UNIVERSITÉ DU BURUNDI
GRENIER DU SAVOIR DU BURUNDI
Dépôt institutionnel officiel
https://repository.ub.edu.bi

Etude sociolinguistique des langues utilisées par le personnel de la Radio Publique Africaine(RPA)

KWIZERA, Josélyne; Sous la direction de : Pr Maurice MAZUNYA

2012-03
UB, INSTITUT DE PEDAGOGIE APPLIQUEE
https://repository.ub.edu.bi/handle/123456789/780

Document téléchargé depuis le **Grenier du Savoir du Burundi** — https://repository.ub.edu.bi

UNIVERSITE DU BURUNDI

INSTITUT DE PEDAGOGIE APPLIQUEE

DEPARTEMENT DE FRANÇAIS

BUJUMBURA-BURUNDI

ETUDE SOCIOLINGUISTIQUE DES LANGUES UTILISEES PAR LE PERSONNEL DE LA RADIO PUBLIQUE AFRICAINE(RPA).

Par

Josélyne KWIZERA

Sous la direction de :

Pr Maurice MAZUNYA

Mémoire présenté et défendu publiquement en vue de l'obtention du grade de Licenciée en Pédagogie Appliquée, Agrégée de l'enseignement secondaire en Français

Bujumbura, Mars 2012

REMERCIEMENTS

A la fin de la présente étude, c'est pour nous un agréable devoir de témoigner nos sentiments de vive reconnaissance à toutes les personnes ayant contribué de près ou de loin à sa réalisation.

Nous pensons singulièrement à nos parents, qui ont tôt compris cette devise « éduquer une fille, c'est éduquer une nation », et nous ont envoyée à l'école.

Nous tenons à remercier également tous les éducateurs de tous les horizons qui ont contribué à notre formation tant intellectuelle que morale et surtout les professeurs de l'Institut de Pédagogie Appliquée; Département de Français.

Notre profonde gratitude va au Professeur Maurice MAZUNYA qui a bien voulu diriger ce travail. Il a daigné sacrifier une partie de son temps combien précieux et a accepté de nous aider avec abnégation. Ses suggestions; ses encouragements et ses critiques pertinents nous ont été d'une grande utilité.

Nous n'oublions pas tous ceux qui ont collaboré pendant la réalisation de ce travail, leur soutien moral était indispensable.

Une attention particulière est accordée à notre mari et à nos enfants, sans leur soutien indéfectible, ce travail n'aurait pas eu lieu.

Enfin, ce travail est le fruit du soutien permanent des camarades de classe ou d'ailleurs, des voisins, de la famille, à tous nous disons merci.

Josélyne KWIZERA

DEDICACE

A mon regretté papa

A ma mère

A OSCAR mon époux

A mes enfants: Fortune, Louange, Tony, Bonus, Paisible

A mon oncle Jean GACANYI et Famille

A mes sœurs, frères et cousins

A ma belle famille

A tous ceux qui me sont chers,

Je dédie ce travail

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

ABP : Agence Burundaise de Presse

CCIB FM+ (fréquence de modulation) : la radio de la Chambre pour le Commerce et l'industrie au Burundi

CICR : Comité International de la Croix Rouge

CNC : Conseil National de la Communication

DJ : Disc Jockey

IFB : Institut Français du Burundi (ex CCF)

RFI : Radio France Internationale

R PA : Radio Publique Africaine

R TNB: Radio Télévision Nationale du Burundi

UB : Université du Burundi

VOA : Voice Of America

LISTE DES TABLEAUX

Pages

1. Le degré d'utilisation du français, du kirundi et du swahili sur la RPA/Bujumbura 40
2. Répartition de notre échantillon par nationalité 42
3. Répartition de notre échantillon par service 43
4. Répartition de notre échantillon par âge et par sexe 43
5. Préférence linguistique 44
6. Usage des langues dans le cadre professionnel 46
7. Compétence linguistique des enquêtés 47
8. Degré d'usage des langues à la RPA 47
9. Langues utilisées par nos enquêtés dans certains endroits en dehors du service 52
10. Usage des langues selon les affinités 52
11. Alternance des langues en fonction du sujet traité 53
12. Les causes du mélange des langues 54
13. La possession d'un poste récepteur 55
14. Taux d'écoute des radios locales 56
15. Préférence des productions de la RPA 57

TABLE DES MATIERES

Remerciements i
Dédicace ii
Liste des sigles et abréviations iii
Liste des tableaux iv

Introduction générale 1
1. Cadre et intérêt du sujet 2
2. Objectif et hypothèses 3
3. Méthodologie 4
a. Méthode d'enquête 4
b. Echantillonnage 6

PREMIERE PARTIE : CADRE CONCEPTUEL ET THEORIQUE 9
CHAPITRE I : DEFINITION DES CONCEPTS CLES EN SOCIOLINGUISTIQUE 9
1.1. Les études sociolinguistiques de la communication humaine 11
1.1.1. La langue 11
1.1.2. Le schéma de communication de Jakobson 12
1.2. Le bilinguisme 14
1.3. Les conséquences du bilinguisme 16
1.3.1. Le choix de la langue 16
13.2. Le changement de langue 16
1.3.3. Le mélange des langues 17
a. L'emprunt ou l'intégration linguistique 17
b. Le calque 18
c. L'alternance des langues et le métissage linguistique 19
1.4. Domaines de recherche en sociolinguistique 20
1.4.1 Le niveau micro sociolinguistique 20
1.4.2 Le niveau macro sociolinguistique 20
1.5. Les fonctions sociolinguistiques des langues 21
CHAPITRE II : LA COMMUNICATION MEDIATIQUE 23
2.1.Le paysage médiatique burundais 24
2.1.1La presse orale 25
2.2.1 La presse écrite imprimée 25
2.1.3 La presse électronique 26

2.1.4 Les studios.....26
2.2. L'écriture radiophonique 26
2.2.1. La structuration de l'écriture radio.....28
2.2.2. La précision de l'information radio 29
2.3. Les formats radiophoniques 30
2.4. Le code de déontologie de la presse burundaise 33
2.5. Le paysage sociolinguistique de la RPA 34
2.5.1. L'organigramme de la RPA 39
2.5.2. La grille des programmes de la RPA 40

DEUXIEME PARTIE : PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE.....42
CHAPITRE I : PRESENTATION DE L'ENQUETE ET DE SES RESULTATS.....42
1.1. Profil de nos informateurs.....42
1.2. Questionnaire au personnel de la RPA.....44
1.2.1. L'usage professionnel des langues 44
1.2.2. Le degré de maîtrise des langues utilisées.....46
1.2.3. L'usage des langues dans la vie privée 52
1.3. Questionnaire aux auditeurs 55
1.3.1. Le taux d'écoute des radios locales.....55
1.3.2. L'appréciation des langues utilisées à la RPA par l'auditeur.....57

CHAPITRE II. ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS.....61
2.1. L'usage des langues 61
2.2. L'emprunt 62
2.3. Le calque 65
2.4. Les interférences linguistiques 66
2.5. Les fonctions sociolinguistiques des langues 68
CONCLUSION GENERALE 70
BIBIOGRAPHIE 73
ANNEXES 76
Annexe 1
Annexe 2
Annexe 3
Annexe 4

INTRODUCTION GENERALE

A une époque où la communication devient la clé de voûte des échanges intercommunautaires, la radio comme d'autres média reflète la langue du personnel et surtout celle de la communauté qu'elle est appelée à servir.

La communication est indispensable dans toutes les sociétés. La langue y joue un rôle important. Produit social de cette même société, elle sert d'instrument de communication entre les membres. La langue a été depuis longtemps considérée comme le reflet de la pensée de l'individu. Des discussions sur le concept de la langue ont toujours eu lieu entre les linguistes des différentes époques. Parmi ces linguistes, nous retenons surtout les structuralistes qui présentent la langue comme un système où tout se tient. Selon eux, la langue est susceptible d'être étudiée en elle-même sans tenir compte des facteurs externes. C'est le cas de Ferdinand de Saussure lorsqu'il dit :

« Notre définition de la langue suppose que nous en écartons tout ce qui est étranger à son organisme, à son système, en un mot tout ce qu'on désigne par le terme de linguistique externe ».[1]

C'est à partir des années soixante qu'une nouvelle discipline connexe à la linguistique, la sociolinguistique, est née. Ses fondateurs au rang desquels se trouvaient Peter TRUDJIL, Joshua FISHMAN, William LABOV avaient pour but d'introduire une nouvelle perspective dans l'étude du langage. Ces promoteurs de la sociolinguistique se chargeaient de montrer les rapports existants entre la langue et la société. La langue est, selon ces sociolinguistes, indissociable de la société en général et de l'Individu en particulier. Pour DARMERGEAT, « *la langue traduit des modes de pensée, des comportements face au monde extérieur et à la vie, des rapports humains qu'ont modelés au long des siècles l'évolution sociale et politique, les heurts internes et les échanges avec l'étranger».*[2]

---

[1] De SAUSSURE (F), *Cours de linguistique générale*, Paris, Payot, 1970, p. 42.
[2] DARMERGEAT (P), cité par LUKOMBA (D), *Attitude des Burundais résidant à Bujumbura, vis-à-vis de la langue Swahili au Burundi*, Mémoire, Université du Burundi, Bujumbura, 1989, p. 6.

La langue n'est donc pas un système autonome, elle subit de plus en plus des modifications au cours de son existence car elle s'inscrit dans une dynamique sociale. A ce sujet, MILLER écrit ceci : *« la langue que nous parlons fait partie de notre héritage social. »*[1]

En conclusion, il y a un rapport entre la langue, la société et la sociolinguistique : la branche de la linguistique qui va étudier cette relation entre la langue et la société qui la parle. La langue ainsi définie mérite donc une analyse approfondie. C'est pour cette raison que nous nous intéresserons au français, kirundi et au swahili, langues parlées à la Radio Publique Africaine. En effet, ce sont celles-là qui sont utilisées dans les communications professionnelles et interpersonnelles.

1. Cadre et intérêt du sujet

Nous avons voulu faire la recherche sociolinguistique dans cette institution de la RPA / Bujumbura car presque tous les travailleurs de cette radio parlent plus d'une langue : ils sont bilingues, une situation due en grande partie à leurs fonctions de communicateurs, la majorité du personnel de la RPA étant des journalistes. Ces derniers s'adressent à des publics spécifiques variés comprenant l'une de ces trois langues : le français, le kirundi et le swahili. Il est évident que la radio représente un creuset linguistique avec son personnel de niveaux diversifiés, de différentes provenances et religions, etc. Et là, les locuteurs mettent parfois la langue à l'épreuve des emprunts et des interférences.

Nous voudrions insister dans notre étude sur ces trois langues car toutes les productions de cette station (les journaux, les émissions, les spots publicitaires) et les chansons y balancées sont en français, kirundi et en swahili, conformément aux attentes de l'auditeur.

Donc, les besoins expressifs et communicatifs des locuteurs sont liés à la culture du groupe sociolinguistique. En effet, pour reprendre MARTINET;

---

[1] MILLER (G), *Langage et communication*, Paris, PUF, 1956, p. 89.

« D'une manière générale, les normes sociales influencent le bilingue (ou le multilingue) dans son comportement linguistique. En d'autres termes, le bilingue aura tendance à se conduire conformément aux normes du groupe auquel il appartient »[1].

Enfin, il serait très réducteur d'étudier les interférences sociolinguistiques du personnel de la RPA sans songer à l'appréciation des langues de ses productions par l'auditeur.
Le rôle de la radio, ses structures et ses méthodes doivent dépendre de la société dans laquelle elle se trouve implantée, de son environnement. La RPA est redevable au public envers qui elle a le devoir d'informer, éduquer et divertir.

Notre recherche s'inscrit donc dans le cadre de la linguistique appliquée. Nous pensons que les commentaires des auditeurs constitueront un indice indispensable à la planification linguistique des émissions à la RPA et qu'ils seront le point de départ d'un critère objectif dans le choix de la langue à utiliser dans telle ou telle autre émission de la RPA.

2. Objectif et hypothèses

Les travailleurs de la radio RPA n'ayant pas un même statut social ou professionnel (Directeur - Journaliste - Secrétaire - Chauffeur – Planton, etc.), nous voulons voir dans quelle mesure cette situation a une influence sur le comportement linguistique des locuteurs à travers l'usage des langues.
Au cours de cette étude, nous allons vérifier quatre hypothèses suivantes :

- ✓ Les rapports hiérarchiques et interpersonnels constituent un facteur prépondérant dans le choix linguistique du personnel de la RPA.
- ✓ Le niveau d'instruction, l'appartenance confessionnelle, l'endroit ou le lieu d'origine géographique guident le choix linguistique des employés de la RPA de manière préférentielle.
- ✓ Les attentes du public dictent l'usage de telle ou telle autre langue dans les émissions de la RPA.

---

[1] MARTINET (A), *Le langage*, Paris, La Pléiade, 1968, p. 679.

- ✓ Les exigences professionnelles dictent l'usage de telle ou telle (forme ou niveau de) langue.

Enfin, l'acte de langage et la société sont dans un rapport d'implication mutuelle, ce qui nous conduit à déterminer notre méthodologie.

3. Méthodologie

Dans cette petite partie, nous vous ferons part des différentes étapes de notre recherche et la façon de choisir notre population d'enquête.

a. Méthode d'enquête

Cette recherche d'informations exige une méthodologie appropriée selon le type de problème que l'on veut étudier. De plus l'enquête doit aboutir à des résultats fiables. Elle nécessite en effet un instrument de travail, c'est-à-dire la méthode par laquelle le chercheur parvient à des résultats tangibles.

La recherche s'est effectuée en trois paliers :

1. L'observation
2. La recherche documentaire
3. Le travail sur terrain.

La première méthode consiste à observer le comportement d'un groupe, à saisir les relations sociales afin d'établir les rapports de familiarité avec l'objet que l'on veut étudier. Pour MUCCHIELI (R) : *« Les techniques d'observation se rapprochent du travail ethnographique qui requiert une longue familiarité sur le terrain, la prise de note, l'attention à l'imprévu, la constitution d'une grille d'observation afin de classer les données ».*[1]

[1] MUCCHIELI (R), *Le questionnaire dans l'enquête psychosociale*, Paris, ESF, 1975, p. 5.

La recherche documentaire était destinée à mettre en évidence l'état de vitalité du kirundi, du français et du swahili à travers les différentes productions de la RPA, en consultant la grille de ses programmes.

Nous avons également visité les bibliothèques de l'université du Burundi, de l'université Lumière de Bujumbura, de la Maison de la Presse du Burundi, du CELAB et du centre d'information des Nations Unies, pour analyser les différentes publications et découvrir l'intérêt que les chercheurs portent sur le kirundi, le français et le swahili. Nous y avons consulté entre autres ouvrages : CALVET (L J), *La guerre des langues et les politiques linguistiques*[1] ; MILLER(G) *Langage et communication*[2] ; LEIF(J), *La norme linguistique*[3] ; MAESNEER P., *A vous l'Antenne, Précis de Journalisme radio*[4] ; un Rapport : *Evaluation de l'usage du Kirundi dans cinq secteurs de la vie nationale*[5] ; sans oublier des mémoires dont *La part des médias privés dans la réconciliation au Burundi : cas de la radio Isanganiro* de Josiane MUZANEZA et Amandine INAMAHORO[6].

L'observation et la recherche documentaire sont certes nécessaires, mais une analyse linguistique doit être avant tout une enquête de terrain. C'est elle qui permet d'arriver à des résultats significatifs. Définissant le mot « enquête », MUCCHIELLI dit :
« Le terme d'« enquête » n'a évidemment rien de commun avec l'enquête policière ou judiciaire, et doit être pris ici au sens de recherche d'informations ou de quête d'informations »[7].
Le travail sur terrain s'est déroulé au moyen d'enquêtes par questionnaires complétés par des enquêtes orales : dialogues ou entretiens. Nous avons opté pour deux méthodes d'enquête, « *l'interview à questions ouvertes* » et « *l'interview à questions libres* ».

---

[1] CALVET (L J), *La guerre des langues et les politiques linguistiques*, Paris, Payot, 1987
[2] MILLER(G) *Langage et communication*, Paris, P U F, 1956
[3] LEIF(J), *La norme linguistique*, Paris, Delagrave, 1975
[4] MAESNEER (P), *A vous l'Antenne, Précis de Journalisme radio*, Manille, Nouveaux Horizons, 1992
[5] BUKURU(D) et MANIRAKIZA(Z) Rapport : *Evaluation de l'usage du Kirundi dans cinq secteurs de la vie nationale au Burundi* ; Bujumbura, UNESCO, 2009

[6] INAMAHORO(A) et MUZANEZA(J) *La part des médias privés dans la réconciliation au Burundi : cas de la radio Isanganiro*, Université Lumière, 2009.

[7] MUCCHIELLI (R), *Le questionnaire dans l'enquête psychosociale*, Paris, éd. ESF, 1975, p. 5.

L'interview consiste à provoquer une conversation réglée entre l'enquêté et l'enquêteur. Ce dernier doit être muni d'un guide d'entretien avec des consignes précis. Selon GRAWITZ et PINTO ;

« Il s'agit d'une forme de communication entre deux personnes qui ne se connaissent pas, ayant pour but de recueillir certaines informations concernant un objectif précis (...). Et au sens technique du mot, c'est un processus de communication verbale, pour recueillir des informations en relation avec le but fixé ».[1]

En effet, GRAWITZ et PINTO distinguent six types d'interviews parmi lesquels nous avons retenu cette méthode qui consiste à poser une série de questions à l'enquêté auxquelles celui-ci répond librement, tout en ne s'écartant pas du cadre de la question posée. Cette sorte d'enquête présente l'avantage de laisser à l'enquêté une plus grande liberté d'expression dans le choix du fond et de la forme de la réponse.

Et nous avons agi de la sorte pour opérer ce travail de terrain en peu de temps car selon Marcel COHEN, dans son ouvrage *Instructions d'enquête linguistique*, « *L'enquête doit être menée avec une rapidité telle que, sauf accident, elle soit terminée avant que les conditions locales aient changé.* »[2]

Et cette recherche s'est appliquée sur quelle population ?

b. Echantillonnage

Nous avons déjà signalé que notre objet d'étude porte sur la R.P.A Bujumbura ; c'est-à-dire que sont concernés par cette étude le personnel de la R.P.A (et ses auditeurs), c'est ce que MUCCHIELLI appelle « univers de l'enquête », c'est-à-dire selon ses propres termes :

« *l'ensemble du groupe humain concerné par les objectifs de l'enquête, c'est dans cet univers que sera découpé l'échantillon. L'univers est appelé aussi « la population de l'enquête* »[3].

Le même auteur continue en nous disant ceci :

---

[1] GRAWITZ (M) et PINTO (R), *Méthodes de sciences sociales*, Paris, Dalloz, 1984, p. 37.
[2] COHEN (M), *Instructions d'enquête linguistique*, Paris, Université de Paris, 1928, p. 133.
[3] MUCCHIELLI (R), *op.cit.*, p. 16.

« Il arrive qu'avec des moyens considérables en argent, en temps, en nombre d'enquêteurs et en machines calculatrices des résultats, on puisse faire une enquête totale, même si l'univers est nombreux. On évite évidemment ainsi les risques d'erreurs (biais) provenant de l'échantillonnage. Dans la plupart des cas, il faut construire un échantillon, c'est-à-dire limiter l'enquête à un petit nombre de personnes qui formera l'échantillon à l'intérieur de la population d'enquête. Le problème essentiel est alors d'assurer la représentativité d'échantillon, c'est-à-dire les conditions de sa composition qui garantiront la généralisation ultérieure à l'ensemble de l'univers de l'enquête, des résultats obtenus sur l'échantillon ».[1]

Nous avons préféré mener des enquêtes par service, chaque membre du personnel a des interlocuteurs spécifiques et ce locuteur utilise les langues conséquemment. Nous avons interrogé en tout 20 employés de la R.P.A et 15 auditeurs, pour l'appréciation des langues des productions de ce médium ; formant en tout 35 informateurs. Cependant, on peut se demander si cet échantillon n'est pas trop petit pour être représentatif ; vu que le nombre des auditeurs est élevé. A propos, le même auteur poursuit :
« C'est en fonction des besoins de l'enquête et de ses contraintes (temps, budget, nombre d'enquêteurs, surface de l'enquête) que le promoteur d'un sondage choisira sa méthode d'échantillonnage »[2].

MUCCHIELLI propose plusieurs méthodes de construction de l'échantillonnage.

1. La méthode du modèle réduit ou méthode des quotas
2. La méthode du calcul probabiliste, ou méthode de tirage au sort de l'échantillon
3. Autres méthodes de construction de l'échantillonnage :

a. la méthode aréolaire
b. les méthodes d'échantillonnage à plusieurs degrés ou à plusieurs phases
c. les méthodes d'échantillonnage stratifié, etc.

En ce qui nous concerne, nous avons utilisé cette dernière procédure à savoir l'échantillonnage stratifié. Cette technique consiste à choisir d'abord certaines catégories de personnes ayant simultanément plusieurs caractéristiques communes. Ces catégories doivent être

[1] MUCCHIELLI (R), *op.cit.*, p. 17.
[2] *Idem*, p 22.

choisies en fonction de l'objet d'étude. Les strates, nous dit MUCCHIELLI, *« représentent plutôt des divisions naturelles ou sociales de la population (urbaine, rurale, régions géographiques, catégories professionnelles, groupes d'âge, dimensions des exploitations agricoles, etc. ».*[1]

En bref, nous avons fait notre étude sur la radio RPA/Bujumbura car c'est un des principaux foyers de rayonnement linguistique. Nous suivrons les travailleurs de la RPA dans leurs communications professionnelles et dans leurs conversations diversifiées : entre eux comme collègues et en dehors du service pour faire un travail plus complet. C'est ainsi que nous comptons avoir l'idée du degré d'usage des langues y utilisées et l'impact sur la communauté.

Le plan de notre travail est subdivisé en deux grandes parties : la partie théorique et la partie enquête. Dans la première partie dite théorique, nous comptons vous donner les concepts clés en sociolinguistique et en communication médiatique, au moment ou dans la deuxième et dernière partie, une enquête sur les langues en usage à la RPA sera menée dans ce médium, les résultats interprétés et son impact visualisé.

[1] MUCCHIELLI (R), *op.cit.*, p.22.

PREMIERE PARTIE : CADRE CONCEPTUEL ET THEORIQUE

Cette première partie comporte deux chapitres. Le chapitre premier est consacré aux concepts clés en sociolinguistique dont le bilinguisme et ses conséquences.
Le deuxième chapitre traite les études linguistiques de la communication médiatique et la dernière partie de ce chapitre présentera de façon détaillée la RPA, car l'enquête qui suivra a été menée dans ce médium.

CHAPITRE I : DEFINITION DES CONCEPTS CLES EN SOCIOLINGUISTIQUE

La sociolinguistique est une science qui cherche à établir le rapport entre la langue et la société. La sociolinguistique essaie de découvrir les lois ou bien encore les normes sociales qui déterminent le comportement linguistique des locuteurs dans une communauté linguistique.
Les ouvrages spécialisés nous donnent plusieurs définitions de la sociolinguistique. Ces dernières sont complémentaires.
Le dictionnaire de Linguistique définit la sociolinguistique comme suit :
« La sociolinguistique est une partie de la linguistique dont le domaine se recoupe avec de l'ethnolinguistique, de la sociologie du langage, de la géographie linguistique et de la dialectologie. La sociolinguistique se fixe comme tâche de faire apparaître dans la mesure du possible la covariance des phénomènes linguistiques des clivages sociaux. Elle doit procéder à des descriptions parallèles indépendantes l'une de l'autre : d'un côté, on a des structures sociologiques, de l'autre des structures linguistiques et ce n'est qu'une fois ces descriptions préalables achevées qu'on peut confronter les faits de chacun des ordres.[1] »

[1] DUBOIS (J), GIACOMO (M), MARSELESSI et al. *Dictionnaire de Linguistique*, Paris, Larousse, 1973, p 444.

Selon Henri BOYER, dans *Eléments de sociolinguistique*, *« La sociolinguistique (le pluriel serait peut-être plus adéquat) est bien une linguistique de la parole, c'est-à-dire une linguistique qui, sans négliger les acquis de l'approche structuraliste des phénomènes langagiers, situe son objet dans l'ordre du social et du quotidien, du privé et du politique, de l'action et de l'interaction, pour étudier aussi bien les variations dans l'usage des mots que les rituels de conversation, les situations de communication que les institutions de la langue, les pratiques singulières du langage que les phénomènes collectifs liés au plurilinguisme... ».*[1]

De son côté, FISHMAN Joshua détermine le but de la sociolinguistique :
« Elle essaie de décrire les caractéristiques linguistiques et fonctionnelles des variétés du répertoire verbal, quelle que soit leur nature, qui dépend de la profession, de la classe sociale, de la religion, etc. La sociolinguistique d'une variété sur l'autre. Elle étudie aussi de quelle manière les changements dans le processus et l'influence réciproque des réseaux de locuteurs peuvent modifier l'extension, la complexité de leurs répertoires verbaux. Bref, la sociolinguistique tâche de découvrir quelles lois ou normes sociales déterminent le comportement linguistique dans la communauté linguistique, elle s'efforce de les délimiter et de définir le comportement vis-à-vis de la langue même ». [2]

En gros, la sociolinguistique traite des facteurs sociaux et de leur interaction avec les langues, elle fait l'inventaire des langues, de leurs variétés; elle détermine le nombre de locuteurs, leur socialisation et leur répartition dans l'espace.

---

[1] BOYER (H.), *Eléments de sociolinguistique*, Paris, Gauthier, 1991, p.6.
[2] FISHMAN (JA), *Sociolinguistique*, Paris, Labov, 1971, p.19.

1.1 Les études sociolinguistiques de la communication humaine

1.1.1. La langue

La langue est un produit d'une norme sociale, elle est un système évolutif. Selon *Le Langage2*, ouvrage collectif, dans sa préface ; *« ...Les langues se forment naturellement sur les besoins des hommes ; elles changent et s'altèrent selon les changements de ces mêmes besoins ».*[1]

Le personnel de la RPA constitue toute une communauté linguistique. Ils doivent nouer des contacts, entrer en relation et créer des échanges symboliques et selon MARTINET, *« la notion de communauté linguistique est non seulement utile, mais inévitable dans notre discipline dès qu'une langue est conçue comme un instrument de communication s'adaptant aux besoins du groupe qui l'utilise : communication implique communauté ».*[2]

A part les communications professionnelles, les employés et l'employeur de la RPA tissent des liens sociaux qui permettent à l'individu de s'intégrer dans les groupes et dans la société ; et selon le *Dictionnaire des sciences économiques et sociales*,
« Le lien social désigne l'ensemble des liens qui se tissent entre les individus au sein des groupes qui les intègrent, les socialisent et forgent leur identité en leur assignant des rôles reconnus socialement ».[3]

Au sein de cette communauté et dans n'importe quelle communauté linguistique d'ailleurs, la langue joue un rôle important. Selon le *Dictionnaire Hachette*, la langue est : *« L'ensemble des signes vocaux ou graphiques qui constitue l'instrument de communication d'une communauté donnée ».*[4]

---

[1] Analyses et réflexions sur *Le Langage 2*, philosophie et sciences humaines, ouvrage collectif, Ellipses
[2] MARTINET (A), *Langue et fonction*, Paris, Editions Denoël, 1969, p 151.
[3] *Dictionnaire des sciences économiques et sociales*, PLUS, p .326.
[4] *Dictionnaire Hachette*, Edition 2004, p. 905.

La langue est ici située dans un contexte social. Cette constatation met en lumière l'importance des facteurs sociaux dans le langage de tous les jours.

Il existe des caractéristiques spécifiques pour chaque société donnée. Elles sont liées aux besoins des individus de cette société. Les mots prononcés qui expriment une idée ou un sentiment relèvent de la parole et par conséquent se réfèrent aux différentes fonctions de la communication.

1.1.2 Le schéma de la communication de Jakobson

A l'aide d'un schéma devenu célèbre, Jakobson distingue six facteurs essentiels dans le processus de communication. L'émetteur adresse au récepteur un message en utilisant un code, l'échange d'information se fait dans un contexte (référent) donné, par l'intermédiaire d'un canal. Selon Jakobson, ce linguiste pris comme exemple des chercheurs en linguistique sociale, tout message remplit plusieurs fonctions qui peuvent être hiérarchisées autour d'une fonction fondamentale : la fonction expressive.

1.1.2.1 La fonction expressive

La fonction expressive est essentielle et indispensable dans la communication des groupes. Elle est centrée sur l'émetteur de message tout en exprimant l'attitude de l'émetteur à l'égard du contenu de son message et de la situation. Le message expressif contient la marque de la subjectivité de l'émetteur à travers les émotions, les sentiments, les idées de l'émetteur portés vers le récepteur. Cette fonction désigne les moyens dont dispose l'émetteur pour se mettre en valeur. Elle est centrée essentiellement sur le « Je » du discours (première personne du singulier).

1.1.2.2 La fonction conative

La fonction conative concerne le récepteur, le destinataire. Le message de l'émetteur exerce une action sur le récepteur, c'est-à-dire qu'il donne l'ordre, qu'il fait une demande chez le récepteur et par conséquent le récepteur réagit à son tour. La fonction conative est centrée sur le

« Tu » (deuxième personne du singulier). Elle concerne la manière dont le récepteur influence le message.

1.1.2.3 La fonction référentielle

La fonction référentielle est centrée sur le référent. Le message renvoie directement à l'objet auquel il se réfère et dont il donne les qualificatifs. Par exemple, les discours scientifiques, l'information sur des faits concrets sont des messages à fonction référentielle. Cette fonction est centrée sur le « Il », (troisième personne du singulier).

1.1.2.4 La fonction phatique

Dans un message, certains éléments servent à établir et à maintenir le contact. Ils remplissent la fonction phatique. Pour des communications téléphoniques, les expressions comme *« allo »*, *« vous m'entendez »* servent à attirer l'attention de l'interlocuteur ou à s'assurer que l'interlocuteur est encore à l'écoute.

Cette fonction joue un rôle important dans tous les modes de communication comme dans les rites, les cérémonies, les discours, les conversations quotidiennes où la participation s'accompagne directement de l'information. Ces échanges peuvent paraître absurdes à celui qui ne participe pas à cette communication parce que l'information est presque secondaire.

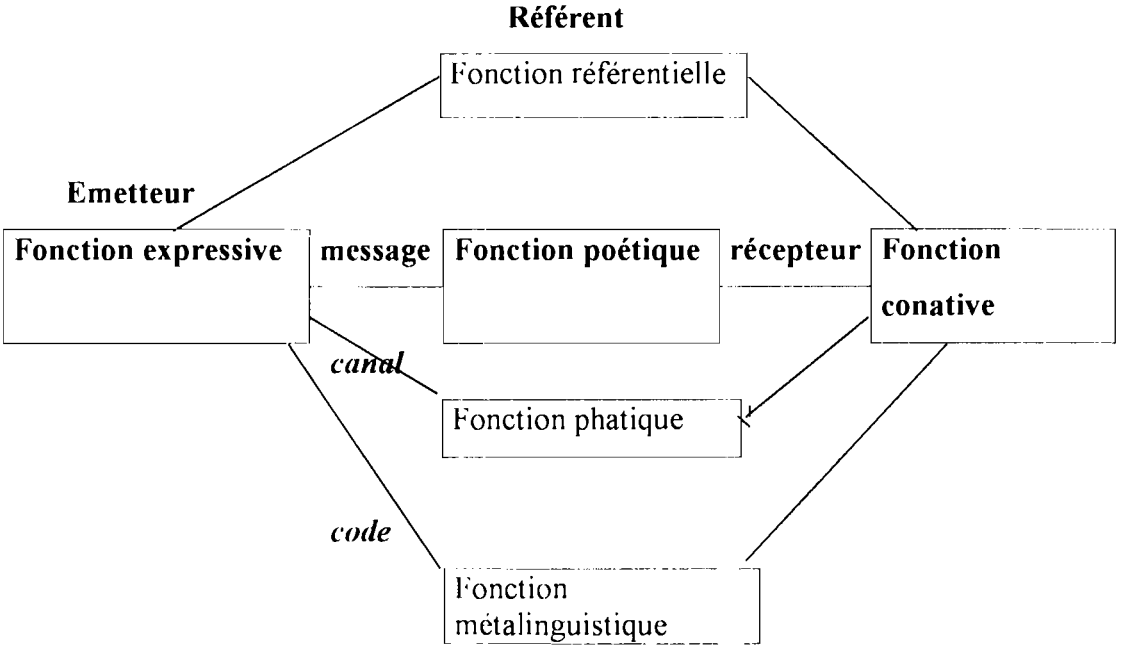
1.1.2.5 La fonction métalinguistique

La fonction métalinguistique vise à donner des explications, des précisions sur le code et son utilisation. Ici les mots et les autres signes jouent le rôle de support de la communication. Par ces messages, les interlocuteurs vérifient qu'ils ont recours au même code, au même lexique, à la même syntaxique. Elle comprend tous les procédés d'enrichissement du code, exemple : emploi de la synonymie (exemple : M. Eric MANIRAKIZA, le directeur de la RPA).

1.1.2.6 La fonction poétique

La fonction poétique vise tout geste qui enrichit le sens d'une phrase. C'est-à-dire que la fonction poétique est surtout du *« côté palpable des signes »*.[1]

Ainsi, le domaine artistique, le message n'est plus seulement l'instrument d'une communication mais il devient l'objet. C'est l'insistance sur la forme du message même. Exemple : parler en alexandrins. Les six fonctions du message, selon JAKOBSON, peuvent donc être représentées par le schéma suivant :



1.2 Le bilinguisme

Le bilinguisme est un concept fondamental de la sociolinguistique caractérisé par l'usage de deux langues chez le même individu. Le bilinguisme est le résultat de la cohabitation de deux langues dans la société. Il est aussi dans la plupart des cas le résultat d'une instruction reçue.

Le bilinguisme est un phénomène très répandu dans le monde. Ainsi, plusieurs auteurs ont tenté de définir ce concept.

---

[1] AMADO (G) et GUITTET (A); *idem*.

Dans *Le dictionnaire de Linguistique*, DUBOIS essaie de situer le bilinguisme dans un contexte alternatif des milieux et des langues. Ainsi, selon lui, *« Le bilinguisme est la situation linguistique dans laquelle les sujets parlant sont conduits à utiliser alternativement, selon les milieux ou les situations des langues différentes ».* [1]

Quant à André MARTINET, le bilinguisme est *« une situation où l'individu parle parfois avec une grande facilité une ou plusieurs langues autres que la première apprise, la langue dite maternelle ».*[2]

Selon MALMBERG (B), est bilingue *« celui qui est accepté par son entourage quel que soit sa langue utilisée comme faisant partie de la communauté et qui, le cas échéant, préfère l'une de ces langues seulement à cause des différences d'instruction scolaire et d'habitude du métier, et qui se regarde lui-même comme bilingue ».* [3]

Au moment où certains linguistes conçoivent le bilinguisme comme une égale maîtrise de deux codes, la définition de Maurice HOUIS nous montre qu'un bilingue ne doit nécessairement pas utiliser les deux langues avec une égale compétence. Il dit à propos ceci:

« La situation multilingue la plus courante est celle où, à l'intérieur d'une communauté linguistique, des groupes plus ou moins larges et homogènes connaissent et utilisent deux langues avec une égale ou inégale compétence. L'une est la langue maternelle que nous préférons appeler langue première, chronologiquement antérieure à la langue seconde ».[4]

Soulignons que la connaissance et la maîtrise de plus d'une langue constitue un avantage. Dans une société composée d'individus de nationalités différentes, pour qu'il y ait compréhension mutuelle, il s'avère nécessaire de connaître au moins une langue en plus de la langue maternelle.

Sylvain DECOSTER affirme que :

« Un bilinguisme qui est guidé et développé systématiquement apporte (...) des avantages que l'on ne saurait plus nier. Nous avons également pu constater que plus le bilinguisme est précoce

---

[1] DUBOIS et al., *Dictionnaire de linguistique*, Paris, Larousse, 1973, p.276.
[2] MARTINET (A), *Eléments de linguistique générale*, Paris, Ed. Armand Colin, 1977.
[3] MALMBERG (B), *Le langage signe de l'humain*, Paris, Ed. Picard, 1979, p171.
[4] HOUIS (M), *Anthropologie linguistique de l'Afrique noire*, Paris, PUF, 1971, p.145.

et équilibré, plus le sujet se distingue en ce qui concerne les aptitudes intellectuelles plus spécifiques de l'unilingue ayant la même intelligence générale' dans une population par ailleurs comparable.[1]

Il est à noter par contre que le bilinguisme constitue un désavantage dans certaines situations. C'est le cas de la confusion dans la pensée dans une langue qu'il ne maîtrise pas et par conséquent il exprime mal sa réflexion.

Nous concluons qu'il existe des conséquences liées à l'usage quotidien des langues, des conséquences que nous allons signaler brièvement.

1.3 Les conséquences du bilinguisme

Le choix des langues, le changement des langues et le mélange de ces dernières sont une conséquence immédiate de la connaissance de plusieurs langues.

1.3.1 Le choix de la langue

On parle de choix de langue lorsqu'un locuteur bilingue décide d'utiliser une de ses langues plutôt qu'une autre au début d'une interaction verbale. Le choix de la langue à utiliser est toujours dicté par la situation de communication (statut des interlocuteurs, lieu et moment de l'interaction) et par le domaine de conversation. Les situations formalisées appellent généralement l'usage de la variété de prestige.

1.3.2. Le changement de langue

On parle de changement de langue lorsqu'un locuteur adopte, dans une même interaction verbale et lors d'un nouveau tour de parole, une variété linguistique différente de celle de son interlocuteur précédent. Par « tour de parole », il faut entendre « un ou plusieurs énoncés exprimés par un locuteur et se terminant par la prise de parole d'un locuteur suivant. »

---

[1] DECOSTER (S), BAETENS *et alii*, *Aspects sociolinguistiques du plurilinguisme*, Acte du premier colloque, AIMAV, Bruxelles, 23-95, septembre 970, p.39.

1.3.3 Le mélange des langues

Pour mieux communiquer dans le monde moderne, l'usage de plusieurs langues s'avère indispensable. Le mélange des langues se manifeste sous 3 formes à savoir :

- l'emprunt ou l'intégration linguistique
- l'alternance des langues ou le métissage linguistique
- +l'interférence des langues.

a. L'emprunt ou l'intégration linguistique

L'emprunt est un mot, un morphème, ou une expression qu'un locuteur ou une communauté linguistique emprunte à une autre langue, sans le traduire.
L'emprunt marque généralement les relations sociales, économiques et politiques qui ont existé entre les personnes issues des sociétés différentes. Ainsi, une langue ne peut-elle pas échapper à l'emprunt qui est un procédé simple auquel un locuteur recourt quand il manque un mot adéquat.
Dans son œuvre, *Nature, évolution et origine du langage*, Otto JESPERSON légitime l'emprunt en ces termes :
« Aucune langue n'est entièrement à l'abri des mots empruntés parce qu'aucune nation n'a jamais vécu complètement isolée. Les contacts avec d'autres nations mènent inévitablement à des emprunts, bien que leur nombre puisse varier considérablement ».[1]
L'emprunt est donc un phénomène sociolinguistique très fréquent qu'aucune langue ne peut éviter quelle que soit sa richesse lexicale.

Quant au *Dictionnaire de linguistique*,
« Il y a emprunt linguistique quand un parler A utilise et finit par intégrer une unité ou un fait linguistique qui existait précédemment dans un parler B et que A ne possédait pas, l'unité ou le trait emprunté sont eux mêmes appelés emprunts. L'emprunt est le phénomène sociolinguistique le plus le plus important dans tous les contacts de langues.... Il est nécessairement lié au prestige

[1] JESPERSON (O.), *Nature, Evolution et Origine du langage*, Paris, Payot, 1976, pp.201-202.

dont jouit une langue ou le peuple qui la parle (mélioration) ou bien au mépris dans lequel tient l'un ou l'autre (péjoration).[1]

Nous pouvons dire que les contacts linguistiques et ces facteurs secondaires participent à enrichir et à compléter la langue. A ce propos CALVET dit :

« L'emprunt est le plus souvent la trace d'un statut de domination linguistique. Il est présenté comme preuve d'incapacité des langues indigènes à traduire le monde moderne » [2]

A l'issu de ces contacts linguistiques, nous remarquons également le phénomène du calque.

b. Le calque

Selon *Le dictionnaire de la Linguistique, « C'est une forme d'emprunt d'une langue à une autre qui consiste à utiliser, non une unité lexicale de cette autre langue, mais un arrangement structural, les unités lexicales étant indigènes ».*[3]

Ex : fin de semaine = construit sur le modèle de week-end.

MAROUZEAU de son côté définit le calque comme *« une transposition d'une langue à l'autre affectant soit le mot, une construction soit une signification ».*[4]

Le calque est une forme linguistique causée par une interférence en situation de contact des langues.

Selon DARBELNET, *« Le calque est un mode d'emprunt d'un genre particulier : il y a emprunt de la syntaxe ou de la forme étrangère avec traduction littérale de ses éléments. Le calque est une construction transposée d'une langue à l'autre »*[5].

On rencontre beaucoup de calques dans le vocabulaire scientifique, qui a un besoin fréquent de néologisme. Le calque peut être également utilisé par snobisme ou pour exprimer la volonté de paraître à la mode. On le trouve aussi dans la production d'apprenants de langue

[1] *Dictionnaire de Linguistique*, Paris, 1973, p.188.
[2] CALVET (L), *Linguistique et colonialisme*, Paris, Payot, 1974, p88.
[3] MOUNIN (G.), *Dictionnaire de la linguistique*, Quadrige, PUF, p58
[4] MAROUZEAU (J), *Lexique de la terminologie linguistique*, Paris, Librairie orientaliste Paul Guenther, 1969, p.41.
[5] DARBERELNET (J.), *Regards sur le français actuel*, Montréal, Beauchemin, 1963, p.64.

seconde, par exemple, l'expression j'ai changé de plan au lieu de j'ai changé d'idée, produite par un étudiant anglophone, sur le modèle de « I changed my plans ».

c. L'alternance des langues et métissage linguistique

Elle implique des éléments importés d'une autre langue sans qu'ils subissent d'adaptation. L'alternance est souvent volontaire et elle ne se manifeste que chez les bilingues.
Grosjean définit **l'alternance des langues** comme :
« L'utilisation alternée de deux ou plusieurs langues dans la même parole ou conversation ».[1]

L'alternance des langues est consécutive au désir des locuteurs de tenir secret ce qu'ils disent. En effet, dans une conversation, il arrive que les interlocuteurs passent d'un code à un autre dans le même discours.
Selon HYMES : *« L'hétérogénéité et la variabilité des productions langagières dans une communauté linguistique sont systématiques et socialement significatives ».*[2]

Le métissage linguistique est l'utilisation de deux codes dans une même phrase. C'est un phénomène qu'on trouve généralement dans les milieux qui parlent plus d'une langue, où il semble rare de produire un discours homogène. Dans un milieu urbain ou dans une société multilingue, les locuteurs parlant deux ou plusieurs langues utilisent parfois deux codes différents dans une même phrase. Pour l'*Encyclopédia universalis* : *« Le métissage des langues consiste en la succession dans une même phrase d'éléments de deux ou de plusieurs langues (les éléments empruntés apparaissent dans la langue dominante du locuteur plutôt comme autant de « citations » que comme des interférences). Dans certaines situations, les bilingues en arrivent à un point où il n'y a pas une phrase complète, et parfois même pas une proposition ou un syntagme autonome qui puisse être attribué selon le critère grammatical, à une seule langue ».*[3]
Les mots empruntés dans une langue dominante interviennent pour permettre d'exprimer les différentes opinions avec beaucoup d'efficacité. Ils permettent également de lever la confusion

---

[1] Grosjean cité par HAMERS (JF) et BLANC, *op.cit*, p.24.
[2] JUILLARD (C) et CALVET (LJ), *Les politiques linguistiques, mythes et réalité*, Montréal, AUPELF/UREF, 1996, p.342 cités ZONGO (B.), *Alternance des langues et stratégie langagière en milieu d'hétérogénéité culturelle : vers un modèle d'analyse*.
[3] *Encyclopedia Universalis*, p185.

qui existe entre les langues maternelles et les langues étrangères ; dans ce cas, ces éléments empruntés s'appellent des interférences linguistiques. Et comme nous nous proposons de faire une étude sociolinguistique des langues utilisées à la RPA, voyons ce que c'est que ses domaines de recherche.

1. 4 Domaines de recherche en sociolinguistique

La micro sociolinguistique et la macro sociolinguistique sont les domaines les plus principaux dans la recherche sociolinguistique. Ces domaines sont différenciés par l'objet que se fixe le chercheur.

1.4.1 Le niveau micro sociolinguistique

La micro sociolinguistique attache une grande importance à la conversation de l'individu situé dans son groupe. Elle étudie la langue dans le but de déterminer les interférences, les emprunts et bien d'autres phénomènes inhérents au contact des langues.

Lorsque deux ou plusieurs personnes qui forment un groupe échangent, on remarque que chacun s'exprime en utilisant un discours qui reflète son statut social. Celui-ci s'imprime dans la forme même de sa parole. Par ailleurs le discours d'une personne varie selon le contexte de parole (famille, réunion, service, bistrot, avec les amis, ...). C'est notamment ce type de faits qui fait l'objet la micro sociolinguistique.

1.4.2 Le niveau macro sociolinguistique

La macro sociolinguistique constitue un vaste terrain de recherche. Elle s'oriente vers l'étude des attitudes et des comportements des usagers envers leurs langues, l'état de ces langues, leurs places dans les différents milieux sociaux.

A propos de la macro sociolinguistique, FISHMAN dit : « *La sociolinguistique est nécessairement intéressante pour les chercheurs qui s'occupent de déterminer les relations de rôles fonctionnellement différentes existant au sein d'une communauté donnée...* »[1]
Alors que la macro sociolinguistique « *s'intéresse à la mise en valeur de ces relations en montrant les différentes proportions des contacts personnels et transactionnels, au moyen de données fournies par la langue parlée* ».[2]

Ainsi, notre travail se situe-t-il d'une part, au niveau micro sociolinguistique car nous cherchons les corrélations entre les faits linguistiques et les caractères sociaux qui accompagnent les échanges verbaux, d'autre part, la macro sociolinguistique nous intéresse dans la mesure où nous étudions l'usage du français, du kirundi et du swahili et le comportement de toute cette communauté linguistique, voire l'appréciation des locuteurs/auditeurs.

1.5. Les fonctions sociolinguistiques des langues

Dans une société multilingue, toutes les langues n'ont pas le même poids social. Par conséquent, elles sont utilisées à différents degrés selon le domaine et l'importance que la société lui accorde. L'importance d'une langue étant en partie définie par les fonctions qu'elle occupe dans la société, STEWART nous propose ce schéma. Il mentionne dix fonctions de langue qui permettent de situer cette dernière dans un contexte linguistique :

1° fonction officielle (O) : Langue reconnue institutionnellement et servant dans les domaines administratifs, culturels et politiques,

2° fonction provinciale (P) : langue officielle au niveau de la région ou de la province.

3° fonction de communication étendue (W) langue utilisée comme moyen de communication au niveau des frontières linguistiques du pays même.

4° fonction internationale (I) : langue présidant aux échanges internationaux

---

[1] FISHMAN (JA), *op.cit.*, p19.
[2] DUBOIS (J) , GIACOMO (JB) et al., *Dictionnaire de linguistique*, Paris, PUF, 1979, p.65.

5° capital (C) langue parlée surtout dans la capitale et les banlieues.

6° groupe (G) langue servant de communication habituelle à l'intérieur d'une même Communauté culturelle ou ethnique.

7° Enseignement (E) langue utilisée comme matière d'enseignement dans le primaire et le (Educational) secondaire, soit dans tout le pays ou dans la région seulement.

8° Matière (S) Langue utilisée comme matière dans le secondaire & supérieur (school subject)

9° Littéraire (L) langue utilisée à des fins littéraires et scientifiques

10° Religieux (R) langue utilisée dans les rites religieux ».[1]

Bref, ce chapitre nous a permis de nous familiariser avec les concepts de sociolinguistique, le domaine ayant fait objet de notre étude. Voyons dans ce chapitre suivant la communication médiatique au sein de la RPA, notre lieu d'enquête.

[1] STEWART cité par BENABOU (A), *Recherche sur le swahili du Burundi,* 3ème cycle, Paris, 1982, pp.61-62.

CHAPITRE II. LA COMMUNICATION MEDIATIQUE

A partir de notre étude sur la communication au sein du médium la RPA, nous pouvons nous interroger sur les pluralités linguistiques des médias. A propos des particularités linguistiques des médias, LEIF J. est explicite : « *Si les médias présentent des particularités, ce n'est pas par l'emploi exclusif de tel niveau de la langue. Le langage des médias ne constitue pas non plus en lui-même un registre spécifique. Ce qui distingue les médias, c'est plutôt leur tendance à jouer des situations de communication. Bien des auteurs parlent du langage de l'affiche, de la communication télévisuelle, de la grammaire des bandes dessinées, comme si l'on pouvait assimiler ces médias au mode courant de l'échange linguistique, cet à priori est très discutable.* »[1]

Quoique dans ce médium, l'écrit vient en deuxième position dans les communications quotidiennes, on ne peut pas non plus ignorer la note de service, la correspondance et le courriel indispensables dans toute entreprise :

- **La note de service**

C'est un écrit très court, sans forme fixe il en circule beaucoup dans l'entreprise. Pour communiquer les renseignements ou des avis entre services ou entre échelons de la hiérarchie. La note est de l'usage commode parce qu'elle n'exige pas de mise en forme épistolaire.
Les formules de politesse qui alourdissent la correspondance en sont exclues. L'en-tête comporte les mentions suivantes : l'origine : nom du rédacteur et du service ; le Destinataire et l'Objet : désignation simple de l'affaire concernée (dans le cas où cette indication est nécessaire-)

Dans certains bureaux et administrations, des formules sont prévues pour ce procédé d'information. Aujourd'hui, nombre de ces notes sont rédigées sur ordinateur et transmises par Intranet (réseau interne de courrier électronique d'une entreprise ou d'une administration). La demande d'un accusé de réception du message proposé ou non par le logiciel de communication permet de s'assurer de la réception et de l'enregistrement par le destinataire.

---

[1] LEIF (J.)(sous la dir.), *La norme linguistique*. Paris, Delagrave, 1975, p.107.

Cette précaution est indispensable tant le flux de la messagerie électronique s'accroît dans les services, afin d'éviter la négligence et la contestation ultérieure.

- **La Correspondance**

Un seul sujet doit être traité dans chaque lettre relative au travail. Cela en facilite et pour vous et pour le destinataire l'exploitation et le classement. L'essentiel de votre message (conclusion ou rappel des mesures à prendre, ou questions posées, etc.) se trouve exprimé ou résumé dans le dernier paragraphe. Vous conserverez le double de chaque lettre de travail que vous faites partir. Le classement est chronologique, est réparti par affaire, par dossier ou par correspondant.

- **Le courriel**

Baril définit le courriel comme :

« *Un nouveau mode de communication, nouvelle forme d'expression et nouveau vocabulaire* »[1].

Grâce aux technologies intégrant le transfert des données multimédia, il est désormais possible et facile d'écouter la radio, de regarder la télévision, de jouer en réseau sans quitter son ordinateur. L'écoute des journaux de la RPA se fait sur le site web : www.rpa-radiyoyacu.org. Les échanges et les communications professionnelles font vite avancer les activités. C'est ainsi que les sujets de rédaction traités quotidiennement, les planifications hebdomadaires des émissions et les rapports y relatifs se font grâce à l'e-mail.

2.1. Le paysage médiatique burundais

Le paysage médiatique burundais se déploie sur un champ d'activités diverses qui vont de la presse orale et écrite, sur papier imprimé et électronique. Ces média qui suivent sont tirés du répertoire des organes de Presse livré par le CNC; Conseil National de la Communication.

---

[1] BARIL (D.), *Technique d'expression orale et écrite*, Paris, Sircy, 11ème édition, 2008, p.262.

2.1.1 La presse orale

2.1.1.1 Généralistes à vocation nationale

a. Deux stations cumulent la radio et la télévision. Il s'agit de la Radio Télévision Nationale du Burundi (RTNB) et de la Radio Télé Renaissance.
b. Les autres stations généralistes dans l'ordre : Radio Bonesha FM, Isanganiro, RPA, Salama, Rema FM.
c. Par généraliste, nous entendons des radios dont la ligne éditoriale couvre tous les domaines (politique, économique et sociale).C'est en opposition avec les radios à vocation thématique dont la couverture concerne un sujet spécifique : le commerce (CCIB FM+), les confessions (Radio Ivyizigiro, Radio Maria,...) ; la culture (Radio Culture), et l'éducation (Radio Nderagakura).

2.1.1.2 Les radios à vocation communautaire et régionale

Par radios communautaires et régionales, nous entendons des radios dont la ligne éditoriale couvre une communauté sur base régionale (RPA Ngozi, Radio Umuco FM et Star FM).

2.1.2 La presse écrite imprimée

Par presse écrite, nous entendons les agences de presse dont la vocation est de fournir des dépêches pour les journaux écrits et parlés, de même que les quotidiens, les hebdomadaires et les mensuels appelés ainsi pour caractériser leur régulation/parution.

2.1.2.1 Les agences de presse écrite

Au Burundi, la seule agence de presse est l'Agence Burundaise de Presse(ABP).Une agence de presse étant une organisation qui a pour objectif de fournir l'information aux média, à la manière d'un grossiste fournissant des détaillants.

U. B.

2.1.2.2 Les journaux écrits

- Les quotidiens : Le Renouveau du Burundi, AGIPRESSE photos
- Les hebdomadaires: Ubumwe, Iwacu, Arc-en-ciel, Ubuntu, Hodi Tanganyika Lumière, Aube de la démocratie, Syfia grands lacs
-Les bimensuels : Ndongozi, Ikiyago c'inama nshingamateka
-Les mensuels : Rumurikirangabo, Horugavye, Inama nkenguzamateka y'Uburundi, Voix de la société civile, Iteka, CNC Régulation
- Les bimestriels : Mukenyezi ugeze he
-Les trimestriels : Jamaa infos, Echo du Sanctuaire Mont Sion

2.1.3 La presse électronique

La presse électronique est différente de la presse écrite par son véhicule par e-mail ou sa domiciliation sur des sites internet. Elle peut se lire sur écran ou être imprimé sur papier, (ex : Net Press, Burundi Réalités, Burundi News, Iwacu-Burundi, ARIB.Infos, etc).

2.1.4 Les studios

Les studios sont l'équivalent des agences de presse écrite pour les journaux. Ils produisent des émissions achetées et diffusées sur les radios généralistes et thématiques : studio Ijambo, studio Tubane et studio La Benevolencija. Si les radios et les télévisions émettent dans trois langues sauf la RTNB et Rema FM qui émettent en anglais aussi, la majorité des journaux écrits sont publiés en français sur imprimé et sur électronique.

2.2. L'écriture radiophonique

Nous pouvons affirmer sans ambages que sans écriture, il n'y a pas de journalisme. Y compris dans l'audiovisuel. Yves AGNES l'exprime ainsi : « *Un journal radiodiffusé ou télévisé est d'abord rédigé avant d'être lu au micro ou devant la caméra à l'aide du prompteur ; un documentaire pour le petit écran ne peut se passer des textes qui viennent donner à l'image sa portée, sa signification* ».[1]

[1] AGNES (Y). *Manuel de journalisme*. Paris. La découverte, 2002, p. 4

L'écriture radiophonique évolue à travers les âges. Au début du journalisme radio (années 1920-1930), le style était chatoyant.

Aujourd'hui, le journalisme radio adopte un ton beaucoup plus rapide, concis et direct, et pour cause, comme dira ROBERT Mc Leish, dans son ouvrage Produire des programmes pour la radio, *« l'auditeur n'a pas la possibilité de réécouter quoi que ce soit, ce qu'il entend doit avoir du sens dès la première fois et cela confère au rédacteur radio une responsabilité spéciale ».*[1]
Il faut donc définir avec simplicité les règles de base de la rédaction radiophonique et les écueils à éviter. Ainsi, le journaliste définit l'auditeur avant tout et il adapte le style ou choisit la langue de communication.

Le producteur radio doit être clair sur ce qu'il tente d'accomplir, sinon le résultat est confus et inefficace ; d'où les journalistes recourent à l'écrit oralisé. Comme le journaliste radio écrit pour les auditeurs et non des lecteurs, les textes doivent être construits avec une structure logique et simple pour être facilement compréhensibles dès la première audition. Si un auditeur est perturbé par un vocabulaire compliqué, il ne pourra pas suivre le fil de l'information. Un texte radio n'est pas de la grande littérature et comme le précise Pierre MARTINOT dans son ouvrage *Des radios pour informer* :

« Le journaliste radio ne cherche pas à se mettre en valeur. Il met ses connaissances et ses compétences au service de la compréhension du message. Ici c'est la simplicité qui compte : des mots simples, des phrases courtes, pour que le contenu soit informatif et directif. »[2]

Ainsi par exemple, au lieu de dire Les céphalées, le journaliste radio parle des maux de tête, donc il faut l'usage du vocabulaire simple et moins technique.

---

[1] Mc Leish ROBERT, *Produire des programmes pour radio*, Paris, Gret, 2008, p18
[2] MARTINOT (P), *op.cit.*

2.2.1. La structuration de l'écriture radio

Le journaliste radio doit oublier le plan classique « Introduction / Développement / conclusion ». En effet, la structuration de l'écriture radiophonique implique de commencer par le plus important. On élargit ensuite, car l'auditeur est supposé mieux mémoriser ce qui se trouve en début de phrase. C'est le principe de la pyramide inversée.

Dans l'écriture journalistique, la progression est inversée par rapport à la construction littéraire. Le chapeau ou point culminant de la nouvelle coiffe l'ensemble. Il pourrait se résumer à travers la question suivante : Quelle nouvelle ?
La deuxième partie de la pyramide qui peut s'apparenter au développement dans la structure littéraire, répond généralement à quatre questions de référence à savoir : qui, quoi, où et quand ? Cela se résumerait alors comme suit : qui est l'acteur principal, de quoi s'agit-il exactement, où l'événement s'est-il passé, à quelle occasion ?

Après avoir situé la scène, c'est le moment de préciser les faits secondaires, ce qui amènera le rédacteur à compléter le tableau par un mot, une phrase ou une expression qui contribuera à rendre le récit plus clair et la nouvelle plus complète.

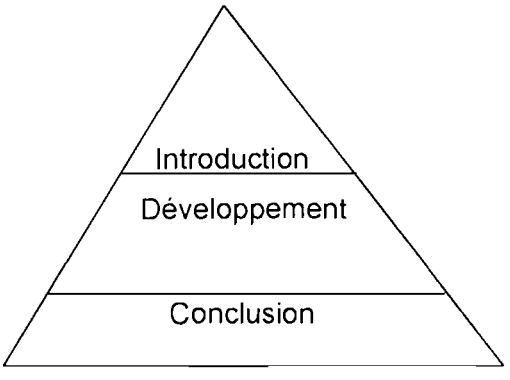


Figure 1: Structure littéraire

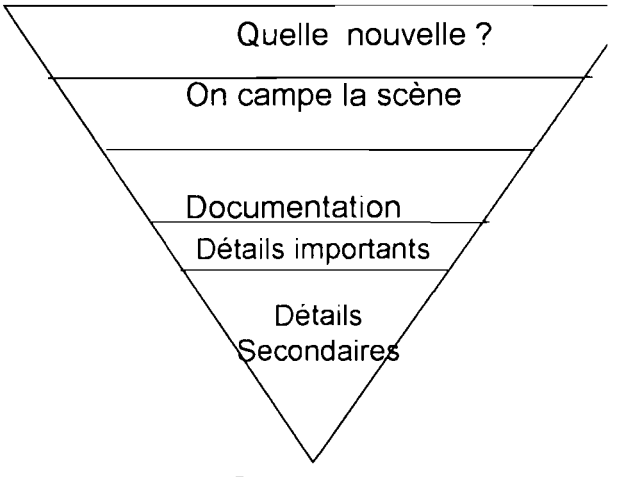


Figure 2: Structure journalistique

La structure de la pyramide inversée a une histoire : pendant la guerre de sécession entre le Nord et le Sud des Etats-Unis d'Amérique entre 1861 et 1865, les télécommunications étaient très peu fiables et il était rare que les reporters de l'époque arrivent à expédier l'intégralité de leurs reportages. Leurs communications étaient souvent interrompues par des pannes de télégraphie, si bien que les nouvelles qui arrivaient à destination étaient souvent incomplètes. Les reporters ont été unanimes pour adopter la structure de la pyramide renversée et les écoles de journalisme comme les associations de journalistes et de média se sont désormais approprié la structure.

L'autre avantage de la structure est que en radio par exemple *« l'auditeur apprend toujours les faits importants dans le chapeau ; cette structure assure la succession automatique des idées afin d'éviter la confusion ; en outre la secrétaire de rédaction peut toujours abréger la fin d'une nouvelle si cela est nécessaire (par exemple en raison de la longueur d'autres nouvelles plus importantes ».*[1]

2.2.2 La précision de l'information radio

Autre contrainte forte dans la communication radiodiffusée: les journalistes doivent travailler la précision de l'information apportée. Il faut donc éviter les allusions ou les références ambiguës. De même, il faudra indiquer, pour toutes les personnes désignées, leur prénom, leur nom et leur titre. On s'en voudrait de terminer sur l'écriture radiophonique sans parler de **la diction** et de la voix car c'est cette dernière qui crédibilise le travail du journaliste radio.

La diction, c'est l'art de savoir bien parler et de respecter les subtilités de prononciation de différentes langues. Poser sa voix, gérer son débit, avoir une bonne diction,... En radio, la voix sert ou dessert l'information. Respiration, ponctuation, contretemps, silence, le journaliste joue en permanence avec elle. Un timbre de voix chaleureux lui permet de crédibiliser son texte et l'information qu'il transmet à son auditoire. Chaque voix est néanmoins unique. Au fil du temps, le journaliste doit en faire un fait de personnalité. Pour cela, il doit prendre conscience de son

[1] De MAESNEER (P), *A vous l'antenne. Précis de journalisme radio*, Manille , Nouveaux Horizons, p. 68.

capital vocal, l'utiliser et le moduler en fonction du message à faire passer. Il doit apprivoiser le micro et Pierre MARTINOT renchérit :

« *A l'écriture comme à la lecture, le journaliste a une bonne présentation plus directe et plus aisée quand il pense à son voisin et non aux milliers d'auditeurs, en parlant à l'antenne comme si cette personne était en face de vous dans le studio* ».[1]

Si la diction de la voix et une bonne présentation permet de captiver l'auditeur, d'une part, la connaissance et la maîtrise des différents formats permet d'améliorer la qualité des programmes et de fidéliser les auditeurs d'autre part. Nous vous proposons quelques formats radiophoniques les plus utilisés à la RPA et dans les média similaires.

2.3. Les formats radiophoniques

Nous entendons par « format radiophonique » les manières de traiter et d'aborder tout sujet à la radio. Il s'agit de la forme que peut prendre une émission radio. Ce que l'on appelle ici « format » ne constitue pas une catégorie exclusive : une interview peut très bien être utilisée dans une émission magazine et une table ronde dans un talk-show. La liste de ces formats radio n'est pas exhaustive et il revient à l'acteur de radio de déterminer quel format d'émission est le plus adapté aux circonstances : microprogramme, interview, jeu radiophonique, magazine, reportage, feuilleton, nouvelle, portrait, commentaire, spot, annonce de service public, revue de presse, ... Voyons –en quelques uns.

2.3.1. Le microprogramme

Définition : *Le microprogramme est un message court répétitif à caractère éducatif, qui frappe l'imagination et dont le but est essentiellement d'inciter le destinataire à un changement de mentalité et ou de comportement.*

[1] MARTINOT (P), *op.cit.*

Le microprogramme est caractéristique de la radio rurale depuis les années 60 et s'inspire directement des techniques publicitaires. Il reste très utilisé. Ce type de programme a pour but de sensibiliser les auditeurs par une série de thèmes considérés comme prioritaires par les organisateurs des campagnes éducatives. Cette sensibilisation est basée sur la répétition d'émissions brèves et diffusées selon un programme dispersé. Le microprogramme s'intercale dans les autres émissions de la journée.

2.3.2 La publicité / Spot

Le discours publicitaire est l'œuvre des groupes professionnels le plus souvent étrangers aux entreprises médiatiques. Son élaboration sous forme d'annonces résulte de la collaboration de 3 types d'acteurs indépendants (salariés ou collaborateurs d'agences de création): les créatifs, les commerciaux et les média-planners qui sont conduits à échanger en permanence des informations.

En effet ; attirer l'attention du client potentiel, donner le désir d'acheter, obtenir la réalisation effective de l'achat, tel est le processus que la publicité cherche à provoquer.

2.3.3 Interview

Par définition, l'interview radiophonique désigne : « *un entretien entre un journaliste ou un animateur et un interlocuteur qui est une source d'information.* »
L'interview peut être utilisée dans de nombreux programmes radio (journal parlé ; magazine, etc.). Il faudra faire en fonction de (durée, type de questions, ambiance, etc.).
L'interviewé détermine également la manière de mener l'interview. De qui il s'agit ? Un homme politique ? Quelqu'un dans la rue ? Un spécialiste ? Une célébrité ?
La stratégie de questionnement de l'intervieweur ne sera pas la même dans chacun de ces cas.
L'interview est un art difficile qui exige une bonne préparation, une connaissance de ses techniques et un sens aigu des rapports humains, autrement dit de l'attention portée aux autres. Il doit être pensé en termes de stratégie pour attendre un objectif.

Dans son Manuel de journalisme, Yves AGNES, toujours à propos de l'interview,
« L'accouchement, maïeutique sont sans doute les termes qui cernent le mieux le travail du journaliste obstétricien dans sa relation à la personne qu'il interroge, parfois sans douleur, parfois au forceps. Mais le journaliste est plus qu'une sage-femme : de son comportement dépendent les qualités du bébé-article. Une interview réussie ou ratée résulte le plus souvent de son savoir-faire ».[1]

2.3.4. Jeux

Les émissions de jeux radiophoniques occupent à l'heure actuelle une place importante dans les programmes. Comme d'autres programmes de divertissement, les jeux radio ont un potentiel particulier en termes de changement social (et donc de construction de la paix puisqu'il s'agit de changer les attitudes et les comportements des auditeurs). Cette force vient du plaisir que l'auditeur ressent à l'écoute du programme ou en y participant. Les valeurs et les messages de tolérance, de respect, d'écoute, etc, véhiculés pourront alors être assimilés aisément.
Contrairement à ce que l'on pourrait penser quand il s'agit de programmes « légers », **le jeu radiophonique ne s'improvise pas.** Il s'agit en effet d'un concentré de divertissement utile qui rassemble et accommode tous les ingrédients de la radio moderne pour en faire une mixture auditive séduisante : proximité, récréation, suspens, humour, gratification. De plus le jeu peut être un excellent outil éducatif.

Vous saurez que les membres du personnel de la RPA se servent de ces différents formats ci hauts pour mieux servir la société burundaise de façon générale, et « les petites gens » en particulier. En outre, toutes ces productions radiophoniques ne sauraient être bien réussies sans que le producteur ne suive certaines règles professionnelles, d'où voici le code de déontologie de la presse du Burundi.

---

[1] AGNES (Y), *Manuel de journalisme*, Paris. La découverte, 2002, p 275

2.4. Code de déontologie de la presse burundaise

Tout journaliste digne de ce nom et soucieux de s'affirmer doit s'appuyer sur un certain nombre de règles pratiques sans lesquelles son métier ne saurait être fait de façon crédible et satisfaisante. Il s'agit de la recherche objective de l'établissement des faits, la vérification des sources, la primauté de l'intérêt général sur le particulier, le respect des personnes (gens) ainsi que la séparation des faits et des commentaires. Autant dire que le métier de journaliste ne saurait se justifier en dehors d'une éthique et d'une déontologie.

Dans les lignes suivantes, nous nous efforcerons de présenter les contours et les fondements de la déontologie. La déontologie peut être regroupée en trois catégories, d'une part elle défend les valeurs universelles, d'autre part elle fixe des règles pour l'exercice proprement dit de la profession ; en l'occurrence le journaliste a des devoirs. Enfin, elle rappelle que chez tout travailleur, toute prestation mérite récompense et la jouissance des droits sociaux et du travail.

2.4.1. Des valeurs universelles

Par l'article premier du code tiré du Livret sur les lois de la presse au Burundi, le journaliste doit défendre les valeurs universelles de l'humanisme en particulier la paix, la tolérance, la démocratie, etc. Pour cela, les articles 2 et 3 lui interdisent respectivement d'inciter à la haine, de proférer les horreurs du mensonge dans le souci de la recherche de la vérité. Les articles 4 et 5 l'obligent à rectifier son message en cas d'erreur et de donner un droit de réponse aux personnes incriminées ou faisant objet de reportages ou d'enquête. De même de respecter la vie humaine en général et privée en particulier. Enfin les obscénités doivent être évitées comme une peste conformément à l'article 6.

2.4.2. Des devoirs

Les articles 7 à 17 circonscrivent les devoirs du journaliste qui est tenu : de ne pas exagérer les faits (art 7), l'équilibre de l'information et la séparation des faits et des commentaires, la séparation de l'information et de la publicité, l'intégrité professionnelle, la juridiction des pairs, (cfr annexe).

2.4.3. Des droits

Les articles 18 jusqu'à 22 énumèrent succinctement les valeurs des journalistes, notamment le libre accès aux sources, la clause de conscience, sa protection et le contrat de rémunération. Comme dans toutes les professions libérales, le journaliste doit obéir à une éthique et à une déontologie. Ces valeurs sont prises à travers des structures organisationnelles dont des associations des journalistes. Ces mêmes principes ont force de loi parce qu'ils sont inclus dans la loi sur presse. Le journaliste est donc tenu à les suivre sous peine d'être sanctionné et par la juridiction des pairs et par la justice.

Vous saurez que la RPA se sert de ces différents formats signalés ci-haut et les membres de son personnel s' appuient sur ces règles d'éthique de déontologie pour mieux servir la société burundaise et la communauté internationale.Voyons de façon détaillée la RPA, notre matrice de travail, le contexte de création de ce médium, son fonctionnement, mais aussi et surtout les langues utilisées dans ses différentes productions.

2.5. Le paysage sociolinguistique de la RPA

Dans sa philosophie de vocation de radio communautaire, la RPA veut privilégier le bas peuple en témoigne sa devise « La voix des sans voix » car il constitue la grande majorité de la population. Elle préconise une exploitation horizontale d'une information, avec toutes ses facettes. La RPA parle des problèmes des petites gens qui ont des relations directes avec eux-mêmes. Partant d'un constant, la société burundaise est caractérisée par l'inégalité, l'injustice et l'exploitation de l'homme par l'homme et la RPA, dans son esprit de création, avait l'intention de

demander aux autorités, elles qui sont censées être gestionnaires de ces petites gens, pourquoi ils sont en cet état alors qu'ils paient les impôts ; et travaillent jour et nuit.

Les informations de la RPA doivent partir de la base au sommet qui recherchent un impact en suscitant des réactions des décideurs et le suivi des dossiers ; car comme le souligne Paul DE MAESNEER, dans son ouvrage : *Précis de journalisme radio, A vous l'antenne, « La radio ne peut servir la société que dans la mesure où elle conserve la confiance de ses auditeurs, sa crédibilité en tant que vecteur d'information et son pouvoir de persuasion en qualité d'agent du changement et du développement de la société »*[1].

Ainsi, créée en 2001, la Radio Publique Africaine (RPA) est un projet de l'Association pour la Radio Publique Africaine qui est une association sans but lucratif par Ordonnance Ministérielle N° 530/233 du 08/4/2000. La RPA poursuit son action en privilégiant dans sa programmation 5 domaines d'intervention :

- Bonne gouvernance, Justice et droits de l'homme ;
- Santé et Sida ;
- Economie et société ;
- Agriculture et environnement ;
- Sport et culture.

Fidèle à sa vocation de radio communautaire, de « voix des sans voix », la RPA pratique le journalisme de proximité en allant vers les communautés. L'antenne nationale de la RPA est dotée d'un réseau de correspondants locaux, et d'émetteurs couvrant tout le territoire national et les régions frontalières avec ses fréquences : 93.7 Mhz à Bujumbura , sur le 89.4fm à Kirundo et dans toute la région du Bugesera, le 97.9 à Ruyigi et toute la partie Est du Burundi et le 107.1 Mhz sur l'ensemble du territoire et quelques localités de la République Démocratique du Congo (RDC), du Rwanda et de la Tanzanie.

[1] DE MAESNEER, (P.), *A vous l'antenne, Précis de journalisme radio*, Manille, Nouveaux Horizons. 1992.

La RPA diffuse aussi ses journaux et quelques magazines sur Internet sur le www.rpa-radiyoyacu.org. Ses émissions sont diffusées principalement en 3 langues (Kirundi, Français et Swahili).

Depuis le 5 mars 2006, une antenne régionale à Ngozi(96 Mhz) couvre les provinces du nord du pays, Ngozi, Kayanza, Muyinga et Kirundo et propose aux auditeurs une programmation ciblée sur la région(en Kirundi, Français et Swahili).
La RPA prévoit prochainement l'ouverture d'autres antennes régionales dans les provinces de Ruyigi, à l'Est du pays et Makamba, au sud du pays. Pour le moment, la RPA émet 20 heures par jour, c'est-à-dire de 05 heures à 24 heures et compte diffuser ses productions 24h/24 bientôt.
Association sans but lucratif, la RPA regroupe les projets suivants :

- La Radio RPA basée à Bujumbura
- L'antenne régionale RPA Ngozi
- Le Tanganyika Studio, studio d'enregistrement professionnel pour la production de musiques et tous supports sonores (jingles, messages publicitaires, messages de sensibilisation, livres audio), montage vidéo, documentaires, dulcification DVD, etc
- Un émetteur mobile permettant des animations publiques interactives.

La vision de la RPA est d'œuvrer pour une société juste, sans violence, solidaire et prospère.
Les missions de la Radio Publique Africaine sont :

- Promouvoir plus de justice et d'égalité surtout en faveur des sans voix, plus de tolérance et de solidarité
- Promouvoir auprès des gouvernants et des citoyens, la recevabilité dans la gestion de la chose publique
- Contribuer à la promotion d'un citoyen libre, conscient et respectueux de ses devoirs, attaché à ses droits et à ceux d'autrui
- Stimuler l'exercice de la liberté d'expression chez les Burundais.

De la ligne éditoriale de la RPA

De façon générale, tout médium doit avoir une ligne directrice qui guide ses productions. A propos de cela, MARTINOT écrit ceci :

« Nettement définie au lancement de la radio, la ligne éditoriale d'une radio donne une identité à ses programmes d'information. Elle oriente implicitement ou explicitement la manière dont la rédaction va traiter l'information. En fixant des balises formelles ou informelles, elle participe au travail d'autocensure que s'autorisent certains journalistes. » [1]

Il s'agit en quelque sorte d'un code informel guidant chaque journaliste dans son travail quotidien d'hiérarchisation de l'information. Ainsi, l'humanitaire va passer le premier comme sujet de reportage à la RPA, du moins avant la rentrée d'une visite du président de la République, s'il n'apporte rien de substantiel à la population qui l'a mandaté. La RPA privilégie l'expression de la population plus que les interviews institutionnelles, l'information locale ou nationale au lieu de l'événementiel. La RPA est au service du public. Ainsi, la ligne éditoriale de la RPA, « La voix des sans voix »suscite la réflexion et oriente la hiérarchisation de l'information au sein de ses éditions parlées en français, en Kirundi et en Swahili ; et sur les thématiques prioritaires et les angles de traitement.

Formé de plus d'une cinquantaine d'employés, la RPA est composée de travailleurs de divers horizons, de différents niveaux de formation et de culture et partant, de diverses compétences. Comme le dira Yves AGNES :

« L'œuvre intellectuelle qu'est le journal est toujours le résultat d'un travail collectif. Plus le produit final est sophistiqué et riche, plus l'interpénétration des métiers et des compétences, à commencer par celles des rédacteurs, est grande ». [2]

---

[1] MARTINOT (P), *Des radios pour informer*, Paris, IPP, 2007, p.52.
[2] AGNES (Y), *Manuel de journalisme*, Paris, Collection Grands repères, La découverte, p 34.

Ainsi, le travail à la radio est un travail à la chaîne où tout le monde doit y mettre du sien ; et à part les communications professionnelles, ces employés échangent des paroles, au service ou en dehors de ce dernier, signe de toute vie en communauté. Voici l'organigramme de la RPA / Bujumbura, radio créée en mars 2001.

2.5.1. L'organigramme de la RPA



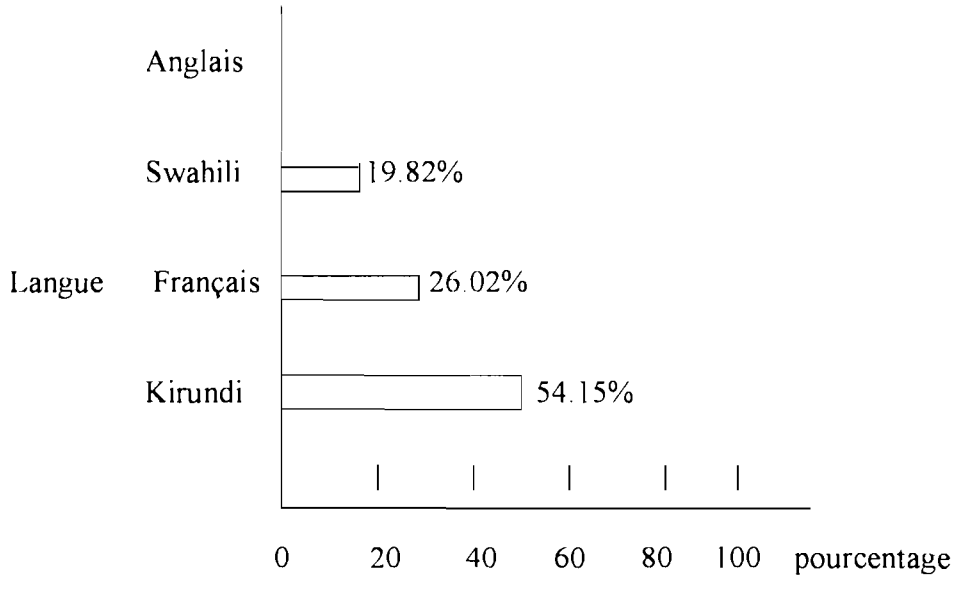
Radio associative et comme l'indique l'organigramme de la RPA ; à la tête de ce médium se trouve le Représentant légal de l'association RPA qui a crée le projet RPA. Vient ensuite le Directeur de la RPA et qui est secondé par trois services à savoir le service des programmes, le service administratif et financier ainsi que le service de la Rédaction. Tous ces départements sont sous la responsabilité du Directeur de la radio, au moment où le Représentant légal est le garant de la ligne éditoriale de la RPA, « la voix des sans voix ».

2.5.2. La grille des programmes RPA

Pour mieux visualiser le temps réservé au français, kirundi et swahili, les différentes productions ont été regroupées langue par langue. En considérant le temps de chaque production, on arrive à rassembler le nombre de minutes réservées à chaque langue par semaine. De cette analyse peut ainsi se dégager le pourcentage pour chaque grille analysée.

Le tableau suivant permet de visualiser les résultats de l'analyse

Tableau 1 : Le degré d'utilisation du français, du kirundi et du swahili sur RPA/Bujumbura



Ainsi, le kirundi est utilisé à 54,15%, le français l'est à 26,2% tandis que le swahili occupe 19,82% des émissions diffusées à la RPA. En langue nationale sont produites les émissions comme : Inkoramutima, Ugezehe, Ishaka2, Amakuru y'ijwi ry'Amerika, Heza,

Ivyanditswe, inkino, uterera iki, Bnub, kumuriri, kabizi, Nyunganira tubane, ibidukikije, Cukucuku, Akamuna, tuyage amagara yacu, Yaga muganga, Karamiriza, Ah'iwanyu, Intahe mu gihugu, Kaze kibondo, ACAT, Muraho, Babigenza bate ? Nomukurahe, Ntimutwinube, Ishaka, Urwaruka ni kazoza, Commexcell, Gospel, IFDC, Nkina nkebura, Ntusamare, Akahise, Umuririmvyi kuri RPA, Sport RPA, Ijoro ryiza, Umudiho wa zuki.
Les productions en langue française sont : VOA débat politique, Sans frontières pigistes, Jazz music, Forum économique,Club de la presse, Bnub, A visage découvert, Eureka je trouve, Les oubliés, OPB, Tempon de la soirée, Je cherche l'homme, Nostalgie, Santé DW, Learning by ear, Salon culturel

Enfin pour le swahili, y sont produites des émissions : NOA Bongo 1, Michezo, East African Music, Milindimo ya Pwani, Muganga ongea, tujenge taïfa, chemsha bongo, Dédicaces swahili, NOA Bongo II, Kipindi cha watoto, taarifa ya habari ya sauti ya Amerika, Anciens succès. Il est à noter que les émissions politiques (Kabizi, uterera iki, ijambo ni rwawe, A visage découvert, Abaduserukira, l'émission sociale Nomukurahe et les émissions de divertissement umuririmvyi kuri RPA et Anciens succès, seules occupent une heure de temps, la grande partie d'autres émissions durent plus ou moins trente minutes et très peu sont de 10 à 15 minutes ; c'est juste quelques émissions de la voix d'Allemagne, du STUDIO TUBANE, les bulletins sportifs et ceux des journaux écrits.

De façon générale et visiblement, l'usage du kirundi est prépondérant dans les productions de la RPA. Mais il est également à noter que les documents, dossiers officiels et correspondances administratives sont édités en français, d'où ce pourcentage d'usage de cette langue étrangère devrait être plus ou moins relevé si on tenait compte de la communication écrite.

Après avoir décrit le paysage sociolinguistique de la RPA et montré le degré d'usage du français, du kirundi et du swahili dans ses différentes productions, nous entamons les recherches sur terrain suivies de l'interprétation de ses résultats.

DEUXIEME PARTIE : PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE

Cette partie qui suit la partie théorique expose le produit de notre recherche. Elle permet aux différentes personnes de notre milieu d'étude de s'exprimer, de répondre à nos questions. Elle est subdivisée en deux chapitres : le premier porte sur la présentation de l'enquête et de ses résultats, le second sur l'interprétation des résultats de l'enquête.

CHAPITRE I : PRESENTATION DE L'ENQUETE ET DE SES RESULTATS

Dans ce chapitre, nous présenterons l'enquête par le biais d'un questionnaire soumis aux informateurs. Le questionnaire tourne autour des langues utilisées parmi le français, le kirundi et le swahili dans les communications professionnelles et échanges linguistiques plus étendus ; l'enquête sur le lieu de travail et en dehors du lieu de travail. Nous avons tenu compte du fait que les membres du personnel de la RPA s'expriment au micro, dans des échanges de plusieurs catégories au service ou ailleurs.

Le questionnaire se rapporte à l'identification des situations linguistiques justifiant l'usage du français, du kirundi et du swahili et leur place dans la population de la R.P.A ainsi que l'appréciation de l'interlocuteur/auditeur. En outre, ces questions orientent les réponses et laissent s'exprimer librement l'enquêté.

1.1. Profil de nos informateurs

Pour le 1er questionnaire, questionnaire réservé au personnel de la RPA, les critères nationalité et service nous ont guidées dans le choix de l'échantillon. Ainsi 20 individus ont représenté tout le personnel de 55 personnes.

Tableau 2: La répartition de notre échantillon par nationalité.

Répondant / Nationalité	Nombre	Pourcentage
Burundaise	18	90%
Rwandaise	1	5%
Congolaise	1	5%

Ici le critère âge et sexe n'a pas retenu notre attention, mais plutôt leurs services ;

Tableau 3: La répartition de notre échantillon par service

Service	Nombre	Pourcentage
Administration	02	10%
Rédaction	07	35%
Programmes	07	35%
Technique	02	10%
Commercial et marketing	02	10%

Au plan sociolinguistique, la RPA comprend les employés de nationalité burundaise, rwandaise et congolaise répartis en trois services : Administration (dont la section commerciale et marketing), rédaction et programmes (dont la section technique) où les langues sont le plus manipulées quotidiennement.

Au 2ème questionnaire des auditeurs de la RPA, ceux qui ont été interrogés ont été choisis tenant compte du critère groupe d'âge et du genre aussi, tous répartis en mairie de Bujumbura ; et le critère minimal pour répondre à nos questions était d'être un fidèle auditeur de la RPA, ou professionnel des médias.

Ainsi, les 15 personnes interrogées se répartissent comme suit :

Tableau 4: La répartition de notre échantillon par âge et par sexe

Sexe / Tranche d'âge	Homme	Femme	Total	Pourcentage
De 20 à 35 ans	3	4	7	46%
De 36 à plus	5	3	8	53,3%

Certes, l'enquête nous a fourni des données répondant aux objectifs que nous nous sommes assignés. Cependant, nous pouvons nous demander si un tel échantillon nous a permis de nous rendre compte de l'impact de l'usage du kirundi, du français et du swahili à la RPA, pour une station qui compte des milliers d'auditeurs. Peut-être faudrait-il se référer et s'en tenir aux propos de R. MUCCHIELLI lorsqu'il souligne que « *la détermination des moyens financiers et de délai conditionne les objectifs de l'enquête, leur nombre, le niveau de profondeur à viser*..... »[1].

[1] MUCHIELLI (R.), *Le questionnaire dans l'enquête psycho-sociale*, Paris, Librairies techniques, éd. sociales françaises, 1975, p20.

Au cours de notre enquête, nous avons également consulté la grille des programmes de la RPA pour identifier le temps imparti aux différentes langues sur les antennes et dans ses productions (journaux, émissions et spots publicitaires).

1.2. Questionnaire au personnel de la RPA

1.2.1. L'Usage professionnel des langues

Q.1. Quelle est votre langue maternelle ?

Réponse : la quasi-totalité du personnel de la RPA est faite de nationaux ; d'où le kirundi est la langue maternelle de 90% de notre population d'enquête, soit 18/20. Le chiffre 20 étant l'échantillon du personnel considéré.

Le mashi et le kinyarwanda sont respectivement langue maternelle du Congolais et du Rwandais de notre population d'enquête.

Q.2. Quelle est votre langue préférée ?

Tableau 5: **Préférence linguistique**

Langues / Répondants	Kirundi	Français	Swahili	Anglais	Autres
Ni	10	5	4	1	0
%	50%	25%	20%	5%	0%

Les sensibilités linguistiques, les influences d'origine ou d'enfance, les influences du milieu de résidence ou des confessions religieuses nous ont fait aboutir à ces résultats ci-dessus.

Q.3. A votre avis, pourquoi parle-t-on plusieurs langues au service ?

Voici les réponses de nos enquêtés :

- Pour se faire comprendre par tous, aussi parfois un mot vient plus facilement dans une langue qu'une autre.
- A la R.P.A, nous travaillons avec des gens de nationalités différentes

- Pour mieux communiquer avec ceux qui parlent des langues différentes
- Selon le sujet et la situation de communication, il y a des sujets traités qui nécessitent les langues étrangères comme le français ou l'anglais
- Je change de langues en fonction de mon interlocuteur
- Quand je fais l'animation libre ou de divertissement pour que tous les gens interviennent, ça dépend du public cible
- Pour être compris par ceux qui ne maîtrisent pas ma langue
- Ça dépend des objectifs qu'on se fixe et de l'interlocuteur
- Pour se faire comprendre par tout le monde
- Ça dépend de quoi et à qui on parle
- Tu changes de langue en fonction de celle de ton auditeur
- Pendant les reportages, on fait les trois langues comprises par la grande majorité de nos auditeurs
- Cela parce que les sensibilités linguistiques sont diverses
- A la radio, il y a des programmes en kirundi, en français et en swahili
- En journalisme, on est obligé de consulter l'Internet ou les livres. Et comme la quasi-totalité de ces documents sont en français ou en anglais, on est obligé d'utiliser ces termes qui n'existent pas forcément en kirundi, d'où nous manipulons plusieurs langues au service.

Q.4. Quelles langues utilisez-vous quand vous vous adressez aux collègues, aux auditeurs, aux chefs hiérarchiques, aux partenaires de la R.P.A ?

Tableau 6: **Usage des langues dans le cadre professionnel**

Catégorie de gens / Langue	Collègues		Auditeurs		Chefs hiérarchiques		Partenaires	
	Ni	%	Ni	%	ni	%	ni	%
Kirundi	4	20%	5	25%	2	10%	5	25%
Français	1	5%	5	25%	4	20%	1	5%
Swahili								
Kirundi-Français	1	5%	4	20%	8	40%	3	15%
Français-swahili	1	5%			3	15%	1	5%
Kirundi-Swahili	2	10%			3	15%	1	5%
Kirundi-Français-Swahili	7	35%	3	15%	3	15%	3	15%
Français-Anglais-Swahili							1	5%
Anglais								
Toutes	4	25%	3	15%			6	30%

Le présent tableau montre l'usage des langues selon les locuteurs de chacune d'elles ; nous sommes dans le cadre purement professionnel. Comme nous l'avons expliqué ci-haut ; une fois au service, le personnel de la RPA communique avec les collègues, les chefs hiérarchiques, les auditeurs ainsi que les partenaires de la radio (demandeurs de ses services, les bailleurs, ...) en se servant de différentes langues en fonction des circonstances et des interlocuteurs.

NB : ni représente l'effectif des répondants

1.2.2. Le degré de maîtrise des langues utilisées

Q.5. *Parlez-vous correctement le Français, le kirundi et le swahili et l'anglais ?*

Q.6. Comprenez-vous correctement le français, le kirundi, le swahili, l'anglais ?

Q.7. Lisez-vous correctement le français, le kirundi, le swahili, l'anglais ?

Q.8. Ecrivez-vous correctement le français, le kirundi, le swahili, l'anglais ?

Tableau 7: **Compétence linguistique des enquêtés.**

Compétence \ Langue		Kirundi		Français		Swahili		Anglais	
		ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
Q.5. Aptitude à parler	Excellent	17	85%	18	90%	7	35%	3	15%
	Moyen	2	10%	2	10%	5	25%	9	45%
	Assez bon					5	25%	7	35%
	Médiocre	1	5%	1	5%	3	15%	1	5%
Q.6. Niveau de compréhension	Excellent	18	90%	19	95%	6	30%	5	25%
	Moyen	20	10%	1	5%	10	5%	8	40%
	Assez bon					2	10%	6	30%
	Médiocre					2	10%	1	5%
Q.7. Aptitude à lire	Excellent	18	90%	20	100%	6	30%	11	55%
	Moyen					6	30%	5	25%
	Assez bon	1	5%			5	25%	3	15%
	Médiocre	1	5%			3	15%	1	5%
Q.8. Aptitude à écrire	Excellent	15	75%	17	85%	5	25%	5	25%
	Moyen	4	20%	3	15%	8	40%	10	50%
	Assez bon					2	10%	5	25%
	Médiocre	1	5%			5	25%		

N.B : ni représente l'effectif des informateurs selon leurs aptitudes.

Q.9. A la R.P.A, quelle est la langue qui vous semble privilégiée ?

Tableau8 : **Degré d'usage des langues à la R.P.A**

Usage \ Langue	Kirundi	Français	Swahili	Anglais	Autres
Ni	18	1	1	0	0
%	90%	5%	5%	0%	0%

RPA, « la voix des sans voix », son personnel est en contact permanent avec ces petites gens qui ne parlent que kirundi. Ils estiment que le kirundi est utilisé à 90%.

Q.10. Vous arrive-t-il d'utiliser plus d'une langue, de mélanger les langues dans votre Conversation? Dans votre journal? Dans votre émission? Dans votre spot publicitaire? Si oui quand et pourquoi ?

Dans la conversation oui :

- là on est plus libre avec les confrères et les consœurs
- quand je parle à mes collègues ou à mes supérieurs car eux aussi mélangent les langues
- pour remonter le moral du personnel
- pour permettre la compréhension des collègues et partenaires de la RPA
- Parce qu'il y a des mots difficiles à prononcer en kirundi voire introuvables, (surtout les termes des outils techniques : le flash)
- Parce que ce n'est pas formel comme les journaux ou les émissions. C'est juste pour faire passer le message et je mélange les langues pour me faire comprendre.
- En face des gens/demandeurs de service de la RPA qui ne comprennent pas bien le kirundi alors on est obligé de mélanger les langues
- Il y a des idées qui sont mieux exprimées dans une langue que dans une autre
- Car c'est en dehors des activités de la radio, ou en réunions de production pour mieux se comprendre.

Au journal : oui, s'il s'agit de traduire

non, ça serait une faute professionnelle

A l'émission oui : - s'il s'agit de traduire

- c'est possible, permis
- pour rendre plus vivant nos émissions
- il y a des réalités intraduisibles ; et si on essaie de le faire, on risque de dérouter les auditeurs. C'est le cas de certains noms scientifiques ou dans le domaine de l'informatique
- dans une émission de divertissement, c'est pour que le message puisse être bien capté par différentes personnes de diverses couches sociales.

- lorsqu'on a des termes techniques à traduire.

Non, je fais une émission en une langue

Dans un spot publicitaire :

Oui, parce qu'on s'adresse à des clients potentiels qui passent d'une langue à une autre.

- pour rendre la publicité plus impeccable ou super !
- le mélange des langues dans une publicité la rend plus attrayante, captivante
- des fois, on est contraint à mélanger les langues pour que ça sonne comme si on était en pleine conversation entre amis, bref, pour que cela sonne vrai
- pour user d'un jargon communément utilisé par la population même s'il est d'une langue différente de celle employée pendant cette publicité.

Q.11. Dans quelles circonstances êtes-vous obligé de parler exclusivement

- le français :

- Quand on est en face de quelqu'un qui ne parle pas le kirundi officiellement ;
- Dans une émission propre qui s'anime en français ;
- Lorsque je m'entretiens avec quelqu'un qui ne parle ni swahili ni kirundi
- Quand l'interlocuteur est censé s'exprimer en français ou s'il est étranger et ne comprend pas le kirundi
- Si on rencontre un francophone, on est obligé de parler exclusivement le français aux journaux et émissions en français
- Quand je fais mon émission en français
- Pendant la lecture des communiqués en français, au cours des formations professionnelles, ou en présence des bailleurs.
- Je parle exclusivement français au cours des émissions en cette langue et dans des correspondances administratives
- Quand je suis face à quelqu'un qui ne parle que cette langue ou qui ne comprend pas une autre langue que je parle aussi, comme le français est la langue officielle ici au Burundi
- Au cours du journal ou émission ou animation en langue française ou si on est en contact avec quelqu'un qui connaît exclusivement cette langue.
- Si on s'adresse aux étrangers qui ne parlent que le français
- Dans le journal en français

- En face des bailleurs des fonds ou quand on s'adresse à la communauté internationale et aux instances de prise de décisions
- Quand on s'adresse aux personnes qui parlent exclusivement français
- Quand on échange avec les étrangers et des intellectuels de haut rang
- Au journal ou à l'émission
- Face à un expatrié qui ne maîtrise pas le kirundi.

• Le kirundi :

- face à un compatriote qui ne connaît pas le français
- au journal ou émission en kirundi
- au journal et face aux gens qui ne parlent que kirundi
- au cours des événements familiaux des confrères ou consœurs
- dans les interviews
- dans des pauses au service
- au cours de l'émission ou animation en kirundi
- je fais un effort quand l'autre ne comprend que le kirundi
- aucune fois
- lecture des communiqués et émissions en langue nationale et au cours des échanges avec mes collègues compatriotes.
- Quand je fais le reportage en kirundi et quand je lis des communiqués en kirundi
- Après des séances de travail
- Dans une émission propre en kirundi
- Quand on est en face de quelqu'un qui ne maîtrise pas d'autres langues

• Le swahili :

- quand on est en face d'une personne qui ne maîtrise que le swahili
- aucune fois
- jamais
- en face d'un étranger qui ne parle que swahili
- jamais
- jamais
- aucune fois
- quand l'interlocuteur ne parle pas français ou anglais

- au journal ou émission en swahili ou en face d'un swahiliphone
- jamais
- quand on s'adresse aux gens qui ne connaissait que le swahili
- avec la population urbaine
- au journal ou émission en swahili
- face à un swahilophone à 100%

Q.12. Faites-vous beaucoup d'efforts pour ne pas mélanger les langues quand vous parlez au service ?

- Non, parce que je trouve bon de mélanger les langues
- Non (2 fois)
- Oui, surtout quand je fais une interview en kirundi
- Non, pas beaucoup d'efforts
- Non, je ne parle qu'une langue à la fois avec la même personne
- Evidemment, sinon c'est une mauvaise habitude, comme s'il s'agit d'une circonstance qui nécessite une seule langue, cette tendance à mélanger les langues peut être bannie
- Oui, de temps en temps
- Oui, s'il s'agit de journaux mais dans d'autres cas c'est normal de mélanger les langues
- Oui, quand je suis dans une émission qui a sa propre langue de production avec un groupe cible bien précis
- Oui, et c'est très important car il y a des milliers de personnes qui vous écoutent. Alors, il faut faire très attention et préparer ce qu'on va dire au micro à l'avance.
- Non vraiment, car celui-là qui ne parle pas les langues que j'utilise, il les comprend moyennement
- Non, ça vient spontanément
- Oui, pour mieux communiquer avec mes collègues
- Non, je m'adapte tout de suite, en fonction de mon interlocuteur.

1.2.3. L'usage des langues dans la vie privée

Q.1. = Dans quelle langue parlez-vous le plus souvent ?

Tableau 9 : **Langues utilisées par nos informateurs dans certains endroits en dehors du Service.**

Domaine / Langues utilisées	Maison	Bistrot	Eglise	Quartier
Kirundi	60%	35%	35%	30%
Français	5%		15%	5%
Français-Swahili				20%
Swahili	10%	10%	10%	10%
Français-Kirundi	15%	20%	20%	10%
Kirundi-Swahili	10%	5%	5%	5%
Français-Swahili-Kirundi			15%	20%
Toutes		25%		30%

Au cabaret et au quartier, nos informateurs disent qu'ils sont plus « relax », d'où l'usage de toutes les langues ; mais ajoutent-ils, s'ils sont entourés d'inconnus, ils se servent du kirundi seulement pour question de prudence. A noter également que le Kirundi est plus utilisé partout. A l'église, lieu « sacré », les personnes interrogées qui s'y rendent se servent de la langue de prédication.

Q2. Avec qui parlez-vous votre langue préférée ? (époux, frères et sœurs, voisins, amis, collègues)

Tableau 10**: Usage des langues selon les affinités**

Catégorie	*Fréquence*
Epoux	11
Frères & sœurs	9
Voisins	6
Amis	7
Collègues	10

Nos informateurs affirment parler leurs langues préférées avec leurs époux au 1er degré au 2ème degré viennent les collègues viendront et enfin les amis et voisins.

Q.3. Vous arrive-t-il de changer de langue en fonction du sujet traité ?

Tableau 11: Alternance de langues en fonction du sujet traité.

Réponses / Répondants	Oui	Non	Total
Ni	16	4	20
%	80%	20%	100%

- Oui, j'utilise le français dans les discussions d'idées, le kirundi par rapport à des sujets pris terre à terre.
- Oui, si on s'adresse à celui qui parle une langue quelconque qui facilite la Communication.
- Oui, quand il s'agit d'un débat élevé, j'utilise le français, et le kirundi et le swahili dans des blagues
- Oui, quand je suis obligé de le faire
- Oui, pour garder le secret, si quelqu'un s'improvise dans le groupe
- Oui, surtout avec les étrangers
- Oui, il existe des sujets tout à fait délicats et peut être pour les aborder, ça nécessite une langue particulière/autre pour faciliter la communication
- Non, je traite les mêmes sujets dans toutes les langues que je parle, je ne change de langue que quand je change d'interlocuteur
- Oui, cela dépend des circonstances d'échanges de paroles et des interlocuteurs aussi.
- Non, je pense que je n'ai jamais senti ce besoin de changer de langue en fonction du sujet traité car cela reviendrait à dire, soit que je ne maîtrise pas la langue, soit que je n'ose pas utiliser tel ou tel autre mot ou terme dans une langue telle.
- Oui, pour mieux me faire comprendre
- Oui, dans les rencontres familiales et les événements sociaux
- Oui, quand l'interlocuteur ne comprend que cette langue
- Oui, lorsqu'il y a des termes difficiles à traduire

La plupart des répondants affirment changer de langue en fonction des circonstances d'échange de parole : que normalement, ils s'expriment dans la langue qui leur est facile, mais que si quelqu'un d'autre s'improvise dans le groupe ou qu'ils abordent des sujets délicats ou techniques, ils changent de langue et utilisent celle qui leur facilite la communication.

Q.4. A votre avis, pour quelle raison parmi les suivantes, mélange-t-on plusieurs langues dans une conversation?

Tableau 12: **Les causes du mélange des langues**

Causes / Fréquence	Par souci de précision	Pour faciliter la conversation	Ne pas connaître la langue	Par snobisme	Par habitude	Total
Ni	4	6	4	1	5	20
%	20%	30%	20%	5%	25%	100%

Souvent, le mélange de langues se fait à cause de la non maîtrise de la langue de départ et par habitude. Après le dépouillement de ces résultats d'enquête grâce aux tableaux et aux commentaires relatifs à l'usage de ces langues par le personnel de la RPA, voyons l'impact de l'usage de ces langues sur la société que ces locuteurs sont appelés à servir ou à influencer positivement (le rôle d'une radio étant celui de promouvoir le développement de la société).

Q.5. *Est-ce-que vous encouragez votre entourage à parler kirundi, français, anglais et swahili ?*

De façon générale, tous les échanges linguistiques du personnel de la RPA concourent à l'influence linguistique de l'auditeur grâce au vocabulaire et usages nouveaux des différentes langues captés à la radio à distance. Parallèlement, les membres du personnel de la RPA influencent face à face leurs interlocuteurs divers lors d'échanges de parole. Car ces derniers s'expriment tenant compte de la langue du locuteur qu'est ce membre du personnel RPA.
Particulièrement le personnel de la R.P.A l'encourage à parler kirundi pour qu'il ne soit pas acculturé; le kirundi étant la langue nationale de la plupart de son entourage.

Les membres du personnel de la RPA affirment aider ou pousser les gens de leur entourage à parler français pour les rendre des citoyens du monde; ce dernier étant une langue officielle et surtout internationale susceptible de les aider en cas de rencontre avec les étrangers.

Enfin, l'anglais et le swahili ne sont pas en reste ; le personnel de la RPA s'en sert pour aider les membres de son entourage à s'intégrer dans la sous-région, les deux langues étant les plus usitées dans la communauté est-africaine dont le Burundi fait partie. En outre, la maîtrise de l'anglais leur faciliterait de s'intégrer facilement dans le monde entier, car il y est le plus parlé.

1.3. Questionnaire aux auditeurs de la RPA

1.3.1. Taux d'écoute des radios locales

Q.1. Avez-vous un poste récepteur ?

Tableau 13: La possession d'un poste récepteur

Tranche d'âge	Sexe		Oui		Non		% Oui		% Non	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
20 à 35 ans	3	4	3	4	0	0	100%	100%	0%	0%
35 ans et plus	5	3	5	3	0	0	100%	100%	0%	0%
Total	8	7	8	7	0	0	100%	100%	0%	0%

Tous les auditeurs interrogés disent avoir un poste récepteur. Même ceux qui n'ont pas de poste récepteur propre à eux surtout les jeunes, ils affirment utiliser des téléphones portables pour suivre les journaux et émissions.

Q.2. Quelles sont les radios que vous écoutez le plus ?

Tableau 14: Taux d'écoute des radios locales

Radios écoutées / Genres et tranches d'âge	R.T.N.B		R.P.A		CCIB F.M +		ISANGANIRO		BONESHA		AUTRES	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
20 à 35 ans	0	1	3	3	3	3	1	2	2	2	3	2
36 ans et plus	3	3	5	3	0	0	5	3	5	3	4	2
Total	3	4	8	6	3	3	6	5	7	5	7	4
%	37,5%	57,1%	100%	85,7%	37,5%	420,8 %	75%	71 ,4 %	87,5%	71 ,4 %	87,5%	57,1%

D'après les personnes interrogées, elles écoutent le plus la R.P.A, Bonesha Fm et ISANGANIRO. D'après elles, les nouvelles de ces stations touchent à tout y compris toutes les informations en rapport avec la sécurité et la politique, et la justification avancée, elles ne seraient pas très censurées par le gouvernement. La CCIB Fm + est à son tout très écoutée par les jeunes (de 20 à 35 ans) et jamais par les adultes de (36 et plus) ; ça serait les variétés musicales y balancées qui les attirent sûrement.

Q.3. Ecoutez-vous la R.P.A

La réponse se trouve dans le tableau ci-haut. La R.P.A est écoutée à 100% par les hommes interrogés et à plus de 85% des femmes interrogées.

Q.4. Comment trouvez-vous les émissions de la R.P.A

A cette question, voici la synthèse des réponses données par les auditeurs ciblés

- Elles sont très bonnes et intéressantes ;
- Les émissions politiques sont très intéressantes, riches et variées ;

- Elles sont informatives et fouillées mais certaines manquent d'objectivité ;
- La R.P.A s'intéresse beaucoup aux informations de révélation, d'investigation qui font découvrir les choses cachées, mais très peu d'activités gouvernementales sont couvertes par cette radio ;
- Les émissions de la R.P.A sont inspirantes, mirobolantes ;
- La R.P.Ä est une radio de proximité, très proche du peuple au vrai sens du mot et traite tous les sujets de petites gens ;
- Elle répond directement à tout appel indépendamment de la personne qui fait appel à elle.

1.3.2. L'appréciation des langues utilisées à la RPA par l'auditeur

Q.5. Quelles sont les émissions qui vous intéressent le plus à la R.P.Ä ? Pourquoi ?

Tableau 15 : Préférence des productions de la RPA

Genre d'émission / Genre et tranche d'âge	Les journaux		Emissions politiques		Emissions sociales		Emissions de divertissement		Autres	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
20 à 35 ans	0	1	2	2	2	1	1	1	1	0
36 ans et plus	4	2	3	3	1	1	0	0	0	2
Total	**4**	**3**	**5**	**5**	**3**	**2**	**1**	**1**	**1**	**2**
%	**50%**	**42,8%**	**62,5%**	**71,4%**	**37,5%**	**28,5%**	**12,0 5%**	**14,2%**	**12,5%**	**28,5%**

Les émissions politiques « Kabizi, Abaduserukira, Ijambo ni rwanyu, Uterera iki ? sont plus écoutées à plus de 65% (la moyenne des deux sexes); ensuite viennent les journaux suivis à presque 50% du moins selon les auditeurs interrogés. Les émissions sociales (femme, santé, environnement, jeunes .....) occupent la troisième place et viendront plus tard les émissions de divertissement (questions jeux réponses, variétés musicales, émission CUKUCUKU destinée à faire rire) suivies plus par les moins de 35ans et rarement, si pas jamais par les adultes de 36 ans et plus.

Ces auditeurs aiment plus les émissions destinées aux petites gens, aux plus vulnérables, aux travailleurs des maisons et des petits métiers, selon l'un deux ; je cite *« leur donner la parole en leur tendant le micro est une façon de les valoriser »*, et l'autre de la compléter en disant ceci : *« les émissions de la RPA donnent à la population l'occasion de s'exprimer sur la vie du pays, et cette station milite pour le développement de l'habitat, du territoire via ses émissions. »*

Q.6. Ces émissions sont produites en quelles langues ?

La plupart des émissions sont produites en langue nationale. Très peu sont produites en français et en swahili. La majorité des auditeurs étant des burundais parlant kirundi, ils trouvent que c'est tout à fait logique et normal.
Néanmoins, lorsqu'il s'agit des journaux, ces trois langues sont utilisées à parts égales, que ce soient des journaux de la RPA elle-même, ou ceux des stations étrangères : la Voix d'Amérique ou la Voix d'Allemagne.

Q.7. Le niveau du français, du kirundi et du swahili utilisé par le personnel de la RPA vous convient-il? Répond-il à vos attentes? Expliquez !

Des réponses ont été fournies à propos:

- Oui, parce qu'on utilise un vocabulaire très simple à comprendre
- Oui, le niveau du français et du kirundi me convient mais je ne maîtrise pas le swahili, donc je ne peux pas me prononcer pour cette langue !
- Oui, mais j'aimerais signaler que certains termes utilisés en français et en kirundi ne sont pas du tout cohérents car ils peuvent entraîner des exagérations au niveau des faits relatés ou d'autres manquements en matière du métier de journalisme
- Oui, car l'important pour moi n'est pas la perfection de la langue, mais le contenu.
- Oui, le niveau de ces langues me convient de façon générale, mais parfois en kirundi, certains mots sont forgés.
- Pour les émissions oui, mais le niveau du français laisse parfois à désirer, par exemple les termes ou expressions françaises utilisées.

En gros, la quasi-totalité des auditeurs interrogés nous ont affirmé que le niveau des langues utilisé est satisfaisant car ils utiliseraient un vocabulaire simple et facile à comprendre. Néanmoins, ils déplorent l'utilisation de certains mots forgés en kirundi ou tout simplement inventés. Autre chose à relever, c'est que, même si pour certains auditeurs l'important n'est pas la perfection mais le contenu, d'autres signalent que le niveau du français dans les journaux est à améliorer.

Q.8. Des trois langues utilisées à la RPA, (français, kirundi, swahili), laquelle est plus utilisée ? Votre appréciation/commentaire!

Selon presque tous les auditeurs interrogés, la langue la plus utilisée est le kirundi et cela pour plusieurs raisons :

Pour certains c'est le meilleur moyen pour atteindre la majorité de la population burundaise d'autant plus que cette même population est à plus de 90% analphabète et donc/parle kirundi.

Pour d'autres, ils trouvent cela également normal car la RPA est la radio du peuple et c'est aussi une façon de promouvoir notre langue maternelle qui est un vestige pour le Burundi, c'est aussi la langue maternelle qui permet de mieux comprendre le fond et la forme du message transmis pour la plus grande majorité des auditeurs de ce médium.

Q.9. Avant de mettre fin à notre entretien, avez-vous des suggestions à faire à l'endroit de la RPA à propos des langues de ses productions :

En voici quelques unes :

- Dans le cadre de cette promotion du kirundi, il faudrait que la RPA organise des concours de kirundi via des sketches, la poésie burundaise, etc.
- Soigner le style
- Faire usage d'un bon langage qui n'est pas celui de la rue, mais de l'académie
- Faire des bons sons surtout dans les journaux et émissions
- Il faudrait améliorer les connaissances en langue nationale pour certains journalistes
- Il y a des termes à éviter surtout dans l'émission Cukucuku

- C'est vrai que le niveau de perfection de la langue n'est pas l'objectif premier, mais une information transmise correctement est très attrayante, il faut donc améliorer les trois langues.
- Ces langues utilisées à la RPA suffisent pour transmettre le message à la population qui a soif du développement et aussi ce sont des langues dans le temps utilisées à l'école.
- Il faudra faire plus de productions en français et en swahili
- Il faut chercher un dictionnaire rundi, car certains mots sont prononcés en français, il faut pouvoir les transcrire en kirundi
- Certains journalistes semblent ne pas maîtriser la langue française, on l'entend dans leurs reportages. Il faut les former pour améliorer leurs niveaux.
- Il faut améliorer l'émission animée par Mashok « ni imvugo yo mu rusengero ».
- Les langues des productions de la RPA sont bien comprises et plus écoutées ; mais il faut aussi songer à la langue anglaise car le Burundi fait partie des pays de l'East African Community.
- A propos des langues des productions de la RPA, cette station a réussi et nous les auditeurs, nous sommes très convaincus, mais veuillez prolonger les heures de travail jusqu'à l'aube.
- Le français devrait avoir plus de places pour encourager les burundais à l'apprendre, c'est une langue internationale.
- Faire attention au français utilisé car la radio doit aussi jouer le rôle de faire acquérir des connaissances en français : moins de fautes alors. Pour le kirundi, vous « inventez des mots », mais c'est aussi le rôle de la radio car toute une langue vivante doit inventer des mots.

Les résultats de l'enquête que nous venons de présenter ont précisé le degré de maîtrise des langues par le personnel de la RPA, le degré d'usage de chacune d'elles dans les différentes productions médiatiques et dans la vie privée. En outre, les critiques et suggestions des auditeurs de la RPA permettront sans doute l'amélioration des productions de la RPA au niveau linguistique.

CHAPITRE II. ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS

Après la présentation de notre enquête, il s'avère nécessaire d'analyser et d'interpréter les résultats de cette dernière. Cette étape nous achemine vers les conclusions de notre travail.

Les résultats de notre enquête nous ont permis de dégager le degré d'usage des trois langues et les interférences issues de divers contacts de ces langues comme vous le verrez dans les pages à suivre.

2.1. Usage des langues

Une question fondamentale se pose :
Pourquoi mener une enquête sur l'usage des langues dans la vie de tous les jours du personnel de la RPA ?

En fait, la RPA est multilingue et l'objectif est de relever les situations dans lesquelles ces langues sont utilisées, les comparer si besoin il y a, identifier les mêmes structures rencontrées dans les diverses situations de communications professionnelles ou non -professionnelles et enfin dégager les règles générales communes à ces langues. Renauld et al. disent clairement :

« *Une raison fondamentale est qu'en sociolinguistique, on se rend compte qu'en milieu multilingue les langues ne sont pas utilisées en désordre. Il existe des structures régulières d'utilisation des langues, une description fidèle de cette structure revêt un double intérêt : d'abord sur le plan théorique, elle permet de comparer des structures similaires identifiées dans différentes situations de communication pour ensuite dégager des règles générales sinon universelles, sur le plan pratique, elle permet de mieux développer le système verbal en milieu multilingue moderne* »[1].

En effet, la langue de communication utilisée par un multilingue est choisie en fonction du groupe cible et de l'objectif à atteindre à la fin de ladite communication.

---

[1] DIE (M), RENAULD (P) & al., « Structures et méthodes » in *Atlas linguistique de l'Afrique centrale*, Paris, ACCT, ACCT, 1985, p 86.

C'est ainsi que dans les communications non -professionnelles, les langues ne sont pas soigneusement employées (par exemple au bistrot, au quartier, ...) au moment où le strict respect de l'usage des langues est de rigueur dans les communications professionnelles.

Le multilinguisme engendre l'emprunt et le métissage linguistique.

2.2. L'emprunt

Selon Calvet; *« L'emprunt est le plus souvent la trace d'un statut de domination linguistique. Il est présenté comme preuve d'incapacité des langues indigènes à traduire le monde moderne*[1].

Henri BOYER complète Louis CALVET en disant ceci : *« L'emprunt des mots anglais n'est certes pas pour la langue française le très grave danger que font croire trop de propos (alarmistes), il faut reconnaître qu'il tend à prendre des proportions plus grandes qu'aux autres étapes de l'histoire de la langue (....) parce que l'époque contemporaine (.....) ménage à sa pénétration des voies plus larges que jamais.*

En effet, ces voies sont celles de la presse et des média en général, qui souvent, ne traduisant pas, importent sans changement, et celles de la publicité commerciale »[2].

Selon Henri BOYER, il existe tout un échantillon de termes recommandés et de termes à éviter, concernant deux domaines très « sensibles » : l'audio-visuel et la publicité. Ces termes sont publiés dans les journaux officiels (soit en 1983, 1985, etc) et tous ces mots nouveaux concourent à l'enrichissement du vocabulaire de la langue française.

Quelques emprunts (médias & presse)

- animateur (Disc Jockey DJ)
- baladeur (walkman)
- cadreur (cameraman)
- caméscope (cancorder, camrecorder)
- commanditaire (sponsor)

---

[1] CALVET (L), *Linguistique et colonialisme*, Paris, Payot, 1974, p.88.
[2] BOYER (H.), *Eléments de sociolinguistique*, Paris, Coll. Hagege, 1987, pp. 95-116.

- disque compact (compact DISC = CD)
- distribution artistique (casting, cas)
- épreuve (rash)
- exclusivité, primeur (scoop)
- feuilleton (serial)
- message publicitaire (spot)
- palmarès (hit – parade)
- parrainage (sponsoring)
- perchiste (perchman)
- présonorisation (play – back)
- remue – méninges (brain - storming)
- retour en arrière (flash –back)
- sonal (jingle)
- spectacle solo (one man show)
- stylistique (design)

L'anglomanie de la société française a produit beaucoup de termes nouveaux dans plusieurs domaines notamment la vie quotidienne et surtout les sports (football, boxe match, record, golf, score) et dans une radio où le journaliste doit se servir de ces mêmes emprunts, mots en vogue pour reporter aux auditeurs le déroulement ces activités sportives.

Voici par exemple, un extrait du commentaire de MASUDI BIKORIMANA, journaliste reporter à la RPA, c'était un match opposant les équipes nationales du Rwanda et du Burundi le 5 juin 2011 à Bujumbura, au cours de l'élimination pour la CAN 2012 : « Teamu ya Intamba mu Rugamba tayari imejipatia kona mbili. Mpira ni wa kutenga kueleke goli la AMAVUBI. Kocha alalamikia wachezaji wake kutofanya vizuri katika mechi. Dhindi ya Rwanda na Burundi ».

« Intamba mu rugamba » = équipe nationale du Burundi

« AMAVUBI » = équipe nationale du Rwanda.

Cela signifie :

« Le team/équipe intamba mu rugamba a déjà eu deux « corners » .....

- La balle à terre va être lancée en direction du « goal » de l'équipe « Amavubi »
- Le coach/entraîneur insulte ses joueurs pour n'avoir pas bien joué le match/jeu qui a opposé le Rwanda et le Burundi.

Ce reportage en swahili regorge beaucoup d'emprunts d'origine anglaise timu/team, kona/corners ; goli/goal ;/kocha/coach, mechi/match et un seul d'origine rundi :mpira/umupira. Sport d'origine anglaise, le football est devenu avec le temps un sport désormais français avec une terminologie francisée et propre, en témoigne cette traduction du commentaire du match où certains mots comme goal, corner, match trouvent avec difficultés les équivalences en français.

En somme, le sport constitue l'un des domaines où le français a emprunté de façon plus ou moins systématique. Cela va de soi dans la mesure où la plupart des sports étant d'origine étrangère, le français a alors intégré dans son lexique des réalités venues d'ailleurs. Ainsi, le football, le basket-ball, le golf et d'autres disciplines sportives ont apporté au lexique français une multitude de terminologies anglo-américaines.

Selon l'opinion de GOUGENHEIM, *« Les emprunts de vocabulaire sont donc des témoignages précieux des relations entre les peuples. Il serait vain de chercher quel est le peuple qui doit le plus aux autres : tout dépend du milieu et du moment. A l'époque actuelle, la multiplicité des emprunts dans les domaines scientifiques et techniques tend à créer un certain vocabulaire international qui répond à un des aspects de la civilisation moderne »*[1].

Pour ce qui est du domaine technique justement, l'usage de l'Internet dans les communications quotidiennes permet de dresser toute une liste de mots « emprunt » qu'on utilise presque tous les jours : des mots nouveaux s'intègrent dans le vocabulaire du personnel de la RPA. Ce vocabulaire reste indispensable dans l'usage de l'Internet, mots également empruntés de l'anglais 60 :

- *e-mail (electronic mail)* = *courrier électronique sur Internet*
- *chat* = *discussion en ligne et en temps réel*
- *Download* = *voir télécharger (action de récupérer sur son ordinateur des fichiers situés sur le réseau, afin de les exploiter hors ligne)*
- *Bookmark (signets)* = *répertoire d'adresses du site web dans votre navigateur*
- *Browser* = *voir navigateur*
- *Webmaster* = *personne chargée d'alimenter un site web.*

---

[1] GOUGENHEIM (G.), *Les mots français dans leur histoire et dans la vie*, Paris, Editions A et J. Picard, 1968, p.30.

60. SARL (E.) (sous la dir.), *Etre présent sur internet*, Paris, Foucher, 2000, p 46-47.

L'autre phénomène observé à la RPA, c'est :

2.3. Le calque.

Le « calque » constitue une forme d'emprunt d'une langue à une autre avec la différence que le calque est un emprunt par traduction. En effet, le calque dénomme des concepts nouveaux en traduisant des mots simples ou composés d'une langue étrangère par des mots simples ou des termes composés formés de mots déjà existants dans la langue emprunteuse. C'est-à-dire que concernant le calque, il n'y a pas d'intégration d'unités étrangères à part entière comme cela est le cas pour l'emprunt classique.

Le créateur du calque tente de trouver un équivalent dans sa propre langue en partant d'unités d'une langue étrangère. Il s'agit donc d'un passage d'une langue à une autre. A la RPA, c'était la fin de la présentation du journal ; le présentateur dit je cite : « Bonne fin de semaine à tous ! C'est construit sous le modèle de « week-end. »

De même, plusieurs enseignes françaises empruntent une structure anglaise où les compléments nominaux sont antéposés : Tanganyika studio, Gasekebuye Hotel, des éléments qui transparaissent dans les productions de la RPA, soit dans les journaux, soit dans les émissions ou spots publicitaires selon le format radiophonique qui renferme la chose désignée.

Le calque est donc un fait linguistique consistant en une transposition d'une langue à l'autre touchant des mots, des constructions ou même des significations.

Du contact du kirundi, français et swahili à la RPA, naissent également les interférences linguistiques.

2.4. Les interférences linguistiques

Nous comptons faire une petite approche sur ces interférences en nous basant sur quelques exemples disponibles dans notre corpus et dans les productions de la RPA. Ainsi, nous remarquons que quelques données sociolinguistiques guident à travers l'usage des trois langues au service et dans les échanges linguistiques plus étendus.

** Le souci d'efficacité dans la communication*

Ce personnel fait en grande partie de journalistes communique ayant l'objectif d'être compris par l'auditeur. Personnel multilingue, il passe parfois au-delà des contraintes normatives de chacune de cas le code linguistique qui lui permet d'exprimer au mieux sa pensée. Ainsi, à la question de savoir laquelle des trois langues est privilégiée par nos informateurs ; ils répondent :
« *Le kirundi, parce que je le maîtrise le mieux* ».
« *Le français, car c'est en cette langue que j'exprime mieux ce que je ressens* »
Il y a donc, comme le souligne S.SHYRAMBERE,
« ...*un souci du rendement maximal de l'acte de parole* »[1].

Plus de nos informateurs passent facilement du français au Kirundi, du kirundi au français, ... pour plus d'expression ou de compréhension.

Des interférences lexicales sont relevées en publicité. Ce format est plus utilisé en radio car selon nos informateurs et confirmé par TARDIEU, elle présente des avantages sur les autres voies de communication car =
« *la radio l'emporte en valeurs de choc, en valeurs de sensibilité, en valeurs concrètes car elle rend les œuvres et les hommes présents et perceptibles les uns les autres, sous leur aspect le plus émouvant, le plus direct, sous leur aspect le plus vocal* »[2].

Aussi le public burundais auquel s'adresse cette publicité est constitué de beaucoup d'analphabètes et quelques intellectuels qui ne lisent pas souvent les journaux à part même que la plupart d'eux paraissent une fois la semaine. Voici un petit extrait d'un spot publicitaire balancé sur les ondes de la R.P.A, au mois de juin 2011. Il est en langue nationale :

---

[1] SHYRAMBERE (S), *La sociolinguistique du bilinguisme kinyarwanda et français au Rwanda*, Paris, SELAF, 1976, p 169.
[2] TARDIEU (J), *Grandeur et faiblesse de la radio*, UNESCO, Villeneuve, St Georges (France), 1969, p480.

« *Muri Bujumbura electronic center, uhasanga za amplificateurs z'ubwoko bwose, amplimixeurs, ama amplicubes, za ngoma z'ikizungu, DVD ...,* » pour dire :

« *Dans Bujumbura Electronic Center, on y trouve des amplificateurs de toutes sortes, des baffres de toutes sortes, mixeurs, des ampli cubes, des tambours modernes, DVD, ...* »

C'est que seuls les mots tambours et guitares ont trouvé leurs équivalents en kirundi. En principe, dans le domaine publicitaire, le nouveau vocabulaire apparaît avec le nouveau matériel car, si on importe un matériel ou un produit, on importe aussi son nom. Ainsi, si les unités lexicales de la langue étrangère ne trouvent pas facilement d'équivalents dans la langue maternelle, le locuteur imite le vocabulaire de la langue étrangère ; et comme nous l'ont révélé un des chargés de la publicité à la RPA, je cite :
« *Nous préférons utiliser les mêmes noms pour faciliter la compréhension mais également pour question d'attirer la clientèle, certaines marques de matériels étant plus préférées que d'autres* ».

Néanmoins, ces interférences sont souvent évitées par le personnel grâce à l'usage exclusif de l'une ou l'autre langue.

De façon générale, le locuteur, lorsqu'il parle doit tenir compte de ses limites dans l'une ou l'autre langue pour éviter de commettre des fautes devant son interlocuteur ou auditeur.
Interrogés là-dessus ; quelques uns répondent ainsi :
« *Quand je travaille, je préfère utiliser le kirundi car je le maîtrise plus que tout autre langue* ».
« *J'aime me servir de la langue française pour être né et avoir grandi dans un pays francophone* ».

Cela n'empêche que le locuteur puisse utiliser quelques mots techniques français ou anglais ou des sortes d'emprunts tirés du français ou anglais pour plus d'efficacité et d'économie du langage.

Certains répondants à nos questionnaires affirment faire un effort particulier pour ne pas mélanger les langues au moment où d'autres disent n'en fournir aucun.

Enfin, la distance interpersonnelle entre les interlocuteurs influence l'usage des langues. Plus l'intimité entre les interlocuteurs est grande, plus le discours mixte est plus fréquent. Et comme le souligne Spiridion SHYIRAMBERE : *« l'usage du discours mixte est plus généralisé dans les rapports entre égaux »*[1] et c'est ainsi que plus de 50% des répondants affirment utiliser toutes les langues lorsqu'ils sont ensemble avec leurs époux ou collègues.

Par contre, si les interlocuteurs ne se connaissent pas, s'ils ne jouissent pas des relations d'intimité, ils ont tendance à parler une seule langue, surtout le kirundi. Cette attitude du locuteur nous dit Spiridion SHYIRAMBERE est psychologiquement compréhensible car ici le souci principal du locuteur :
« est de s'exprimer en des formes linguistiques admises et déjà consacrées par l'usage »[2]

Nos enquêtes nous ont permis de vérifier cette affirmation car disent-ils : « lorsque nous sommes dans un bistrot, nous parlons toutes les langues, mais lorsque nous sommes face à un inconnu, nous nous exprimons en kirundi seulement pour faire attention, pour question de prudence ».

Après avoir passé en revue des différentes opinions du personnel de la RPA sur les langues en usage dans ce médium, voyons enfin les différentes fonctions sociolinguistiques de ces langues.

2.5. Les fonctions sociolinguistiques des langues

Les dix différentes fonctions de STEWART peuvent être collées à l'une ou l'autre langue en usage à la RPA.

1. fonction officielle : le français, un des trois langues utilisées joue cette fonction. Elle est utilisée à la RPA même et en dehors de ce médium avec ses partenaires.

2. fonction provinciale : que ce soit le français et surtout le swahili, il est utilisé dans ces centres urbains dont Bujumbura qui loge tous les membres du personnel de la RPA interrogés.

---

[1] SHYIRAMBERE (S), *op cit*, p. 176.
[2] Ibidem, p 475

3. fonction de communication étendue : oui, au delà des communications effectuées au sein de cette institution, son personnel échange avec les autres membres de la société et cela en ces trois langues (le kirundi, français, swahili).

4. fonction internationale : là, nous songeons directement au français, c'est la clé pour le monde extérieur, les recherches sur Internet s'effectue souvent grâce à la langue française, cette dernière est un instrument d'une communion aux cultures hétérogènes.

5. Capitale : les trois langues sont utilisées dans la capitale Bujumbura et ses banlieues, endroit qui loge le gros du personnel de la RPA.

6. Groupe : bien sûr que le kirundi, le français et le swahili servent dans les communications interpersonnelles à la RPA.

7. Enseignement : l'enseignement dispensé grâce aux langues utilisées à la RPA n'est pas formel ; mais vous aurez compris de par les résultats de notre enquête que les journaux et les émissions servent de leçon d'apprentissage, de même que les langues utilisées (au niveau des mots, expressions ou usages nouveaux retenus une fois pour toutes par les auditeurs).

8. Matière (School subject):-

9. Littérature : les chargés de l'information doivent d'abord s'informer eux-mêmes grâce à une documentation plus fouillée, et c'est surtout le français et de moins en moins l'anglais dont les membres de la RPA ne se servent, presque tous étant francophones.

10. Religieux : le kirundi, le français et le swahili sont utilisés dans des cultes religieux et par son personnel sûrement.

CONCLUSION GENERALE

L'étude sociolinguistique des langues utilisées par le personnel de la RPA que nous nous étions fixé comme sujet vient de prendre fin. Dans la première partie consacrée à la théorie de notre travail, nous avons eu à traiter deux chapitres :

Le chapitre I^{er} porte sur la définition des concepts clés en Sociolinguistique et le deuxième chapitre sur la communication médiatique.

Au cours de la deuxième partie, nous avons voulu faire ressortir le degré d'usage des trois langues (le kirundi, le français, le swahili) à la RPA. Nous avons mis en marche deux enquêtes parallèles : l'une destinée aux membres du personnel lui-même et l'autre pour les auditeurs. Pour compléter les différents avis et considérations, nous avons consulté la grille des programmes de la Radio Publique Africaine.

C'est ainsi qu'il ressort de notre recherche les éléments suivants :
Le Kirundi est plus utilisé par le personnel de la RPA à raison de 54% et cela dans les journaux et émissions. Le français vient en deuxième position avec plus de 26% et à part l'usage de cette langue étrangère dans la vie professionnelle et privée comme mentionné ci-dessus ; le français est employé dans les correspondances administratives et les échanges avec les partenaires externes de ce médium ne maîtrisant pas le kirundi.

La troisième place revient au swahili avec plus de 19% par rapport à l'usage de ces trois langues à la RPA, lui-même étant employé dans les journaux et émissions diverses sans oublier les échanges verbaux des collègues entre eux ou entre amis au quartier ou au cabaret.

A la fin de cette étude, nous remarquons que nos hypothèses ont été toutes confirmées. L'usage de l'une ou l'autre langue est dictée par :les normes du métier (vocabulaire simple et précis) ; le groupe cible et les rapports hiérarchiques pendant les communications au service tandis que les affinités et les endroits guident les communications en dehors du service.

Enfin, les auditeurs interrogés suggèrent fortement l'introduction de la langue anglaise dans les programmes de la RPA.

Cette langue est recommandée car, disent-ils, elle est plus employée dans la Communauté Est Africaine dont le Burundi fait partie mais également dans le monde entier. Cette langue anglaise, poursuivent-ils, aidera dans la formation de toute la communauté en cette langue internationale, la formation étant l'un des rôles principaux de tout médium. Les mêmes auditeurs interrogés suggèrent la promotion de la langue nationale en passant par les jeux concours, les sketches, la poésie burundaise, etc. Cela aurait pour but de freiner le phénomène de l'acculturation prévisible chez la plupart de nos jeunes générations.

A propos de la promotion du Kirundi justement et quoi que les résultats de l'enquête montrent que c'est la langue favori, le même kirundi est teinté de beaucoup d'emprunts dus souvent au manque de mot équivalent surtout les termes techniques. Le relevé de ces termes techniques pourrait contribuer à la création des néologismes et des termes kirundi en vue de promouvoir la création lexicale dans le domaine technique. Cette création de nouveaux mots favoriserait l'enrichissement du vocabulaire kirundi et la dynamisation de cette même langue. Ainsi de nouveaux mots étrangers qui sont familiers aux Burundais pourraient avoir le terme kirundi approprié. Signalons que ce projet est celui de LETAC qui soutient la traduction des termes étrangers dans les différentes langues de l'Afrique Centrale. L'appel de cette association a été défini comme ceci :

« *Il revient également aux linguistes, et plus particulièrement au lexicographe de sauvegarder les mécanismes propres des langues en suscitant une résurgence adaptée des termes traditionnels et une création néologique authentique* »[1]

Les linguistes burundais (dont Prof. Philippe NTAHOMBAYE) ont répondu à cet appel car ils continuent à proposer certaines traductions dont nous donnons ici quelques exemples:

- « Télévision : imbonerwakure (qu'on voit de loin)
- Cassette : imbikamajwi (qui conserve les sons)
- Caméra : icuma mfatabishusho (machine qui capte les images)
- Bande dessinée : inkuru-ncapo (nouvelles dessinées)
- Garage : ikorero ry'imiduga (lieu où on répare les automobiles)
- Electricité : umuyagankuba (vent – foudre)
- Géographie : indondabihugu (qui décrit les pays) »[2]

---

[1] NTAHOMBAYE(P) et al. *Lexique Thématique de l'Afrique Centrale*, Paris, ACCT, 1983, p. IX.
[2] Ibidem

En guise de conclusion, nous pouvons dire que ces réalités sont plus ou moins nouvelles dans la société burundaise, mais qu'il n'est pas impossible de les nommer en kirundi et surtout d'abandonner progressivement les emprunts qui les désignaient. Notre souhait est que cet appel ait beaucoup de réponses surtout dans les domaines scientifique et technique car, c'est là où l'usage de l'emprunt est fréquent et est repris inévitablement par la presse en général et la Radio Publique Africaine en particulier.

BIBLIOGRAPHIE

I. DICTIONNAIRES ET ENCYCLOPEDIES :

1. DUBOIS (J), GIACOMO (M) et alli, *Dictionnaire de linguistique*, Paris, Larousse, 1973.
2. DUCTROT(O) et TUDOROV(T), *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Paris, Seuil, 1972.
3. MOREAU (M.L.)(sous dir.), *Sociolinguistique : les concepts de base*, Liège, Mardaga ,1997.
4. MOUNIN (G), *Dictionnaire de la linguistique*, Paris, P.U.F ,3è édition, 2000.

II. OUVRAGES GENERAUX

1. AGNES (Y), *Manuel de journalisme*, Paris, La découverte, 2002.
2. AMADO (G) et GUITTET (A); *La dynamique des communications dans les groupes*, Paris, Armand Colin, 1975.
3. BARIL (D.), *Technique d'expression orale et écrite*, Paris, Sirey, 11ème édition, 2008.
4. BOYER (H.) *Eléments de sociolinguistique*, Paris, Gauthier Villars,1991.
5. CALVET (L), *Linguistique et colonialisme*, Paris, Payot, 1974.
6. COHEN (M.), *Instructions d'enquêtes linguistiques,Paris,Université de Paris*.
7. DARBERELNET (J.), *Regards sur le français actuel*, Montréal, Beauchemin, 1963.
8. DECOSTER (S), BAETENS *et al*, *Aspects sociolinguistiques du plurilinguisme*, Acte du premier colloque, AIMAV, Bruxelles, septembre 1970.
9. FISHMAN (J.A), *Sociolinguistique*, Paris, Ed. Nathan et Labor, 1971.
10. GRAWITZ (M) et PINTO (R) *Méthodes des sciences sociales*, Paris Dalloz, 1984
11. GSHWIND – HOLTZER (G), *Analyse sociolinguistique de la communication et didactique*, Paris, Hatier, 1971.
12. HOUIS (M) *Anthropologie linguistique de l'Afrique noire*, Paris, PUF, 1971

13. JAVEAU (C.), *L'enquête par questionnaire, Manuel à l'usage du praticien*, Paris, Ed. de l'Université de Bruxelles, 1982.
14. JESPERSEN (O), *Nature, évolution et origine du langage*, Paris, Payot, 1976.
15. LEIF (J.) (sous la dir.), *La norme linguistique*, Paris, Delagrave, 1975.
16. MAESNEER (P) ; *A vous l'Antenne, Précis de Journalisme radio*, Manille, Nouveaux horizons, 1992.
17. MALMBERG(B), *Le langage signe de l'humain*, Paris, Ed. Picard, 1979.
18. MAROUZEAU (J), *Lexique de la terminologie linguistique*, Paris, Librairie orientaliste Paul Gunther, 1969.
19. MARTINET (A), *Eléments de linguistique générale*, Paris, Armand Colin, 1974.
20. MARTINET (A), *Le langage, Paris, La pléiade*, 1968
21. MARTINOT (P), *Des radios pour informer*, Paris, IPP, 2007.
22. MILLER (G) *Langage et Communication*, Paris, P.U.F, 1966.
23. MUCCHIELI (R), *Le questionnaire dans l'enquête psychosociale*, Paris, Librairies techniques, 1975.
24. QUELLETTE (F), *Introduction au problème du bilinguisme*, Paris, Nathan, 1974.
25. ROBERT (Mc Leish), *Produire des programmes pour radio*, Paris, Gret, 2008
26. SARL (E.) (sous la dir.), *Etre présent sur internet,* Paris, Foucher, 200
27. SAUSSURE (F), *Cours de linguistique générale*, Paris, Payot, 1978.
28. SHYRAMBERE (S), *La sociolinguistique du bilinguisme kinyarwanda et français au Rwanda*, Paris, SELAF, 1976
29. TARDIEU (J), *Grandeur et faiblesse de la radio*, UNESCO, Villeneuve, 1969.

III. ARTICLES DE REVUES ET RAPPORT

1. DIE (M), RENAULD (P) et al, « Structures et méthodes » in *Atlas linguistique de l'Afrique centrale*, Paris, ACCT, 1985.
2. MOSCOVILI (S) et PLON (M) « Les situations colloques, Observations théoriques et expérimentales », in *Bulletin de Psychologie*, 19, Janvier 1966.
3. BUKURU(D) et MANIRAKIZA(Z), *Rapport d'Evaluation de l'usage du Kirundi dans cinq secteurs de la vie nationale au Burundi*, Bujumbura, UNESCO, 2009.

III. MEMOIRES

1. BIZONGWAKO (L.), *Evolution sociolinguistique de la ville de Bujumbura de 1950 - 1984*, mémoire, U B, Bujumbura, 1985.
2. INAMAHORO (A.) et MUZANEZA (J.), *La part des médias privés dans la réconciliation au Burundi : cas de la Radio Isanganiro*, mémoire, Université Lumière de Bujumbura, 2009.
3. NAHIMANA (E.), *Etude sociolinguistique du Français à la R T N B* , mémoire, U B, 2002 .
4. NTIBINYAGIRO (J.), *L'utilisation du Français, du Kirundi et du Kiswahili dans la publicité à Bujumbura*, Mémoire, UB.
5. SINDAYIHEBURA (C.), *Interférences sociolinguistiques observées à travers l'usage du français, du kirundi et du swahili à Bujumbura*, Mémoire, Université du Burundi, 1986.

IV. COURS

1. NTAHONKIRIYE (M.), *Cours de Sociolinguistique, I P A V*, Bujumbura, Année Académique 2008-2009. Inédit

ANNEXES

Annexe 1

NOUVELLE GRILLE DES EMISSIONS A PARTIR DU 1 JUIN 2011

HEURE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
5H00	INDICATIF D'OUVERTURE						
5H10	*AMATANGAZO*					*AMATANGAZO*	
5H35	**IBIHAYANISHWA**						
5H45	***AMAKURU MU KIRUNDI***						
6H00	***COMMUNIQUE***						
6H10	*PUBLICITE*						
6H15	***JOURNAL EN FRANÇAIS***						
6H30							
6H40	PUBLICITE						
6H45	**TAARIFA YA HABARI**						
6H55							**PUB**
7H00	*AMATANGAZO + COMMUNIQUE*					**RENCONTRE ET PROFILS**	UTERERA IKI GILBERT
7H30	ACTUALITE /VOIX D'AMERIQUE					IVYANDITSWE	

7H40						SANS FRONTIERE PIGISTE	
7H55						**PUB**	
8H00	***NOA BONGO II DE 5H40***	***MICHEZO MASUDI***	INKINO ASHILE	***MICHEZO MASUDI***	INKINO ASHILE	ABADUSERUKIRA SERGES	VOA (DEBAT POLITIQUE)
8H10	***TRANSITION MUSICALE***						
8H15	INKORA MUTIMA ALOYS	M.F.O SANDRINE	HEZA VOA	EAST A. MUSIC AISHA	MILINDIMO YA PWANI AISHA		
8H45		MUSIQUE	SANS FRONTIERE PIGISTE				FOCUS GRANDS LACS/ HERMES
9H00	AMAKURU/IJWI RY'AMERIKA					CLUB DE LA PRESSE RENAISSANCE	BNUB
9H30	MUGANGA ONGEA ALEXIS	JAZZ MUSIC MACHOK	TUJENGE TAIFA ALEXIS	FORUM ECONOM BENI	UMUDIHO WA ZUKI ESPERANCE		KUMURIRI MAMERT

10H00	FLASH EN KIRUNDI/ FRANÇAIS/SWAHILI					IJAMBO NI RWANYU BOB	A VISAGE DECOUVERT CARINE/J.PAUL
10H06	PUB						
10H10	**KABIZI/SERGES**						
11H00						NYUNGANIRA TUBANE STUDIO TUBANE	**PUB**
11H05	UGEZEHE	CHEMSHA	DEDICAC	NYAGIRA	IBIDUKIKIJ		**CUKUCUKU**
11H30	FRANCINE	BONGO ALEXIS	E SWA ALEXIS	TUBANE STUDIO TUBANE	E JOSELYNE	BNUB	MACHOK
11H35	AMATANGAZO/COMMUNIQUE						
11H45							
12H00						COMMUNIQUE	
12H15	IBIHAYANISHWA/PUBLICITE						
12H30	**AMAKURU MU KIRUNDI**						
12H50	**COMMUNIQUE/PUBLICITE**						
13H00	**JOURNAL EN FRANÇAIS**						
13H20	PUBLICITE						
13H30	**TAARIFA YA HABARI**						

13H50	**PUBLICITE**					**NOA BONGO I DE 12H5O**	**PUB**
14H00	*ACTUALITE DEUTSCHE-WELLE*					VOA/ENFANTS	EUREKA JE TROUVE VALENTIN
14H30	EUREKA JE TROUVE VALENTIN		TUYAGE AMAGARA YACU/RITA	EUREKA JE TROUVE	YAGA MUGANGA SANDRINE	BNUB	
15H00	AKAMU NA OLIVIER	LES OUBLIES BENI	KARAMIRIZA FRANCINE	AHIWA NYU HERMES	INTAHE PARFAIT	THE TOP ARTIST PAGGIO	KAZE KIBONDO ESPERANCE
15H30	**MURAHO**	**MURAHO**	**MURAHO**	**MURAHO**	**MURAHO**	**MURAHO**	**MURAHO**
16H00	FLASH EN KIRUNDI/ FRANÇAIS/SWAHILI					BABIGENZA	NOMUKURAHE
16H10	NTIMUTWINUBE	ISHAKA CARE	NTIMUTWINUBE	URWARUKA KAZOZA	OPB	BATE VANESSA	GILBERT
16H30						KIPINDI CHA	

16H40	VANESSA	SHIRUK UBUTE	VANESSA		COMEXCELL	WATOTO AISHA	
16H55	PUBLICITE EN SWAHILI					**GOSPEL**	**MUSIC**
17H00	TAARIFA YA HABARI YA DEUTSCHE-WELLE					PARFAIT	BNUB
17H20							PUBLICITE
17H30	**TAARIFA YA HABARI**						
17H50	PUBLICITE	NOA BONGO II DE 17H40	PUBLICITE				NOA BONGO I DW-W
18H00	**JOURNAL EN FRANCAIS**						
18H20	**PUBLICITE**						
18H30	TAARIFA YA HABARI YA SAUTI YA AMERIKA						
19H00	**AMAKURU MU KIRUNDI**						
19H20	PUBLICITE						
19H43	AMATANGAZO					AMATANGAZO	
20H00						MUSIQUE	RENCONTRE ET PROFILS
20H10	LIBRE	LIBRE	IFDC	ISHAKA CARE	NKINA NKEBURA		
20H30	***JOURNAL EN FRANCAIS DE LA VOIX D'AMERIQUE***						
21H00	**PUBLICITE**					NTUSAMARE GILBERT	AKAHISE

21H05	**KABIZI/SERGES**					LES OUBLIES/BENI	ANCIENS SUCCES
21H55						PUB	
22H00	UMURIRI MVYI KURI RPA PAGGIO	TEMPON DE LA SOIREE VALENTI N	NOMUKURA HE GILBERT	JE CHERCHE L'HOMME MUGANGA ONGEA ALEXIS	NOSTALGI E BENI	WEEK END SHOW PAGGIO	ALEXIS
22H55	Santé (DW-w)	ÉCODEV (DW-w)	LEARNING BY EAR DW-W	LEARNING BY EAR/DW-W	***PUB***	LEARNING BY EAR DE DW-W	LEARNING BY EAR DW-W
23H1O	SPORT RPA MASUDI	SALON CULTUR EL BENI	ABADUSERU KIRA SERGES	M.F.O IJORO RYIZA VANESSA	A VISAGE DECOUVE RT CARINE/ ERIC	***LIBRE***	***UTERERA IKI***
24HOO	***FERMETURE DE LA RADIO***						

Annexe 2

Lettre et consignes

KWIZERA Josélyne
Université du BURUNDI
Institut de Pédagogie Appliquée (I P A)
Département de Français
79936116 ou 76936116

Bujumbura, le 08 / 06 /2011

A Madame, Mademoiselle, Monsieur, le membre
du personnel de la RPA,
à
Bujumbura

J'ai l'honneur de vous adresser ci-joint un questionnaire que vous voudrez bien remplir objectivement.

Ce questionnaire qui vous est présenté individuellement constitue un instrument d'enquête de notre travail de fin d'études universitaires intitulé : « ETUDE SOCIOLINGUISTIQUE DES LANGUES UTILISEES PAR LE PERSONNEL DE LA RADIO PUBLIQUE AFRICAINE (R P A) ».
Nous sommes convaincue que vous êtes la personne la mieux indiquée pour jouer un rôle de première importance sur ce plan. C'est pourquoi nous avons jugé bon de centrer notre recherche sur vos opinions sur ces langues.
Il va de soi que cette enquête restera complètement anonyme. Elle n'aura de valeur que si vos réponses sont complètes et sincères .Vous ne marquerez pas votre nom ou votre prénom.
Nous vous prions de répondre à toutes les questions en mettant une croix dans la case correspondant à la réponse et de l'expliciter si cela vous est demandé.

Au cas où l'espace réservé aux explications serait insuffisant, vous pourrez continuer au verso de la page tout en précisant le numéro de la question.

Sûre de votre franche collaboration, nous vous remercions d'avance.

Josélyne KWIZERA

I. Questionnaire au personnel

A. Côté professionnel

1. Quelle est votre langue maternelle?

==========

2. Quelle est votre langue préférée?

☐ Kirundi

☐ Français

☐ Anglais

☐ Autre : ...

Pourquoi? ----------

---

3. A votre avis, pourquoi parle-t-on plusieurs langues au service ?

Pourquoi? ----------

---

4. Quelle langue utilisez-vous quand vous vous adressez :

-Aux collègues? ☐ Kirundi ☐ Français ☐ Anglais ☐ Swahili ☐ Autres :...

-Aux auditeurs? ☐ Kirundi ☐ Français ☐ Anglais ☐ Swahili ☐ Autres :...

- Aux chefs hiérarchiques? ☐ Kirundi ☐ Français ☐ Anglais ☐ Swahili ☐ Autres :...

-Aux demandeurs de service de la RPA? ☐ Kirundi ☐ Français ☐ Anglais ☐ Swahili ☐ Autres :...

Justifiez votre réponse ----------

---

5. Parlez-vous correctement :

-Kirundi ? ☐ Excellent ☐ Moyen ☐ Assez bon ☐ Médiocre

-Français ? ☐ Excellent ☐ Moyen ☐ Assez bon ☐ Médiocre

-Swahili ? ☐ Excellent ☐ Moyen ☐ Assez bon ☐ Médiocre

-Anglais ? ☐ Excellent ☐ Moyen ☐ Assez bon ☐ Médiocre

6. Comprenez-vous correctement :

-Kirundi ? ☐ Excellent ☐ Moyen ☐ Assez bon ☐ Médiocre

-Français ? ☐ Excellent ☐ Moyen ☐ Assez bon ☐ Médiocre

-Swahili ? ☐ Excellent ☐ Moyen ☐ Assez bon ☐ Médiocre

-Anglais ? ☐ Excellent ☐ Moyen ☐ Assez bon ☐ Médiocre

7. Lisez-vous correctement :

-Kirundi ? ☐Excellent ☐Moyen ☐Assez bon ☐Médiocre

-Français ? ☐Excellent ☐Moyen ☐Assez bon ☐Médiocre

-Swahili ? ☐Excellent ☐Moyen ☐Assez bon ☐Médiocre

-Anglais ? ☐Excellent ☐Moyen ☐Assez bon ☐Médiocre

8. Ecrivez-vous correctement :

-Kirundi ? ☐Excellent ☐Moyen ☐Assez bon ☐Médiocre

-Français ? ☐Excellent ☐Moyen ☐Assez bon ☐Médiocre

-Swahili ? ☐Excellent ☐Moyen ☐Assez bon ☐Médiocre

-Anglais ? ☐Excellent ☐Moyen ☐Assez bon ☐Médiocre

9. A la RPA quelle est la langue qui vous semble privilégiée ?

*Pourquoi? ----------

---

10. Vous arrive-t-il d'utiliser plus d'une langue (de mélanger les langues) :

-dans vos conversations ?

-dans votre journal ?

-dans votre (émission) magazine ?

-dans votre spot publicitaire ?

Si oui, quand et pourquoi ?

---

11. Dans quelles circonstances êtes-vous obligé de parler exclusivement :

-le français ? ----------

-le kirundi ? ----------

-le swahili ? ----------

12. Faites-vous beaucoup d'efforts pour ne pas mélanger les langues quand vous parlez au service?

B. Vie privée

1. Dans quelle langue parlez-vous le plus souvent ?

☐ A la maison : ---------- ☐ Au bistrot : ---------- ☐ Au service : ----------

☐ A l'église : ---------- ☐ Au quartier : ----------

2. Avec qui parlez-vous particulièrement votre langue préférée?

☐ Epoux (se) ☐ frères et sœurs ☐ voisins ☐ collègues ☐ amis

3. Vous arrive-t-il de changer de langue en fonction du sujet traité ?

☐ Oui ☐ Non

Justifiez votre réponse :

---

4 .Dans quelle langue êtes-vous à l'aise pour exprimer vos sentiments personnels ?

* justifiez votre réponse :

---

5. A votre avis, pour quelle raison, parmi les suivantes, mélange-t-on plusieurs langues dans une conversation ?

☐ Par souci de précision ☐ pour rendre la conversation facile ☐ parce qu'on ne connaît pas la langue en question ☐ par snobisme ☐ par habitude

6. Est-ce que vous encouragez votre entourage à parler kirundi, français, anglais, swahili?

Si oui expliquez ----------

Annexe 3

Lettre et consignes

KWIZERA Josélyne
Université du BURUNDI
Institut de Pédagogie Appliquée (I P A)
Département de Français
79936116 ou 76936116

Bujumbura, le 08 / 06 /2011

A Madame, Mademoiselle, Monsieur, Auditeur
de la RPA,
à
Bujumbura

J'ai l'honneur de vous adresser ci-joint un questionnaire que vous voudrez bien remplir objectivement.

Ce questionnaire qui vous est présenté individuellement constitue un instrument d'enquête de notre travail de fin d'études universitaires intitulé : « ETUDE SOCIOLINGUISTIQUE DES LANGUES UTILISEES PAR LE PERSONNEL DE LA RADIO PUBLIQUE AFRICAINE (R P A) ».
Nous sommes convaincue que vous êtes la personne la mieux indiquée pour jouer un rôle de première importance sur ce plan. C'est pourquoi nous avons jugé bon de centrer notre recherche sur vos opinions sur ces langues.
Il va de soi que cette enquête restera complètement anonyme. Elle n'aura de valeur que si vos réponses sont complètes et sincères .Vous ne marquerez pas votre nom ou votre prénom.
Nous vous prions de répondre à toutes les questions en mettant une croix dans la case correspondant à la réponse et de l'expliciter si cela vous est demandé.

Au cas où l'espace réservé aux explications serait insuffisant, vous pourrez continuer au verso de la page tout en précisant le numéro de la question.

Sûre de votre franche collaboration, nous vous remercions d'avance.

Josélyne KWIZERA

Questionnaire aux Auditeurs

A. Identification

Age :

Sexe :

Commune :

B. Questionnaire proprement-dite

1. Avez-vous un poste récepteur ? ☐ Oui ☐ Non :

2 .Quelles sont les radios que vous écoutez le plus ? ☐ ISANGANIRO ☐ RTNB ☐ RPA ☐ CCIB FM+ ☐ RENAISSANCE ☐ BONESHA FM ☐ RADIO CULTURE ☐ REMA FM ☐ RADIO NDERAGAKURA ☐ RADIO MARIA ☐ VOIX D'ESPOIR ☐ VYIZIGIRO ☐ RADIO AGAKIZA ☐ UMUCO FM ☐ STAR FM ☐ RADIO SALAMA

3. Ecoutez-vous la RPA ? ☐ Oui ☐ Non

4. Comment trouvez-vous les Emissions de la RPA ?

---

5. Quelles sont les émissions qui vous intéressent le plus à la RPA ? Pourquoi ?

---

6. Ces émissions sont produites en quelles langues ?

---

7. Le niveau du français, du kirundi, du swahili utilisé vous convient-il ? Répond-il à vos Attentes ? Expliquez

---

---

8. Des trois langues utilisées à la RPA (français, kirundi, swahili), laquelle est plus utilisée ? (votre commentaire/ appréciation).

---

9. Avant de mettre fin à notre entretien, avez-vous des suggestions à faire à l'endroit de la RPA, à propos des langues de ses productions ?

Pour clôturer cet entretien, nous voudrions vous remercier d'avoir accepté de sacrifier ce temps pour contribuer à cette étude. Encore une fois nous vous disons merci beaucoup pour le travail que nous venons d'accomplir ensemble.

Annexe 4

CODE DE DEONTOLOGIE DE LA PRESSE AU BURUNDI

Des devoirs

Article 1 :

La défense des valeurs universelles

Le journaliste doit défendre les valeurs universelles d'humanisme, en particulier la paix, la tolérance, la démocratie, les droits de l'homme, le progrès social, la cohésion nationale dans le respect de la dignité de chaque citoyen.

Article 2 :

L'incitation à la haine

Il doit s'abstenir de tout traitement tendancieux de l'information concernant les troubles sociaux, les problèmes de communautés, ethniques ou religieux.

Article 3 :

L'horreur du mensonge et la recherche de la vérité

Il doit exercer honnêtement et objectivement son métier. Il doit avoir horreur du mensonge et prendre la recherche de la vérité comme but ultime. Il tient la calomnie, l'injure, la diffamation et la déformation des faits comme les plus grandes fautes professionnelles.

Article 4 :

Le rectificatif et le droit de réponse

Le journaliste et les responsables des médias ont le devoir de rectifier dans les meilleurs délais et dans la forme appropriée toutes nouvelles et informations qui se révèlent fausses.

Article 5 :

Le respect de la vie privée et de la vie humaine

Il ne porte pas atteinte à la dignité, à la vie privée des personnes sauf si cela est justifié par l'intérêt public.

Article 6 :

Les obscénités

Il s'abstient autant que possible de toute publication d'articles, de diffusion d'informations à caractère obscène ou qui encouragent le vice, le crime ou toute autre activité illégale.

Article 7 :

L'exagération des faits

Il est responsable de tous ses écrits même ceux qu'il ne signe pas. Il s'impose une rigueur dans le choix des termes et évite tout décalage entre le titre et le contenu ou toute exagération des faits.

Article 8 :

L'équilibre de l'information et la séparation des commentaires des faits

Il doit défendre la liberté d'expression, la liberté d'information et l'équilibre de l'information ainsi que la liberté de collecter, de traiter et diffuser les informations rigoureusement vérifiées et dont les sources sont crédibles. Il a l'obligation de séparer les faits des commentaires.

Article 9 :

L'incompatibilité de fonctions de journaliste et d'attaché de presse

Il n'accepte aucun avantage où sa qualité, ses influences, ses relations seraient susceptibles d'être exploitées. Le journaliste ne se comporte pas comme un attaché de presse.

Article 10 :

La séparation de l'information et de la publicité

Le journaliste ne signe pas de son nom des articles publicitaires, ne prête pas sa voix aux messages publicitaires, ne commet aucun plagiat, cite les confrères dont il reproduit le texte.

Article 11 :

La clause de conscience

Il s'engage à faire valoir la clause de conscience, le droit de s'abstenir, d'écrire ou de taire une information contre sa propre conscience pour ne pas porter atteinte à son honneur.

Article 12 :

Le conflit de conscience

En cas de conflit de conscience, le journaliste doit diffuser en faveur de l'intérêt général.

Article 13 :

Le secret professionnel et la protection des mineurs

Le journaliste garde le secret professionnel et respecte le caractère confidentiel convenu avec ses sources d'information. Les journalistes et organes de presse s'abstiennent de publier les photographies et les identités des mineurs et s'engagent, en cas de nécessité, à protéger leurs droits.

Article 14 :

L'honneur professionnel

Il s'interdit d'invoquer un titre ou une qualité imaginaire, d'user des moyens déloyaux pour obtenir une information ou surprendre la bonne foi de ses sources.

Article 15

L'intégrité professionnelle

Le journaliste doit refuser la subordination contraire à la ligne générale de son entreprise de presse et n'accepte que les directives rédactionnelles que des responsables de la rédaction.

Article 16

La confraternité

Les journalistes s'engagent au devoir de solidarité envers leurs confrères. Ils doivent se garder de toute critique de nature à dénigrer la profession.

Article 17

La juridiction des pairs

Le journaliste accepte la juridiction de ses pairs ainsi que les décisions arrêtées par les instances d'autorégulation des médias et des associations professionnelles.

Des droits

Article 18

Le libre accès aux sources

Le journaliste, dans l'exercice de sa profession a accès à toutes les sources d'information et a le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique.

Article 19

La clause de conscience

Le journaliste, dans l'exercice de sa profession peut invoquer la clause de conscience, le journaliste peut se libérer de ses engagements contractuels à l'égard de son entreprise dans les mêmes conditions et avec les mêmes droits qu'un licenciement.

Article 20

La protection du journaliste

Le journaliste a droit sur le territoire burundais et ce sans conditions ni restrictions, à la sécurité de sa personne, de son matériel de travail, à la protection légale et au respect de sa dignité.

Article 21

L'obligation de consultation

L'équipe rédactionnelle doit être obligatoirement informée de toute décision importante de nature à affecter la vie de l'entreprise. Elle doit être au moins consultée avant toute décision définitive, sur toute mesure intéressant la composition de la rédaction : embauche, licenciement, mutation et promotion des journalistes.

Article 22

Le contrat et la rémunération

En considération de sa fonction et de ses responsabilités, le journaliste a droit non seulement au bénéfice des conventions collectives, mais aussi d'un contrat individuel assurant la sécurité matérielle et morale ainsi qu'à une rémunération correspondant au rôle social qui est le sien et qui garantisse son indépendance économique.[66]

---

[66] (Code) Tiré du *Livret sur Les lois sur la presse au Burundi*, pp.30-34 offert par la *Section Médias et Communication* du BINUB.