

Le français dans les interactions téléphoniques à visée commerciale French in commercial telephone interactions

اللغة الفرنسية في التفاعلات الهاتفية ذات هدف تجاري

LOUADFEL Esma Akila¹
anastasia_asma@yahoo.fr

BENDIEB ABERKANE Mehdi²
aberkane21@yahoo.fr

Received: 29/09/2025

published: 15/03/2026

تاريخ النشر: 2026/03/15

تاريخ الاستلام: 2025/09/29

Résumé de l'article :

Notre contribution s'appuie sur une analyse qualitative et quantitative d'un corpus d'interactions verbales téléphoniques recueilli dans le cadre d'activités commerciales. Cette collecte a été menée au sein de deux services différents appartenant à deux entreprises pharmaceutiques, localisées à Constantine en Algérie.

L'objectif principal de cette recherche est de décrire la réalité linguistique propre aux locuteurs algériens en milieu professionnel. Dans ce domaine, le français s'impose par son technolacte spécifique aux secteurs médical, pharmaceutique et commercial. Toutefois, notre analyse met en lumière son alternance particulièrement récurrente avec l'arabe algérien. Nous démontrons que cette alternance des codes constitue une stratégie communicative employée par des interlocuteurs pour assurer une interaction efficace et optimiser les chances de concrétisation du contrat de vente à distance.

Mots clés : Langue française ; Interactions téléphoniques ; Technolacte ; Interactions commerciales ; Alternance codique ; Arabe algérien.

Abstract:

This study is based on a qualitative and quantitative analysis of a corpus of verbal telephone interactions collected in the context of business activities, where calls were recorded in two different departments belonging to two pharmaceutical companies located in Constantine, Algeria.

The main objective of this research is to describe the specific linguistic reality of Algerian speakers in a professional setting. In this field, French stands out due to its specific technolact related to the medical, pharmaceutical, and commercial sectors. However, our analysis highlights its particularly recurrent alternation with Algerian Arabic. We demonstrate that this code-switching constitutes a communicative strategy used by interlocutors to ensure effective interaction and optimize the chances of finalizing a remote sales contract.

Keywords: French language ; Telephone interactions ; Technolact ; Business interactions ; Code switching ; Algerian arabic.

ملخص

تستند مساهمتنا إلى تحليل نوعي وكمي لمجموعة من التفاعلات اللفظية الهاتفية التي تم جمعها في إطار الأنشطة التجارية حيث تم تسجيل مكالمات في قسمين مختلفين ينتميان إلى شركتين صيدلانتين، تقعان في مدينة قسنطينة بالجزائر.

الهدف الرئيسي من هذا البحث هو وصف الواقع اللغوي الخاص بالمتحدثين الجزائريين في البيئة المهنية. في هذا المجال، تفرض اللغة الفرنسية نفسها من خلال المصطلحات التقنية الخاصة بقطاعات الطب والصيدلة والتجارة. ومع ذلك، يسلط تحليلنا الضوء على تناوبها المتكرر بشكل خاص مع اللغة العربية. يشكل هذا التناوب بين اللغات استراتيجية تواصلية يستخدمها المتحدثون لضمان تفاعل فعال وتحسين فرص إبرام عقد البيع عن بعد.

الكلمات المفتاحية : لغة فرنسية ؛ تفاعلات هاتفية ؛ مصطلح تقني ؛ تفاعلات تجارية ؛ تبديل لغوي ؛ لغة عربية جزائرية.

1) Département de lettres et langue française, Université Constantine 1, Algérie.

2) Département de lettres et langue française, Université Constantine 1, Algérie.

Introduction

Dans le contexte professionnel algérien, les interactions téléphoniques commerciales constituent un terrain d'observation privilégié pour comprendre les pratiques linguistiques réelles des locuteurs. Le secteur pharmaceutique, en particulier, présente des caractéristiques linguistiques spécifiques liées à l'usage d'une terminologie technique spécialisée et aux exigences de la communication commerciale.

L'Algérie, société plurilingue par excellence, voit coexister l'arabe algérien comme langue de communication quotidienne et le français comme langue de formation et de travail dans de nombreux domaines techniques. Cette coexistence se manifeste de manière particulièrement visible dans les interactions professionnelles où les locuteurs naviguent entre ces deux codes linguistiques selon leurs besoins communicatifs immédiats. Dans le domaine pharmaceutique et parapharmaceutique, cette réalité linguistique prend une dimension particulière. Les professionnels doivent maîtriser un vocabulaire technique largement francophone tout en maintenant une communication naturelle avec leur clientèle. Cette situation génère des pratiques d'alternance codique qui méritent d'être analysées pour comprendre les stratégies communicatives mises en œuvre.

La présente étude propose d'examiner ces phénomènes à travers l'analyse d'un corpus authentique d'échanges téléphoniques commerciaux collectés dans deux entreprises de distribution pharmaceutique à Constantine. L'objectif est d'identifier et de caractériser les modalités d'insertion du français dans ces interactions, en déterminant les contextes d'usage, les catégories linguistiques concernées et les fonctions communicatives de cette alternance codique.

Cette recherche s'appuie sur une démarche descriptive combinant analyse quantitative et qualitative pour rendre compte de la réalité linguistique de ces échanges professionnels. Elle vise à répondre aux questions suivantes : dans quelles situations le français s'impose-t-il dans ces interactions ? Quels éléments linguistiques sont systématiquement exprimés en français ? Comment cette alternance codique facilite-t-elle la communication commerciale et technique ?

L'analyse de ce corpus permettra de mettre en évidence les stratégies linguistiques développées par les locuteurs algériens pour concilier efficacité communicative, maîtrise technique et proximité relationnelle dans un contexte professionnel spécialisé.

1. Méthodes et Matériels :

Pour répondre à nos questions de recherche concernant l'usage des langues dans les interactions commerciales téléphoniques, nous avons constitué un corpus d'échanges authentiques dans le secteur pharmaceutique. Cette démarche empirique permet d'observer les pratiques linguistiques réelles des professionnels dans leur environnement de travail quotidien.

Notre corpus se compose de plus de cinq heures d'enregistrements vocaux de communications téléphoniques collectées dans deux entreprises de distribution de produits pharmaceutiques, parapharmaceutiques et cosmétiques situées à Constantine. Ces enregistrements documentent des échanges d'achat-vente entre téléopératrices (agents commerciaux des entreprises) et leur clientèle professionnelle : vendeurs et vendeuses d'officines, gérants, pharmaciens et pharmaciennes.

Le choix de ce terrain d'enquête se justifie par la spécificité linguistique du secteur pharmaceutique, où coexistent impératifs techniques et exigences relationnelles. Les interactions analysées reflètent des situations de communication professionnelle authentiques, sans artifice expérimental.

L'ensemble des enregistrements a fait l'objet d'une transcription intégrale, suivie d'une traduction des tours de parole analysés. Dans notre système de transcription, chaque communication constitue une séquence (S) composée de plusieurs tours de parole (T). Les téléopératrices sont désignées par la lettre "O" et les clients par la lettre "C".

Cette organisation systématique des données facilite l'analyse quantitative des phénomènes observés tout en préservant la dynamique interactionnelle des échanges.

2. Résultats et Discussion :

À première vue, le corpus des interactions téléphoniques à visée commerciale renferme principalement deux langues : le français et l'arabe algérien. Seules ou alternées, ces deux langues sont couramment utilisées par les locuteurs algériens. De plus, l'analyse nous a révélé l'occurrence de l'arabe standard ainsi que très peu d'anglais. De ce fait, nous avons jugé pertinent d'établir une étude descriptive à propos de l'insertion de chaque langue au sein de l'autre en plus d'une analyse statistique pour rendre compte des fréquences de chaque langue.

Suite à l'analyse de l'intégralité du corpus ; sur près de 8 000 tours de parole ; 2 154 sont en arabe algérien exclusif, soit un taux de 27 %, ceux en français exclusif représentent 18,70 % avec 1 483 tours, l'alternance codique est de 51,51 % donc, plus de la moitié du corpus reflète un usage mixte du français et l'arabe algérien dans un même tour de parole. Ce phénomène dit « code switching » est couramment utilisé par les locuteurs et mérite ainsi une étude plus approfondie sur « quand et pourquoi » les sujets parlants alternent ces deux codes.

Il est clair que parmi les langues utilisées seules ; l'arabe algérien constitue la langue de spontanéité et donc la plus utilisée par les locuteurs algériens or Khaoula Taleb Ibrahim cite dans son ouvrage intitulé : « L'Algérie : coexistence et concurrence des langues » à propos de la sphère arabophone des langues en Algérie qu' : « Elle est la plus étendue par le nombre de locuteurs mais aussi par l'espace qu'elle occupe. En Algérie, mais aussi dans le monde arabe, elle aurait tendance à se structurer dans un continuum de registres (variétés langagières) qui s'échelonnent du registre le plus normé au moins normé...le registre dont l'acquisition et l'usage sont les plus spontanés, ce que l'on nomme communément les dialectes ou parlers qui se distribuent dans tous les pays » (Khaoula TALEB IBRAHIMI, 2007, p.41).

L'usage du français exclusif est également notable dans le domaine du commerce pharmaceutique car nous retrouvons assez souvent un tour de parole ne comportant que le nom d'un médicament, une forme, un dosage, ou encore le nom d'un laboratoire en français. Il s'agit principalement d'une langue de métier ou un technolècte spécifique : « le technolècte, lié à une activité professionnelle (le cinéma, le dessin, la pharmacie, l'informatique etc.) construit un vocabulaire qui répond aux besoins de l'activité » (Claudine BAVOUX, 1997, p.282).

L'anglais est presque absent et n'est remarqué que rarement dans les salutations de clôture ou dans la prononciation de certains noms commerciaux des produits parapharmaceutiques, cosmétiques ou pharmaceutiques. L'arabe standard exclusif revient principalement dans les salutations d'ouverture ou de clôture.

Lorsque le français (langue étrangère) s'insère dans un énoncé en arabe algérien, il intervient sous forme de mots ou d'expressions de différentes longueurs. Ce transfert d'éléments de français dans un énoncé en langue de base aboutit à un segment mixte. Ainsi, nous distinguons l'usage fréquent de cette langue dans diverses situations :

2.1 Les termes d'adresse neutres « madame / monsieur » :

Dans notre corpus, les télévendeuses recourent au français pour les termes d'adresse neutres qui marquent la distance et témoignent d'une forme de respect d'autrui. Les termes « madame / monsieur » sont couramment utilisés à défaut de l'existence d'un mot équivalent dans le répertoire d'arabe algérien. Les termes d'adresse du genre « *sajida* / *sajidati* » pour le féminin et « *sajed* / *sayjidi* » pour le masculin sont issus de l'arabe standard et ne sont point utilisés par les locuteurs algériens.

Au 5^{ème} tour de parole de la 4^{ème} séquence, la télévendeuse insère le mot « madame » en français dans un syntagme à dominante arabe.

T/	Inter	Énoncés + traduction
05	O :	<i>ṣabaḥ elḫir a // madame maʕlikʕ labess Trad: bonjour madame ça va vous allez bien ?</i>

Dans certains cas, ces termes « Madame et monsieur » sont suivis du nom de famille ou du prénom du client. Ainsi, le terme « madame » est observé 237 fois au sein de 121 séquences et « monsieur » avec une incidence dans 196 tours de parole.

2.2 Les adverbes de négation, de confirmation et les termes d'accord :

Les interactants utilisent fréquemment les adverbes « oui » et « non » en français bien que leurs équivalents existent en arabe algérien et standard. Nous avons relevé l'incidence du terme de négation « non » 135 fois suivi dans la plupart des cas par un verbe à la forme négative en arabe algérien.

Observons le tour de parole n°51 pour la séquence 29 : « Non *makenʕ* » **Trad :** « non il n'est pas disponible ». Dans la même séquence, plus tôt, au 23^{ème} tour de parole il s'agit d'un choix : « *Nḫelilek wela non ʔ* » **Trad :** *je vous en laisse ou non ?* ».

L'approbation avec un « oui » est retrouvée pour affirmer et ou renforcer une réponse. Elle est recensée 150 fois et est souvent enchaînée à un verbe à la forme affirmative en arabe algérien. Remarquons ceci dans la séquence 75 au 75^{ème} tour de parole : « Oui *kajen* » **Trad :** *oui disponible* ».

Nous avons recensé le terme « d'accord » 187 fois ; Il est précédé ou suivi d'un « ok » ou d'un « oui » (dans 18 cas) dans le but d'appuyer la confirmation, de réitérer visant la certification.

Exemple : dans la 1^{ère} séquence, au 118^{ème} tour de parole : « D'accord *maken ḥata muʕkil* = d'accord *il n'y a aucun problème* ». Dans cette situation, il s'intègre dans une structure linguistique à dominante arabe algérien pour rassurer le client et le mettre en confiance concernant ses requêtes.

2.3 Les salutations d'ouverture et de clôture :

Nous avons recensé quelques cas où les salutations d'ouvertures sont émises en français comme pour la 49^{ème} séquence :

T/	Inter	Énoncés
1	O :	<i>ha Wided euh oui rebonjour Trad : alors Wided euh oui rebonjour</i>
2	C :	<i>Euh rebonjour oui ʕa Seretide® cinq cent Trad : Euh rebonjour oui à propos du Seretide® cinq cent...</i>

Les salutations d'ouverture se font à travers l'expression « bonjour » en français précédée du suffixe « re » pour exprimer la reprise et ce n'est que la preuve d'une reprise d'appel. Ce type de salutation est dénombré neuf fois dans le 1^{er} corpus (médicaments).

Les salutations finales en langue française sont rarement retrouvées dans l'ensemble du corpus (dix fois seulement). Elles se font par le biais de l'expression « au revoir » comme pour :

Séquence 05/T91/O : Allez au revoir *ṣaḥa* bye bye **Trad :** allez au revoir *merci* au revoir

L'expression « au revoir » dans cet exemple n'est pas émise seule, c'est le cas dans tous les autres tours de parole (à une seule exception). Comme elle fait partie des rituels de clôture ; cette expression de salutation est suivie par des remerciements, des vœux, d'autres salutations dans d'autres langues etc.

2.4 Les termes de spécialité :

Dans le domaine des ventes téléphoniques, le français prédomine lorsqu'il s'agit du jargon professionnel (les termes de spécialités pharmaceutiques, parapharmaceutiques et commerciales), soulignant ainsi soit le déficit de la terminologie adéquate en langue maternelle ou bien c'est les interlocuteurs qui optent pour l'usage des termes partagés dans ce commerce. Il s'agit d'un « technolècte »³, un parler spécifique à une discipline et en même temps commun aux interlocuteurs du même domaine. Dans ce cas, il est donc difficile voire impossible de substituer le français dans certains propos.

Dans la 36^{ème} séquence, au 28^{ème} tour de parole, la télévendeuse rapporte à sa collègue le discours entre sa cliente et un délégué à propos d'un appareil de mesure du taux de glycémie. Elle emploie les expressions et les termes spécifiques : « délégué – pharmacienne - lecteurs gratuits » dans un même énoncé : « *Aw délégué dgez ṣal pharmacienne taṣi galha edi galha edi ṣaḥra tedi* deux lecteurs gratuits... **Trad :** le délégué est passé chez ma pharmacienne il lui a dit de prendre dix elle aura deux lecteurs gratuits... ». Dans ce cas, la télévendeuse utilise le français général et spécifique pour s'exprimer dans le but de convaincre les clients des avantages de cet achat.

Il est à noter que les opératrices qui représentent l'entreprise sont diplômées de différentes spécialités universitaires, néanmoins, elles devaient faire une formation et un stage obligatoires avant leur recrutement dans le but d'acquérir la terminologie adéquate. Ce qui leur permet de communiquer convenablement avec les spécialistes du domaine pharmaceutique/parapharmaceutique. Elles ont appris donc :

2.4.1 Une terminologie pharmaceutique : la dénomination des médicaments, les noms de laboratoires, de fournisseurs, les catégories de médicaments, des papiers spécifiques à la pharmacie...

Séquence 38/T130/O : *a heh ah oui ṣana Zeta[®] crème Amlor[®] Levemir[®] Flexpen[®] Gripex[®] euh Gripex[®] euh Proctolon[®] suppo générique taṣ Spasfon[®] suppo Spasmol[®] Tensoprel[®] vingt cinq cinquante et Oxeol[®] à dix*

Dans cette intervention, l'opératrice propose au client une liste d'arrivage citant des noms de médicaments, des formes de ces produits (crème, suppositoire), le mot générique par opposition au médicament du laboratoire français, elle emploie donc un jargon spécifique au domaine de la pharmacie.

2.4.2 Une terminologie médicale : le corpus inclut aussi des termes spécifiques au domaine médical comme dans l'exemple suivant :

Séquence 52/T148/O : « *Euh Gylaxa[®] Gylaxa[®] waqila waqila waqila euh un produit contre la constipation*
Trad : *Euh Gylaxa[®] Gylaxa[®] je pense je pense je pense euh un produit contre la constipation* ».

Dans ce passage la télévendeuse informe le pharmacien sur les indications thérapeutiques du médicament citant ainsi le terme « constipation » symptôme du dysfonctionnement du tube digestif.

2.4.3 Une terminologie commerciale : telle que les expressions accrocheuses « UG (unités ou appareils gratuits) et bonus » concernant l'achat de certains médicaments à faible rotation ou ceux ayant une date de péremption proche.

³ Un terme puisé dans l'ouvrage *Sociolinguistique : concepts de base* de Marie Louise Moreau : « le sens de technolècte recouvre au moins partiellement celui de langue spéciale, langue de métier et même jargon de métier...lié à une activité professionnelle (le cinéma, le dessin, la pharmacie, l'informatique etc.) construit un vocabulaire qui répond au besoin de l'activité...en donnant des acceptions spéciales à des mots de langues communes ». (1997 : p282).

Une stratégie commerciale conçue pour encourager le client à augmenter ses achats. Nous avons relevé également les locutions : la facture, le bon de réclamation, le bon de versement...

Séquence 37/T44/O : « ... Psycholanz® date *djida* avec bonus de soixante pour cent

Trad : « ... Psycholanz® *nouvelle* date avec bonus de soixante pour cent ».

Dans ce cas, la télévendeuse notifie le client à propos d'un taux d'unités gratuites récemment proposé pour un médicament avec une date de péremption lointaine : pour dix boîtes achetées, six boîtes sont offertes ou trois boîtes gratuites pour cinq boîtes achetées.

Séquence 36/T11/O : « *Tedi* cinq bandelettes avec un lecteur gratuit

Trad : « *tu prends* cinq bandelettes avec un lecteur gratuit ».

Dans ce tour, l'opératrice parle de la gratuité d'un lecteur du taux de glycémie acquis lors de l'achat de cinq boîtes de bandelettes « One Call® ».

2.4.4 Une terminologie courante : le « français général » au service de l'interaction commerciale pharmaceutique et parapharmaceutique. Nous avons relevé des mots ou expressions qui sont mis au profit du domaine, tels que les termes « enfants » et « adultes ». Ces mots appartenant au français commun sont utilisés dans un sens de destination (pour les enfants / pour les adultes). Même si ces termes ont des équivalents en arabe algérien et standard « wled / kbar » ou « kibar / atfal / awlad », nous n'avons enregistré aucun cas d'usage de ces substituts en arabe.

L'insertion de la langue française spécifique au domaine pharmaceutique, parapharmaceutique, commercial et médical est automatique et leurs équivalents en langue arabe ne sont nullement recensés dans notre corpus.

2.5 Les données chiffrées :

Dans les interactions commerciales, il est très fréquent, mais pas exclusif, de rencontrer les nombres et les chiffres en langue française. Ceci est observé en ce qui concerne les quantités, les dosages, les dates de péremption, les montants de factures, les numéros de téléphone, etc.

2.5.1 -Les quantités souhaitées (demandées) :

La cliente demande au 50^{ème} tour de la 10^{ème} séquence une quantité d'un médicament cité par la télévendeuse avec l'expression « *atini* trente boîtes ». Elle utilise un verbe en arabe suivi d'un chiffre en langue française. Néanmoins, ce cas n'est pas exclusif puisqu'il existe des cas où la quantité est citée en langue arabe algérien.

2.5.2- Les dates de péremption et les taux d'unités gratuites :

Dans la 75^{ème} séquence, il s'agit pour la vendeuse d'informer le client à propos de la date de péremption ainsi que du taux d'unités gratuites proposé :

T 71/ O : « ...*besah* la date *tau* onze deux mille onze w cent pour cent de bonus **Trad :** *mais sa* date onze deux mille onze *et* cent pour cent de bonus ».

2.5.3- Les numéros et dates des factures ou de bons de livraison :

Dans la 48^{ème} séquence, la télévendeuse et la pharmacienne règlent plusieurs réclamations. Elles recourent à la langue française pour chaque numéro référant aux factures et à leurs dates respectives. Ceci explique la présence de tours de parole monolingue (en langue française exclusive).

T/	Inter	Énoncés	Traduction
204	C :	<i>hada</i> cinquante deux vingt	<i>Celui la</i> cinquante deux vingt
205	O :	Cinquante deux vingt	Cinquante deux vingt
210	C :	<i>w tanik ʕandi</i> huit huit deux mille onze <i>hadi gultha lsehbatek mefi lik</i>	<i>Et j'ai aussi</i> huit huit deux mille onze <i>cellà je l'ai dite à ta collègue pas à toi</i>
211	O :	<i>a henh</i> huit huit	<i>alors</i> huit huit
212	C :	Deux mille onze	Deux mille onze
213	O :	<i>a henh</i>	<i>A henh</i>
217	O :	<i>aʕtini</i> numéro de facture	<i>Donne moi le</i> numéro de facture
218	C :	Numéro de facture cent soixante cinq	Numéro de facture cent soixante cinq
219	O :	<i>a henh</i>	<i>a henh</i>
220	C :	Cent quatre vingt dix sept	Cent quatre vingt dix sept
221	O :	Cent quatre vingt dix sept d'accord	Cent quatre vingt dix sept d'accord
222	C :	Voilà <i>u fi taʕ wirahi el</i> trente quatre deux mille onze	Voilà <i>regarde ou es la</i> trente quatre deux mille onze

2.5.4- Les prix :

C'est dans le domaine de la parapharmacie et du cosmétique que les questions sur le prix sont récurrentes. Ceci est lié à l'absence du vignettage des produits et des articles. Les tarifs et la marge des pharmaciens changent d'un concurrent à l'autre par conséquent, les clients sont toujours préoccupés par le coût des articles comme pour la 90^{ème} séquence :

T/	Inter	Énoncés	Traduction
8	C :	France lait® <i>euh</i> France lait® <i>leouel ʔuti gedeh l</i> prix <i>teʕu dork</i> ↗	France lait® <i>euh</i> France lait® le premier mets-en quel est son prix actuel ?
9	O :	<i>euh</i> trente deux mille cinq cent	<i>euh</i> trente deux mille cinq cent

Le client accoutumé à l'achat du « France lait » demande d'abord le prix sous réserve de changement (d'augmentation) afin de prendre des précautions en termes de quantité, la télévendeuse répond avec précision donnant le prix exact en langue française.

2.5.5- Les montants :

Les clients demandent les montants de leurs bons d'achat dans le but de les acquitter principalement dans le corpus des produits cosmétiques et parapharmaceutiques. La télévendeuse s'exprime en français pour indiquer le totale à payer. Exemple : **Séquence 90/T227/O** : Le montant *idʒiwek* cinquante cinq mille.

2.5.6- Autres données chiffrées :

Les nombres, les unités de dosage des médicaments et la contenance des boîtes font partie intégrante des termes de spécialité et même si leurs substituts existent en langue arabe, la spécialité convoque le français. Examinons les exemples suivants où la télévendeuse recourt uniquement à la langue française :

Séquence 6/T31/O : Flucon® collyre *w //Eclaran®* cinq pour cent (dosage).

Séquence 56/T89/O : *hih šandi fuf šandi* la Gentamycine® Saidal la boîte de quatre *fiha* quatre ampoules w *šan mafihe*/bonus bien sûr w la Gentamycine® *šandi fiha* un autre générique Epigent® *hadik* boîte unitaire *dir fiha* dix pour cent bonus (contenance)

Dans la séquence 75, la télévendeuse confirme au 16^{ème} tour le numéro de téléphone fixe de la pharmacie puisque la propriétaire est en congé : « Euh zéro vingt-neuf soixante et un vingt-trois... ». Pour ce faire, elle emploie exclusivement la langue française.

Ainsi, pour quasiment toutes les données chiffrées, clients et télévendeuses recourent principalement à la langue française.

2.6 Les expressions idiomatiques ou figées :

C'est généralement l'expression « ça va » appelée communément « questions sur la santé » qui revient assez régulièrement au sein des séquences d'ouverture.

De plus, nous relevons également d'autres expressions telles que : « c'est bon » qui signifie « c'est fait / c'est fini », des locutions de projet : « à tout de suite / à tout à l'heure », « ce n'est pas la peine », « en train », « on ne sait jamais » « même pas »...

2.7 Les remerciements :

Des locutions de politesse émises en français sont remarquées chez les interactants et sont parfois jumelées à des remerciements en arabe algérien en général dans la phase de clôture d'une interaction. Nous notons quelques expressions : un « merci » seul ou suivi de l'adverbe de quantification « beaucoup ».

Séquence 21/T105/O : *haja šaħa* merci beaucoup *a* madame

Il est à noter que les remerciements peuvent être émis de part et d'autre des participants dans l'épisode d'ouverture ou celui de la requête comme pour le cas de la 36^{ème} séquence, le client remercie la télévendeuse pour un service rendu par l'insertion de l'expression « merci » suivie d'un équivalent en arabe algérien :

Séquence 36/T6/C : Ah merci *tš'i/i*

2.8 Les articulateurs logiques :

Les mots de liaison ou les connecteurs logiques servent à donner du sens et une certaine cohérence aux propos qu'ils soient de même fonction, de la même nature grammaticale ou de sens opposé. Les locuteurs les utilisent pour exprimer des rapports logiques tels que la cause, la conséquence, l'opposition, etc.

Même si leurs substituts existent dans les deux langues, la fréquence d'insertion de ces conjonctions en français est notoire. Ainsi, nous répertorions les rapports logiques les plus rencontrés :

2.8.1 - L'expression de l'opposition :

Pour exprimer l'opposition, le connecteur « **mais** » est incontestablement l'unique dans notre corpus avec 27 incidences dans le corpus. Néanmoins, l'usage de son équivalent « *besaħ* » en arabe algérien est aussi assez récurrent, d'ailleurs, parfois ils se suivent.

Séquence 52/T108/O : Clomycine® trois pour cent *mazelet* **mais** *todħul nhar tlata* **Trad :** Clomycine® trois pour cent n'est pas encore disponible, **mais** elle le sera le mardi

Séquence 13/T30/ Ce : *wdork fufili* les manquant (rires) *maṣandif ḥaḍḡa kbira* **mais** *besaḥ* on sait jamais
Trad : *et maintenant propose moi* les manquants (rires) *je n'ai pas grand-chose* **mais** *parcontre* on sait jamais

Dans ce tour de parole, la cliente insiste sur les produits qu'elle cherche en sachant qu'ils sont en rupture sous réserve d'un nouvel arrivage. Pour exprimer cette contradiction, elle utilise deux articulateurs d'opposition dans deux langues différentes (français et arabe algérien) et sans interruption. C'est la preuve incontestable que le choix des deux langues pour exprimer la même idée a un but d'insistance et que le passage fluide entre les deux codes sans pause n'est que la marque d'un bilinguisme issu de la maîtrise des deux codes.

Il existe toutefois une seule incidence de l'articulateur « **pourtant** » dans la 99^{ème} séquence :

Séquence 99/T35/Ce : *w même luxra l* plastique *taṣ lwaḥd walah xir tayaftu* **pourtant** *ḡalitu laseq ki ṣand matayaf hak ḡradḡ ṣal cartun tayfuh lebnaṭ* **Trad :** et même l'autre le plastique du je te jure que je l'ai jeté **pourtant** je l'ai laissé collé comme il débordait du carton les filles l'ont jeté

2.8.2 - L'expression de la cause :

Dans notre corpus, les interactants utilisent les connecteurs « puisque » et « parce que » à plus de quarante reprises dans le but de fournir des explications à propos des causes de leurs actions et/ou réactions.

Séquence 74/T11/C : *ana ḥebit nsavoniha ṣla* les Solucium[®] *bark* **puisque** Célucium[®] *baṣtuhuli* *w* c'est gentil tu as été à la hauteur, *mais hija ḥabit nsavoniha* **Trad :** moi je voulais la savonner pour les Célucium[®] c'est tout **puisque** les celucium on me les as envoyés c'est gentil tu as été à la hauteur, mais elle je voulais la savonner.

Séquence 67/T15/O : *heh* **parce que** *ani gaṣda neḃset bark* **Trad :** oui **parce que** je suis entrain d'envoyer sans arrêt.

L'articulateurs « parce que » n'est pas toujours bien prononcé, il est le plus souvent dit : « pas'que et/ou parsque ».

2.8.3 - L'expression de la conséquence :

C'est le fait de mettre en relief les effets ou les résultats d'une action. Notre étude renferme principalement les articulateurs issus de la langue française : « donc » et « alors ».

Séquence 65/T151/O : Oui *ki teddi ḡams bajet taṣ* les bandelettes *teddi* un lecteur gratuit **donc** *ki tḡzik* la prescription *tmedi* les bandlettes *b* lecteur *baṣd* **Trad :** oui quand vous prenez cinq boites de bandelettes tu auras un lecteur gratuit **donc** lorsque vous aurez la prescription vous donnez les bandelettes avec le lecteur adéquat.

La télévendeuse emploie le connecteur « donc » dans cette séquence pour exprimer la conséquence dans le but d'expliquer l'avantage d'un tel achat (un lecteur de glycémie gratuit pour l'achat de 5 boites de bandelettes). Cet articulateur est recensé une dizaine de fois dans notre corpus. Cependant, il ne faut pas le confondre avec celui qui marque la conclusion.

2.8.4 - L'expression de la conclusion :

Nous avons recensé dans notre corpus, l'emploi de l'articulateur « donc » qui annonce la fin d'une réflexion, d'une argumentation ou pour marquer la conclusion. Observons l'exemple suivant :

Séquence 80/T49/O : *eheh hadi* chère *ḡlass* **donc** c'est bon *hada maken* pour l'instant **Trad :** ah oui celle ci est chère c'est fini donc c'est bon c'est tout ce qu'il y a pour l'instant

Dans ce cas, la télévendeuse utilise, certes, l'articulateur « donc », mais loin d'exprimer une conséquence : elle interpelle la conclusion. Nous parlerons aussi du « donc » et du « alors » rencontrés principalement au début des phrases pour exprimer la relance et la récapitulation (le retour à un point jugé important ou après une coupure plus au

moins longue). C'est le cas des séquences 56 et 66. Il n'est pas insolite de rencontrer une relance au milieu du tour de parole néanmoins, elle exprime la réinsertion d'une idée déjà développée.

Séquence 56/T439/O : **Donc** *ʕandi* Alerfen® sirop w Rozemid® générique Amarel® à trois grammes l'Amoclan® un gramme comprimés Ammoximex® deux cent cinquante Suisse... (tour de parole coupé par soucis de longueur) **Trad :** **Donc** j'ai Alerfen® sirop et Rozemid® générique Amarel® à trois grammes l'Amoclan® un gramme comprimés Ammoximex® deux cent cinquante suisse ...

Séquence 66/T39/O : Ok alors Orogyl® comprimés les Accu-Chek® Active Go et Performa les band'lettes One-Call® Plus avec lecteur *euh ʕamsa bwaħed*

Dans cette séquence, la télévendeuse lisait la liste d'arrivage quotidien au client. Elle reprend la lecture après un moment de coupure introduisant l'articulateur « alors » et avec « donc » dans la 56^{ème} séquence.

2.8.5 - L'expression de l'alternative (le choix) :

L'emploi des conjonctions de coordination exprimant le choix est rare, mais notoire ; le « **ou** » dans la 31^{ème} séquence et le « **sinon** » dans la 45^{ème}.

Séquence 31/T57/Ce : *heh* trois **ou** quatre **Trad :** oui trois **ou** quatre

Séquence 45/T73/O : **Sinon** *kef majdʕik ʕawdili* l'après midi *wela* demain **Trad :** **sinon** si tu reçois quelque chose rappelle moi l'après midi ou demain

2.8.6 - L'expression du but :

Dans la plupart du temps, l'expression de l'objectif se réalise avec la préposition « **pour** » dans le corpus, comme pour l'exemple suivant :

Séquence 40/T30/O : Pour application ↗

La télévendeuse demande si le client est à la recherche de la lotion dans le but de l'appliquer sur la peau puisqu'au sein de la même marque, il existe d'autres formes d'usages.

2.8.7 - L'expression du temps :

En français, il existe beaucoup d'articulateurs et de locutions qui expriment le temps. Dans notre corpus, les expressions françaises relatives au temps ne sont pas nombreuses (exemple : 2^{ème} séquence). Par contre, le nombre d'adverbes de temps est remarquable (aujourd'hui, après midi, demain, etc.), comme pour la 45^{ème} séquence.

Séquence 02/T15/Ce : Ah oui pardon **avant que** je n'oublie le Lescol® XL *ʕandek*

Séquence 45/T73/O : **Sinon** *kef majdʕik ʕawdili* l'après midi *wela* **demain**. La télévendeuse utilise le français pour les adverbes temporels dans un syntagme à dominante arabe algérien.

Conclusion:

L'analyse des enregistrements téléphoniques oraux a révélé à travers l'étude de deux cas (domaine de la pharmacie et domaine de la parapharmacie et du cosmétique), des particularités quant au choix de la langue dans le discours professionnel entre des téléopératrices et des employé(e)s des officines (responsables, pharmacien-ne, gérant-e-). Ainsi, ils s'expriment le plus souvent par le biais de leur langue maternelle ancrée qui est l'arabe algérien, néanmoins, le mixage des langues français-arabe algérien est notable et représente 51,51% de leurs interactions verbales professionnelles.

Vu le taux important de cette incidence, l'alternance codique est un phénomène à ne pas ignorer. L'insertion du français dans des tours de parole en arabe algérien apparaît principalement dans des mots ou expressions qui n'ont pas d'équivalents en arabe maternel tel que les termes de spécialité pharmaceutique, médicale et commerciale.

Néanmoins, même si certains termes possèdent des mots équivalents en arabe algérien ou standard, le français reste en dominance comme pour l'adverbe de négation « non », le terme « d'accord », les appellatifs neutres qui marquent la distance : « madame/monsieur », les données chiffrées (les dates de péremption, les montants de factures, les dosages des médicaments, etc.), les articulateurs logiques qui expriment la cause, la conséquence, l'opposition, le but etc.

Ainsi, la réalité observée n'est pas une simple utilisation du français mais un va-et-vient constant entre les langues. Une alternance récurrente avec l'arabe algérien qui constitue une stratégie communicative dans le but d'optimiser les chances de la concrétisation du contrat de vente à distance.

En guise de conclusion, cette recherche démontre que dans le milieu professionnel algérien, la compétence linguistique la plus valorisée n'est pas la maîtrise du français, mais celle de l'alternance entre le français (pour son technolacte) et l'arabe algérien (pour sa valeur relationnelle). Ce mélange linguistique est une compétence à part entière, une stratégie communicative sophistiquée pour naviguer dans l'environnement pharmaceutique, parapharmaceutique et cosmétique en Algérie.

Sources et références

- [1]. **ALI-BENCHRIF Mohammed Zakaria (2009)** : *L'alternance codique arabe dialectal / français dans des conversations bilingues de locuteurs algériens immigrés/non-immigrés*, thèse de doctorat présenté en science du langage, Université ABOU-BAKR BELKAÏD Tlemcen.
- [2]. **COSNIER Jacques, DEVELOTTE Christine (2011)** : « Le face à face en ligne, approche éthologique » in C. DEVELOTTE, R.KERN, M.N. LAMY, *Décrire la conversation en ligne : le face à face distanciel* (pp. 27-50) Lyon : Ens éditions.
- [3]. **DE HOUWER Annick (1995)** : « L'alternance codique intraphrastique dans le discours de jeunes bilingues », *Acquisition et interaction en langue étrangère*, numéro 6, (pp. 39-64), site visité en janvier 2018 sur <http://journals.openedition.org/aile/4932>.
- [4]. **DUMAS Isabelle (2008)** : « Éléments pour une comparaison des interactions de commerce et de service » In C. Kerbrat-Orecchioni & V. Traverso (Ed.), *Les interactions en site commercial : invariants et variations* (pp. 181-216). Lyon : Presses universitaires de Lyon.
- [5]. **FILLETIAZ Laurent (2008)** : « La co-construction des requêtes en contexte transactionnel. Le cas du service à la clientèle dans les grandes surfaces ». In C. Kerbrat-Orecchioni & V. Traverso (Ed.), *Les interactions en site commercial : invariants et variations* (pp. 77-103). Lyon : Presses universitaires de Lyon.
- [6]. **GUMPERZ John (1989)** : *Sociolinguistique interactionnelle, une approche interprétative*. Paris. Édition L'Harmattan.
- [7]. **KERBRAT ORRECCHIONI Catherine (1998)** : *Les interactions verbales : approche interactionnelle et structure des conversations*, Tome I, Édition Armand Colin.
- [8]. **KERBRAT ORRECCHIONI Catherine, TRAVERSO Véronique Dir (2008)** : *Les interactions en site commercial : invariants et variation*, Édition ENS, Lyon.
- [9]. **MOREAU Marie-Louise (1997)** : *Sociolinguistique : concepts de base*, Sprimont, Mardaga.
- [10]. **PALISSE Stéphanie (2004)** : *Analyse interactionnelle et comparative des interactions téléphoniques de travail dans les très petites, petites et moyennes entreprises*, thèse de doctorat présenté en science du langage, Université Lumière Lyon II.
- [11]. **TALEB IBRAHIMI Khaoula (1995)** : *Les algériens et leur(s) langue(s), Éléments pour une approche sociolinguistique de la société algérienne*, Édition El Hikma.
- [12]. **TALEB IBRAHIMI Khaoula, (2007)** : L'Algérie : coexistence et concurrence des langues. In Abécassis, F., Boyer, G., Falaize, B., Meynier, G., & Zancarini-Fournel, M. (éds.). (2007). *La France et l'Algérie : leçons d'histoire* (1-). ENS Éditions. <https://doi.org/10.4000/books.enseditions.1253>
- [13]. **TRAVERSO Véronique (1999)** : *L'analyse des conversations*, Édition Nathan.
- [14]. **VION Robert (1992)** : *La communication verbale, analyse des interactions*. Édition Hachette.