. Ceux qui voient ce changement favorablement évoquent la domination mondiale de l'anglais, l'opportunité d'apprentissage pour eux-mêmes ou leurs enfants, ainsi que l'importance de s'aligner sur les tendances internationales. À l'inverse, la minorité opposée reste attachée au français, langue jugée plus familière et culturellement enracinée.

**Question 9 : Si vous êtes habitué aux films en français, trouvez-vous difficile de vous adapter à des films en anglais ?**

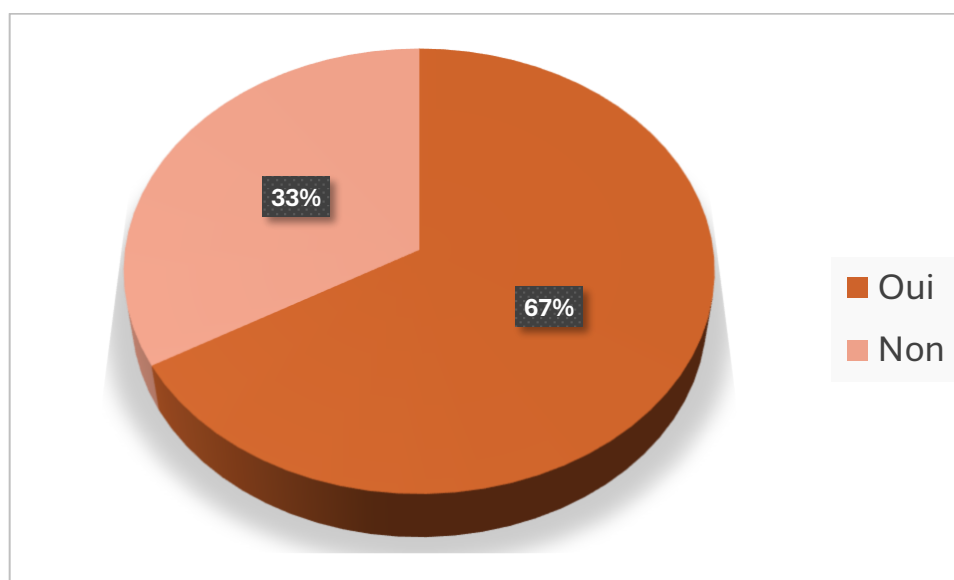


**Figure N°5 : Difficulté d'adaptation aux films en anglais pour les habitués aux films en français**

**Le commentaire :** Les réponses révèlent que 12 participants (44 %) trouvent difficile de s'adapter aux films en anglais lorsqu'ils sont habitués au français, tandis que 8 (30 %) déclarent ne pas rencontrer de difficultés, et 7 (26 %) se disent indifférents à la langue utilisée. La proportion importante de personnes en difficulté peut s'expliquer par une maîtrise limitée de l'anglais ou par une forte habitude ancrée envers les contenus francophones.

À l'inverse, ceux qui ne perçoivent pas cette transition comme un obstacle témoignent soit d'une certaine familiarité avec l'anglais, soit d'une plus grande ouverture linguistique. Les indifférents, quant à eux, soulignent que la langue importe peu tant que le contenu est compréhensible et intéressant.

**Question 10 : Trouvez-vous que la transition du français vers l'anglais à la télévision crée un fossé générationnel ?**



**Figure N°6 : Perception de l'existence d'un fossé générationnel lié à la transition linguistique**

**Le commentaire :** La majorité des participants (67%) considèrent que le passage à l'anglais accentue un écart entre générations, en particulier parce que :

Les personnes âgées sont plus attachées au français.

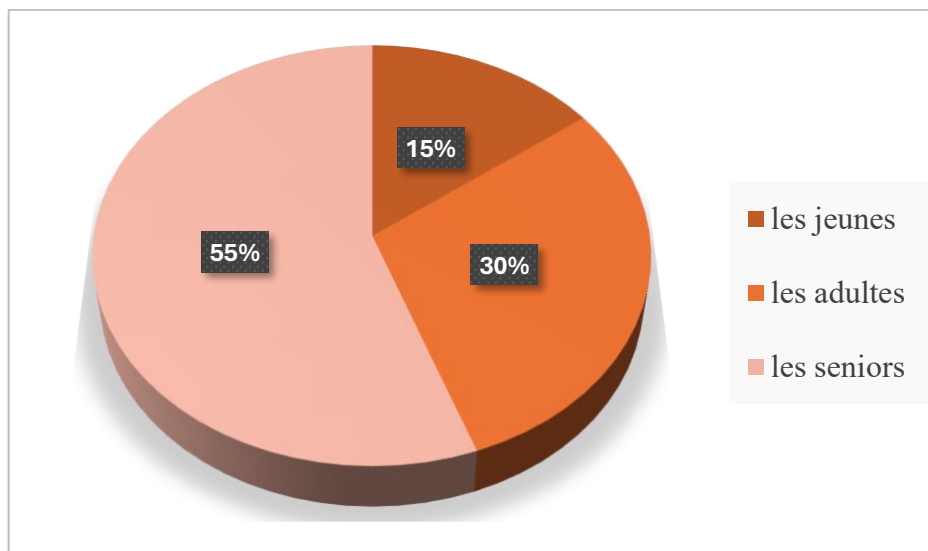
Les jeunes sont plus exposés à l'anglais via internet et les médias modernes.

La langue devient un marqueur générationnel.

Ceux qui ont répondu « non » (33 %) voient au contraire cette transition comme une ouverture culturelle et un enrichissement linguistique, considérant que tout le monde peut apprendre l'anglais et s'adapter, même les plus âgés.

Cette division montre que la question linguistique n'est pas seulement technique, mais sociale et identitaire, affectant la cohésion entre les générations.

**Question 11 : Selon vous, quel groupe de téléspectateurs est le plus touché par l'introduction des films en anglais ?**



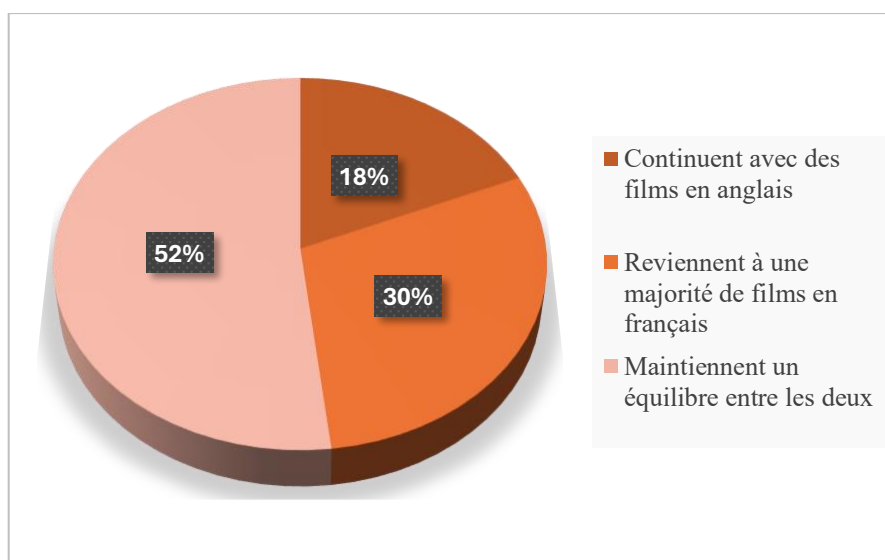
**Figure N°7 : Groupe d'âge perçu comme le plus touché par l'introduction des films en anglais**

**Le commentaire :** Les seniors apparaissent comme le groupe le plus affecté par l'introduction de films en anglais. Cela corrobore les réponses précédentes : ce public est moins exposé à l'anglais et plus habitué au français.

Les adultes sont touchés dans une moindre mesure, tandis que les jeunes semblent plus flexibles et réceptifs au changement.

Cette répartition met en lumière un changement générationnel dans la consommation médiatique, où l'anglais devient plus accessible aux jeunes publics mais potentiellement excluant pour les plus âgés.

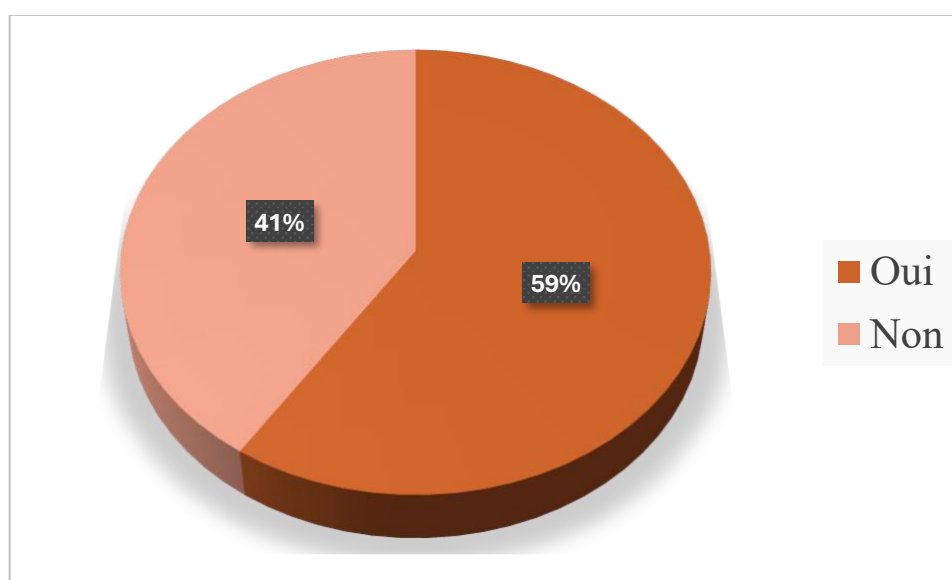
**Question 12 : Si vous aviez le choix, préféreriez-vous que les chaînes :**



**Figure N°8 : Préférences des téléspectateurs concernant la langue des films diffusés**

**Le commentaire :** Les résultats de cette question mettent en évidence une préférence nette des téléspectateurs pour une cohabitation équilibrée entre les deux langues (anglais et français) dans les films diffusés à la télévision. En effet, 14 personnes sur 27, soit plus de la moitié de l'échantillon (52 %), préfèrent que les chaînes maintiennent un équilibre linguistique, 8 personnes (30 %) suggèrent un retour à une majorité de films en français, ce qui montre qu'une partie non négligeable des répondants reste attachée à la langue française, seulement 5 personnes (18 %) souhaitent que les chaînes continuent dans la voie de l'anglicisation des films.

**Question 13 : Avez-vous déjà eu l'occasion de regarder un film en version originale en anglais et en version doublée, en français ?**

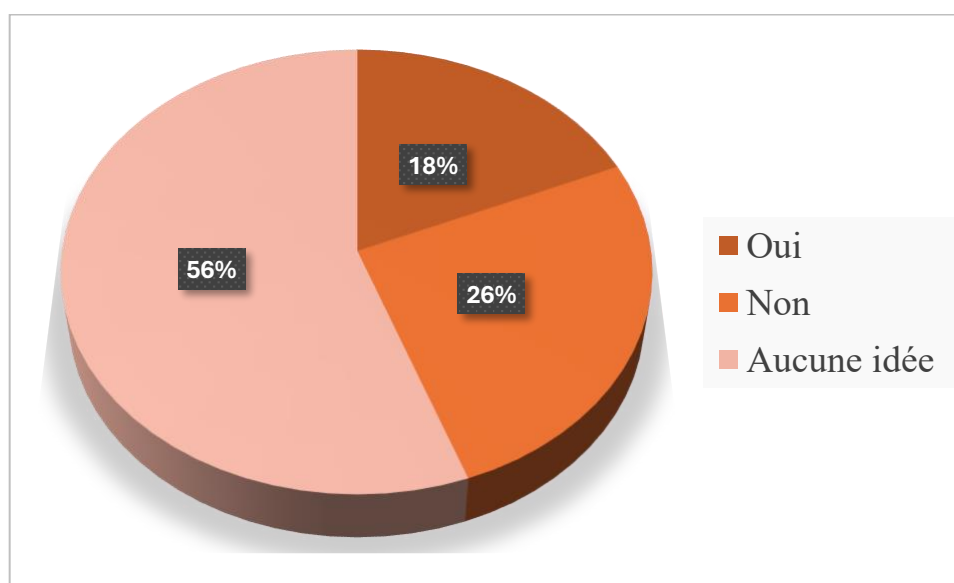


**Figure N°9 : Expérience de visionnage en version originale vs version doublée**

**Le commentaire :** Une majorité relative de 16 participants sur 27 (59,3 %) indiquent avoir déjà visionné un film à la fois en version originale anglaise (VO) et en version doublée en français (VF), tandis que 11 personnes (40,7 %) ne l'ont jamais fait.

Cette expérience comparative permet à une partie du public de percevoir les différences entre les deux formats. Ceux qui ont expérimenté la VO la trouvent souvent plus naturelle et expressive, notamment dans les émotions et l'intonation des dialogues, renforçant le réalisme du film. La VF, quant à elle, est généralement appréciée pour sa clarté et sa facilité de compréhension, en particulier pour ceux qui ne maîtrisent pas l'anglais.

**Question 14 : A part les films, connaissez-vous d'autres programmes télévisés diffusés en anglais ?**



**Figure N°10 : Connaissance d'autres programmes télévisés diffusés en anglais**

**Le commentaire :** Près de la moitié (56 %) ne connaissent pas d'autres programmes en anglais à la télévision algérienne, ce qui suggère un manque de visibilité ou de notoriété de ces contenus. Seul un tiers 26 % en identifie, et 18 % sont incertains.

Cela révèle que les films sont le principal support visible d'anglicisation à la télévision.

#### **1.1.Synthèse de l'analyse du questionnaire :**

L'analyse du questionnaire, administré auprès de 27 participants, met en évidence plusieurs tendances significatives. D'un point de vue sociodémographique, l'échantillon est majoritairement féminin et comprend des individus issus de tranches d'âge variées, avec une forte représentation des plus de 45 ans. Le niveau d'instruction est globalement élevé, ce qui peut influencer la réception des contenus anglophones.

Les résultats montrent que la télévision occupe une place importante dans le quotidien des répondants, plus de la moitié d'entre eux y consacrent plus de deux heures par jour. Les chaînes fréquemment regardées sont Echourouk TV et Ennahar TV.

Concernant les préférences linguistiques, le français reste la langue dominante pour le visionnage des films, bien que l'anglais soit perçu de manière de plus en plus positive, notamment par les jeunes générations. Près de la moitié des participants affirment avoir remarqué une augmentation de la diffusion de films en anglais à la télévision algérienne.

Les avis sur cette transition sont partagés : une partie du public y voit une opportunité d'ouverture et d'apprentissage, tandis qu'une autre, principalement composée de personnes plus âgées, exprime des difficultés d'adaptation et un attachement au français. Une majorité considère que ce changement crée un fossé générationnel.

Enfin, bien que certains téléspectateurs apprécient les films en version originale anglaise pour leur authenticité, la majorité continue de privilégier les contenus en français pour des raisons de compréhension. L'anglais reste donc une langue en émergence, encore perçue comme élitiste ou difficile d'accès par une partie du public.

#### **2. Analyses des résultats obtenus par l'entretien :**

Dans le cadre de cette étude, trois entretiens semi-directifs ont été menés auprès de participants issus de l'échantillon ayant répondu au questionnaire. L'objectif était d'approfondir les représentations et les attitudes des téléspectateurs algériens face à la diffusion croissante de films en langue anglaise sur les chaînes nationales. L'analyse qualitative des réponses permet de dégager plusieurs tendances et points de divergence.

#### **Profil des participants :**

Les entretiens ont été menés avec trois participants, issus de la population ayant préalablement répondu au questionnaire distribué.

L'échantillon se compose de deux femmes et d'un homme, âgés respectivement 24ans, 23ans et 34 ans.

Sur le plan académique, les deux participantes sont issues du domaine des langues (langue anglaise, spécialité : sciences du langage), tandis que le participant masculin est diplômé en langue espagnole. Notons que tous les trois possèdent un niveau d'enseignement supérieur, avec deux diplômés en master 2 et une d'une licence.

En ce qui concerne leur situation socioprofessionnelle, deux sont encore étudiantes (dont l'une

poursuit une formation au CEIL en langue française), et le troisième est actif dans le secteur du commerce.

#### **Préférences linguistiques et pratiques de visionnage :**

L'analyse des réponses recueillies révèle une diversité dans les habitudes de visionnage et les préférences linguistiques des participants. La première participante déclare ne regarder que des films en français, expliquant que cette préférence est motivée par le fait que le français constitue sa langue de spécialité. Elle affirme également ne pas s'intéresser aux films en anglais, ce qui traduit une attitude de distance voire d'indifférence envers cette langue dans le cadre de la consommation audiovisuelle.

La deuxième participante, quant à elle, se montre plus ouverte et éclectique dans ses choix. Elle visionne des films en plusieurs langues (français, anglais, espagnol), bien qu'elle préfère le français. Le recours aux sous-titres est mentionné comme un soutien essentiel à la compréhension. Son attitude révèle une conscience linguistique plus élargie, probablement nourrie par son parcours universitaire en anglais et son apprentissage actuel du français.

Enfin, le troisième participant affirme regarder parfois des films en anglais, justifiant le désir d'enrichir son vocabulaire. Il associe donc le visionnage de films en anglais à une forme d'apprentissage informel, ce qui témoigne d'une attitude instrumentale vis-à-vis de la langue anglaise.

#### **Appréciation de la transition : bénéfique ou problématique ?**

La première enquêtée, étudiante en master de sciences du langage, reste prudente dans son jugement. Elle hésite à qualifier cette transition de bénéfique. Selon elle, « préfère les films en français ». Elle met en évidence un attachement au français, langue historiquement dominante dans l'audiovisuel algérien, ainsi qu'un doute sur l'accessibilité de l'anglais à l'ensemble des téléspectateurs.

La deuxième participante, malgré sa formation en langue anglaise, souligne également cette ambivalence. Elle estime que le changement est bénéfique pour les jeunes, plus exposés à l'anglais à travers les technologies et les réseaux sociaux, mais potentiellement problématique pour les populations plus âgées ou non anglophones.

Le troisième participant affirme que ce changement est globalement bénéfique, tout en reconnaissant les obstacles pour ceux qui ne maîtrisent pas l'anglais. Il insiste sur l'avantage que représente cette transition pour les apprenants de l'anglais, y voyant une opportunité d'amélioration linguistique.

#### **Sentiment d'implication personnelle face à la transition**

La première participante affirme ne pas se sentir affectée par ce changement, qu'elle considère comme « très récent, très nouveau ». Cette remarque laisse entendre un certain détachement, voire une forme d'indifférence, vis-à-vis du processus en cours. Ce manque d'implication personnelle pourrait être interprété comme le reflet d'une prise de distance face à un phénomène qu'elle ne perçoit pas encore comme structurant ou durable dans ses pratiques de consommation médiatique.

La deuxième participante adopte une position similaire : elle affirme clairement ne pas être affectée par la transition, expliquant que l'anglais est sa spécialité, et qu'elle est donc à l'aise avec ce type de contenu. Elle semble même envisager cette évolution comme une continuation naturelle de ses habitudes personnelles, notamment celles acquises à travers les plateformes numériques.

Le troisième participant indique se sentir affecté, mais positivement. Il observe une amélioration progressive de sa compréhension de l'anglais grâce à cette exposition régulière, soulignant ainsi les bénéfices cognitifs et linguistiques liés à cette nouvelle configuration médiatique.

#### **Impact de la transition sur la perception des chaînes télévisées algériennes**

La première participante déclare que ce changement a effectivement modifié sa perception. Elle explique qu'auparavant, les chaînes algériennes diffusaient majoritairement des films en français, ce qui correspondait à ses attentes et à ses habitudes. Aujourd'hui, en constatant la présence de films en anglais, elle se dit contrainte de changer de chaîne.

La deuxième participante exprime une appréciation plus nuancée : bien qu'elle ne se sente pas personnellement affectée par ce changement (en raison de sa formation en anglais), elle reconnaît que cela réoriente ses pratiques de visionnage. Elle mentionne une continuité entre ses habitudes de consommation numérique (via téléphone, séries en ligne, etc.) et les nouveaux contenus proposés à la télévision.

Le troisième participant, quant à lui, fait preuve d'une appréciation très favorable. Il affirme que cette évolution a rendu les chaînes algériennes « plus modernes et connectées au monde ». Cette réponse traduit une valorisation de l'ouverture linguistique comme indicateur de progrès et d'internationalisation.

#### **Difficultés rencontrées par les téléspectateurs face à la diffusion de films en anglais**

La première participante insiste sur le manque d'exposition préalable à la langue anglaise comme source principale de difficulté. Elle évoque notamment des obstacles liés à la

compréhension du vocabulaire, à la traduction approximative, et à la prononciation. Elle souligne également une distinction entre la familiarité avec le français (largement ancré dans l'environnement sociolinguistique algérien) et l'étrangeté que représente encore l'anglais pour une grande partie du public.

La deuxième participante, bien que formée en anglais, reconnaît que les personnes âgées ou peu scolarisées rencontrent de réelles difficultés de compréhension. Elle évoque une fracture générationnelle dans la réception des films anglophones, les jeunes étant généralement plus exposés à l'anglais à travers les plateformes numériques, les réseaux sociaux et l'enseignement universitaire.

Le troisième participant, quant à lui, adopte une posture plus optimiste. Il reconnaît que la compréhension de l'anglais représente un obstacle initial, mais affirme avoir constaté une amélioration progressive de sa propre compétence linguistique grâce à l'exposition répétée aux films en anglais. Son expérience met en lumière le rôle possible des médias comme outils d'apprentissage incident.

#### **2.1. Synthèse de l'analyse des entretiens :**

Les entretiens semi-directifs réalisés auprès de trois participants issus de profils universitaires variés ont permis d'approfondir la compréhension des représentations et attitudes des téléspectateurs algériens face à la diffusion croissante de films en anglais. Bien que l'échantillon soit restreint, il offre un éclairage qualitatif pertinent sur les perceptions individuelles.

Dans l'ensemble, les participants se distinguent par des pratiques de visionnage diversifiées : certains privilégient le français, d'autres alternent entre plusieurs langues, y compris l'anglais. Le recours aux sous-titres est fréquent et facilite la compréhension du contenu anglophone.

La perception du passage du français à l'anglais est globalement nuancée. Deux participants reconnaissent l'intérêt de cette transition dans un contexte de mondialisation, notamment pour les jeunes publics. Toutefois, tous sont d'accord sur le fait que cette évolution peut constituer un obstacle pour les personnes moins familiarisées avec l'anglais, notamment les générations plus âgées.

En termes d'implication personnelle, les réponses varient. Une participante se dit indifférente au changement, le jugeant encore marginal, tandis qu'un autre affirme que cette

exposition régulière à l'anglais a contribué à améliorer sa compréhension de la langue, illustrant une attitude d'ouverture et d'apprentissage.

L'impact sur la perception des chaînes télévisées est également contrasté : certains y voient un signe de modernisation, d'autres expriment un désintérêt croissant envers les chaînes nationales lorsqu'elles ne proposent plus de contenus francophones.

Enfin, les difficultés rencontrées concernent principalement la compréhension du vocabulaire, la prononciation et la vitesse de la parole. Ces difficultés montrent que, malgré la valorisation de l'anglais, une partie des téléspectateurs continue de le percevoir comme une langue peu accessible.

# **CONCLUSION**

## CONCLUSION

---

---

Le présent mémoire s'est proposé d'étudier les représentations et les attitudes des téléspectateurs algériens face à la diffusion croissante de films en langue anglaise sur les chaînes de télévision nationales. Dans un contexte sociolinguistique algérien marqué par le plurilinguisme, où l'arabe, le berbère et le français coexistent depuis des décennies, l'émergence de l'anglais dans le champ médiatique constitue un phénomène à la fois récent et significatif, méritant une analyse approfondie.

Le cadrage théorique a permis de situer notre objet de recherche au croisement de plusieurs disciplines, notamment la sociolinguistique, l'analyse des représentations sociales et l'étude des médias. Il a mis en évidence la complexité du paysage linguistique algérien, ainsi que le rôle crucial de la télévision dans la diffusion des normes et des pratiques linguistiques.

De ce fait, nous avons essayé de répondre à notre problématique qui consiste à connaître les représentations et les attitudes des téléspectateurs algériens vis-à-vis de l'intégration de l'anglais dans les chaînes télévisées algériennes, et plus particulièrement concernant la diffusion des films en anglais

La méthodologie adoptée – combinant enquête quantitative et entretiens qualitatifs – a permis de recueillir des données variées, reflétant la diversité des profils, des pratiques de consommation télévisuelle et des positions idéologiques face à l'anglais.

L'analyse des résultats a révélé une pluralité de perceptions :

si certains perçoivent l'anglais comme une langue d'avenir, vecteur de modernité et de développement personnel, d'autres expriment des réticences, en particulier face à une transition perçue comme trop rapide ou excluante pour certains publics, notamment les personnes âgées ou peu scolarisées.

Il apparaît que les jeunes générations, exposées à l'anglais via les réseaux sociaux, les plateformes numériques et le système éducatif, s'adaptent plus facilement à cette nouvelle pratique linguistique.

Le français, longtemps dominant dans les médias audiovisuels, demeure néanmoins une langue de référence culturelle pour une partie importante de la population. Quant à l'arabe (classique et dialectal), il conserve sa centralité identitaire dans les programmes télévisés.

## CONCLUSION

---

---

Ainsi, la diffusion de films en anglais ne se résume pas à un simple choix de programmation : il s'inscrit dans une dynamique plus large de transformation sociolinguistique, où se redéfinissent les rapports entre langues, identités et usages médiatiques. Cette évolution soulève des enjeux majeurs pour la politique linguistique et culturelle de l'Algérie, appelant à un équilibre entre ouverture internationale et inclusion sociétale.

Enfin, bien que cette recherche reste exploratoire, elle ouvre la voie à d'autres investigations sur l'impact de l'anglicisation des médias en Algérie, notamment dans les domaines de l'éducation, de la jeunesse et de la production audiovisuelle locale.

# **Références bibliographiques**

### Ouvrages et articles :

- Abric, J.C. (1989). *L'étude expérimentale des représentations sociales*. Dans : Jodelet, D. (Ed.), *Les représentations sociales*. Paris : PUF, collection Sociologie d'aujourd'hui, pp. 187-203.
- Allport, G. W. (1935). Attitudes. In *A Handbook of Social Psychology*. Worcester : Clark University Press.
- Benrabah, M. (2013) *Competition between four "world" languages in Algeria*, Journal of World Languages.
- Boukoussa, A. (1995). *Société, langues et culture au Maroc : enjeux symboliques*.
- Calvet, L. J. (1993). *La sociolinguistique*. Paris : PUF, collection Que sais-je ?
- Doise, W. (1985). *Les représentations sociales : définition d'un concept*, Connexions, 45.
- Fenneteau, H. (2015). *Enquête, entretien et questionnaire*. Paris : Dunod.
- Gajo, L. & Mondada, L. (2000). *Interactions et acquisitions en contexte*. Fribourg : Éditions universitaires Fribourg Suisse.
- Grandguillaume, G. (1983). *Arabisation et politique linguistique au Maghreb*. Paris : Maisonneuve et Larose.
- Grandguillaume, G. (2004). *La francophonie en Algérie*. Paris : École des hautes études en sciences sociales.
- Herzlich, C. (1972). In Moliner, P., Rateau, P. & Cohen-Scali, V. (2002). *Les représentations sociales : pratiques des études de terrain*. Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Jodelet, D. (1994). *Les représentations sociales*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Labov, W. (1976). *Sociolinguistique*. Paris : Minuit.
- Leclerc, J. (2007, 24 février). *Algérie dans l'aménagement linguistique dans le monde*. Québec : TLFQ, Université Laval.
- Moirand, S. (1982). *Enseigner à communiquer en langue étrangère*. Paris : Hatier.
- Morange, M., et al, (2016). *Les outils qualitatifs en géographie : Méthodes et applications* (1<sup>ère</sup> éd.). Armand Colin.
- Charaudeau, P. (1997). *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*. Paris, Nathan.

## Références bibliographiques

---

---

- Taleb Ibrahim, K. (1997). *Les Algériens et leur(s) langue(s) : éléments pour une approche sociolinguistique de la société algérienne*. Alger : El Hikma.

### Dictionnaires :

- Akoun, A. & Ansart, P. (dir.) (1999). *Dictionnaire de sociologie*. Paris : Éditions Le Robert.
- Charaudeau, P. & Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Seuil.
- Dubois, J. et al. (1994). *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*. Paris : Larousse.

### Mémoires et thèses :

- Benbelaid, L. (2015). *Les parlers jeunes de la ville de Béjaïa entre identités et représentations. La localisation des pratiques langagières dites culturelles des jeunes*. Thèse de doctorat en sciences du langage. Université de Béjaïa.
- Chachou, I. (2011). *Aspect des contacts des langues en contexte publicitaire algérien : analyse et enquête sociolinguistique*. Thèse de doctorat en sciences du langage. Université de Mostaganem. Disponible sur : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00650009/document>, consulté le : 29 janvier 2025.

### Sitographie

- Constitution de la République algérienne démocratique et populaire (2016, mars). Chapitre 1. Article 3. Disponible sur : <https://www.joradp.dz/trv/fcons.pdf>, consulté le : 16 janvier 2025.
- Boukhefif. (2016) *L'anglais est la première langue des Algériens*. disponible sur : <https://www.echoroukonline.com/langlais-est-la-premiere-langue-des-algeriens> consulté le 03 février 2025.

# **Annexes**

Annexe 1

**Questionnaire adressé aux téléspectateurs algériens**

Ce questionnaire vise à comprendre vos perceptions et attitudes face au remplacement des films en français par des films en anglais sur les chaînes télévisées algériennes. Nous vous prions de bien vouloir répondre au questionnaire sachant que vos réponses resteront anonymes.

**1. Sexe :**

Homme                       Femme

**2. Âge :**

18-25 ans                       26-35 ans                       36-45 ans                       Plus de 45 ans

**3. Niveau d'études :**.....

**4. Combien de temps passez-vous à regarder la télévision par jour ?**

Moins d'une heure                       1-2 heures                       3-4 heures                       Plus de 4 heures

**5. Quelles chaînes algériennes regardez-vous le plus souvent ?**

Ennahar TV                       Canal Algérie                       Echourouk TV                       El fadjr TV

Autres (précisez) : .....

**6. Préférez-vous regarder des films :**

En français (sous-titrés)

En arabe

En anglais (sous-titrés)

Pourquoi ?

.....  
.....

**7. Avez-vous remarqué une augmentation de la diffusion de films en anglais sur les chaînes algériennes ?**

Oui                                       Non                                       Aucune idée

**8. Comment percevez-vous le passage du français à l'anglais pour les films diffusés à la télévision ?**

Positif                                       Neutre                                       Négatif

Pourquoi ? :

.....

**9. Si vous êtes habitué aux films en français, trouvez-vous difficile de vous adapter à des films en anglais ?**

Oui, c'est difficile                       Non, ce n'est pas difficile                       Indifférent

**10. Trouvez-vous que la transition du français vers l'anglais à la télévision crée un fossé générationnel ?**

Oui     Non

Justifiez.....

.....

.....

**11. Selon vous, quel groupe de téléspectateurs est le plus touché par l'introduction des films en anglais ?**

Les jeunes (moins de 25 ans)                       Les adultes (25-45 ans)                       Les seniors (plus de 45 ans)

**12. Si vous aviez le choix, préféreriez-vous que les chaînes :**

Continuent avec la diffusion des films en anglais

Reviennent à une majorité de films en français

Maintiennent un équilibre entre les deux

**13. Avez-vous déjà eu l'occasion de regarder un film en version originale en anglais et en version doublée, en français ?**

Oui     Non

Laquelle des deux avez vous apprécié le plus ? et pourquoi ?

.....

.....

**14. A part les films, connaissez-vous d'autres programmes télévisés diffusés en anglais ?**

Oui     Non     Aucune idée

Si vous répondez par oui, citez quelques exemples.....

.....

Annexe 2

Guide d'entretien

Entretien n° :

Date de l'entretien:

Durée de l'entretien :

Locuteurs : nous et les téléspectateurs

**Présentation :** Cet entretien vise à explorer vos perceptions face à la transition des films en français vers des films en anglais à la télévision algérienne.

**Les questions :**

1. Présentez-vous brièvement (âge, niveau d'étude, profession,...etc)
2. Regardez-vous souvent des films diffusés en langue française ou anglaise? pourquoi ?
3. Comment percevez-vous le passage des films en français aux films en anglais sur les chaînes télévisées algériennes ?
4. Ce changement vous semble-t-il bénéfique ou problématique ? Pourquoi ?
5. Vous sentez-vous personnellement affecté par cette transition ? Si oui, comment ?
6. Cette évolution a-t-elle changé votre manière de percevoir les chaînes télévisées algériennes ?
7. Quelles sont, selon vous, les principales difficultés rencontrées par les téléspectateurs face à la diffusion de films en anglais ? Comment cela se reflète-t-il dans votre propre expérience ?

**La transcription des entretiens**

**Entretien n° 1 :**

Date de l'entretien: 17/04/2025

Durée de l'entretien : 03min 52sec.

**Q1 :** Présentez-vous brièvement (âge, niveau d'étude, profession,...etc)

**R :** Alors je me présente j'ai 23 ans, je suis étudiante en master 2 sciences du langage.

**Q2 :** Regardez-vous souvent des films diffusés en langue française ou anglaise? pourquoi ?

**R :** Je regarde juste les films en français, je ne m'intéresse pas aux films en anglais parce que le français est ma langue de spécialité.

**Q3 :** Comment percevez-vous le passage des films en français aux films en anglais sur les chaînes télévisées algériennes ?

**R :** eh, ce passage des films en français aux films en anglais je le percevais, je sais pas comment, je le trouve normal ce n'est pas quelque chose de bien ou qui m'intéresse.

**Q4 :** Ce changement vous semble-t-il bénéfique ou problématique ? Pourquoi ?

**R :** Je ne sais pas s'il est bénéfique mais je sais que le peuple algérien préfère les films en français Parce que tout le monde connaît la langue française, au contraire de la langue anglaise.

**Q5 :** Vous sentez-vous personnellement affecté par cette transition ? Si oui, comment ?

**R :** non, je ne suis pas affecté par ce changement, je le trouve très récent, très nouveau donc...  
Donc non.

**Q6 :** Cette évolution a-t-elle changé votre manière de percevoir les chaînes télévisées algériennes ?

**R :** oui, ça change parce qu'avant, il y avait juste des films en français, je trouve tout le temps des films en français, maintenant par exemple je veux regarder un film en français mais malheureusement je trouve des films en anglais et alors je change la chaîne tout simplement.

**Q7 :** Quelles sont, selon vous, les principales difficultés rencontrées par les téléspectateurs face à la diffusion de films en anglais ? Comment cela se reflète-t-il dans votre propre expérience ?

**R :** Alors, concernant les difficultés, oui, j'avoue qu'il y a beaucoup des difficultés parce que on n'a pas encore habitué de regarder des films on anglais, parmi ces difficultés je cite le vocabulaire, l'incompréhension de vocabulaire, la traduction et aussi la prononciation, même si je sais comment lire le mot je ne le prononce pas correctement, parce que tout simplement je suis algérien j'ai l'habitude de parler en français, l'accent Française, parce que on a pas cette culture avant.

**Entretien n°2 :**

Date de l'entretien : 17/04/2024

Durée de l'entretien : 02min 15sec

**Q1 :** Présentez-vous brièvement (âge, niveau d'étude, profession,...etc)

**R :** Je m'appelle Ahmed, j'ai 34 ans, je suis diplômée en Master 2 langue espagnole et je travaille dans une boutique.

**Q2 :** Regardez-vous souvent des films diffusés en langue française ou anglaise? pourquoi ?

**R :** Oui, je regarde des fois des films en anglais. Cela m'aide à améliorer mon vocabulaire en anglais.

**Q3 :** Comment percevez-vous le passage des films en français aux films en anglais sur les chaînes télévisées algériennes ?

**R :** Je trouve que c'est une bonne chose. Cela montre que l'Algérie commence à s'ouvrir à l'anglais, surtout pour les jeunes de cette génération.

**Q4 :** Ce changement vous semble-t-il bénéfique ou problématique ? Pourquoi ?

**R :** C'est bénéfique pour les gens qui maîtrisent l'anglais et problématique pour ce qui ne parlent pas cette langue.

**Q5 :** Vous sentez-vous personnellement affecté par cette transition ? Si oui, comment ?

**R :** Oui, dans le bon sens. J'ai remarqué que j'ai habitué à l'anglais, et j'ai même commencé à comprendre certains mots sans lire les sous-titres.

**Q6 :** Cette évolution a-t-elle changé votre manière de percevoir les chaînes télévisées algériennes ?

**R :** Oui, légèrement. Je commence à les voir comme plus modernes et connectées au monde.

**Q7 :** Quelles sont, selon vous, les principales difficultés rencontrées par les téléspectateurs face à la diffusion de films en anglais ? Comment cela se reflète-t-il dans votre propre expérience ?

**R :** Comprendre l'anglais, c'est le plus gros problème. Beaucoup de personnes ne savent pas bien parler anglais. Au début, j'avais du mal, mais en écoutant souvent, j'ai commencé à apprendre.

Entretien n° 3:

Date de l'entretien: 17/04/2025

Durée de l'entretien : 03min 28sec.

**Q1** : Présentez-vous brièvement (âge, niveau d'étude, profession,...etc)

**R** : Je me présente, je suis une étudiante. Une licenciée plus tôt en langue anglaise et actuellement j'étudie à CEIL la langue française.

**Q2** : Regardez-vous souvent des films diffusés en langue française ou anglaise? pourquoi ?

**R** : Je regarde presque tous les films soit en anglais soit en français soit en espagnol mais avec les sous titres bien sûr, mais je préfère les films en français plus que les films en anglais parce que je comprends mieux la langue française.

**Q3** : Comment percevez-vous le passage des films en français aux films en anglais sur les chaînes télévisées algériennes ?

**R** : je trouve ça c'est normal, c'est un pas vers la modernité, parce qu'aujourd'hui l'anglaise est partout. C'est normal que la télévision algérienne s'adapte.

**Q4** : Ce changement vous semble-t-il bénéfique ou problématique ? Pourquoi ?

**R** : C'est problématique, plutôt bénéfique pour les jeunes et problématique pour ce que ne connaissent pas la langue surtout les seniors.

**Q5** : Vous sentez-vous personnellement affecté par cette transition ? Si oui, comment ?

**R** : Non pas du tout, parce que c'est ma spécialité donc non pas du tout.

**Q6** : Cette évolution a-t-elle changé votre manière de percevoir les chaînes télévisées algériennes ?

**R** : Peut-être, parce que j'étais branché dans mon téléphone pour voir des séries et des films en anglais maintenant je peux les voir à la télé algérienne.

**Q7** : Quelles sont, selon vous, les principales difficultés rencontrées par les téléspectateurs face à la diffusion de films en anglais ? Comment cela se reflète-t-il dans votre propre expérience ?

**R** : Je pense que le principal problème surtout pour les plus âgés qui ne connaissent pas la langue anglaise c'est la compréhension, et dans mon cas du mal dans cette langue, je la compris très bien... Alors c'est ça.

---

---

## Résumé

Ce mémoire analyse les représentations et attitudes des téléspectateurs algériens face à la diffusion des films en anglais à la télévision, dans un contexte où le français reste la langue étrangère dominante. L'enquête montre que le français est encore largement préféré, notamment chez les plus âgés, tandis que l'anglais attire davantage les jeunes générations. Ce travail met en lumière les enjeux linguistiques et culturels liés à cette transition

## Mots clés :

Télévision algérienne – Représentations linguistiques – Attitudes linguistiques - sociolinguistique – Langue française – Langue anglaise – Médias – Films – Téléspectateurs.

## Abstract

This research explores Algerian viewers' attitudes toward the broadcast of English-language films on national TV, in a context where French remains the dominant foreign language. Findings reveal that French is still strongly preferred, especially among older generations, while English appeals more to younger viewers. The study highlights the cultural and linguistic challenges of this shift.

## Keywords :

Algerian television –Language representations –Language attitudes – Sociolinguistic - French language – English language – Media – Films – Viewers.

## الملخص

تُحلل هذه الأطروحة التصورات والمواقف لدى المشاهدين الجزائريين تجاه بث الأفلام باللغة الإنجليزية على التلفزيون، في سياق يبقى فيه الفرنسي هو اللغة الأجنبية السائدة. تُظهر الدراسة أن اللغة الفرنسية لا تزال مفضلة إلى حد كبير، خاصة لدى كبار السن، بينما يجذب الإنجليزية الأجيال الشابة بشكل أكبر. يُسلط هذا العمل الضوء على القضايا اللغوية والثقافية المرتبطة بهذه الانتقال.

## الكلمات المفتاحية

–الإعلام –اللغة الإنجليزية –اللغة الفرنسية –السوسيولغوية –المواقف اللغوية –التمثيلات اللغوية –التلفزيون الجزائري المشاهدون –الأفلام