

ÉTUDE DES COMPORTEMENTS LANGAGIERS EN MILIEU URBAIN : CAS DE QUELQUES BAYAM SELLAM DE LA VILLE DE NGAOUNDERE (CAMEROUN)

Marie Madeleine NGO ELOMA

Université de Ngaoundéré, Cameroun

ngoeloma@Yahoo.fr

Résumé : Ce présent travail part du constat selon lequel, la ville de Ngaoundéré tout comme d'autres villes urbaines connaît une situation linguistique particulièrement complexe. À partir de cette diversité naît un certain nombre de pratiques qui nous amène à aborder la thématique suivante : Etudedes comportements langagiers en milieu urbain : cas de Quelques bayam sellam de la ville de Ngaoundéré. Elle s'intéresse à la gestion des langues en zone urbaine et particulièrement dans la ville de Ngaoundéré où les revendeurs font face à la diversité linguistique de divers locuteurs. Cette recherche se base sur l'exploitation des données collectées à partir de l'administration d'un questionnaire et sur les observations faites. Il apparait que les comportements langagiers des revendeurs sont presque identiques d'un marché à un autre : l'usage des langues en présence notamment le français, l'anglais, le camfranglais, le pidgin English, le fulfulde et bien d'autres selon les circonstances et la nature des locuteurs en en présence. Par ailleurs, ils contribuent énormément à la valorisation des cultures véhiculées à travers l'usage de ces différentes langues tout en favorisant leur développement.

Mots clés : Comportements langagiers, milieu urbain, bayam sellam, variétés en présence, Ngaoundéré

STUDY OF LANGUAGE BEHAVIOR IN URBAN AREAS: CASE OF SOME BAYAM SELLAM FROM THE CITY OF NGAOUNDERE

Abstract : This present work is based on the observation that the city of Ngaoundéré, like other urban cities, has a particularly complex linguistic situation. From this diversity arise a number of practices, which leads us to address the following theme: Study of language behavior in urban areas: case of some bayam sellam of the city of Ngaoundéré. It is interested in language management in urban areas and particularly in the city of Ngaoundéré where retailers face the linguistic diversity of various speakers. This research is based on the exploitation of data collected from the administration of a questionnaire and on the observations made. It appears that the language behaviors of resellers are almost identical from one market to another: the use of the languages involved, in particular French, English, Camfranglais, Pidgin English, Fulfulde and many others according to the circumstances and the nature of the speakers present. Moreover, they contribute enormously to the enhancement of the cultures conveyed through the use of these different languages while promoting their development.

Keywords: Language behaviors, urban environment, bayam sellam, varieties present, Ngaoundere

Introduction

Le Cameroun apparaît comme l'un des États les plus plurilingues d'Afrique. Il constitue le microcosme linguistique de l'Afrique. En effet, c'est l'Afrique en "miniature" ; car trois des quatre vastes ensembles de langues africaines ou phylums attestés en Afrique sont représentés au Cameroun : le phylum afro-asiatique (chamito-sémitique), le phylum nilo-saharien et le Niger-Congo-kordofanien. Les enquêtes sociolinguistiques y ont dénombré 239 langues (Dieu et Renaud 1983, p.352), puis 248 langues (Breton et Bikia Fohtung 1991, p. 11). Cette diversité de langues est à l'origine de plusieurs changements linguistiques tant au niveau des sociétés que des villes. L'espace urbain de la ville de Ngaoundéré ne fait pas exception. Du point de vue sociolinguistique, principalement au niveau des contacts des langues, de nombreuses mutations sont observées favorisant ainsi diverses pratiques langagières ce qui nous amène à aborder le thème suivant : Etude des comportements langagiers en milieu urbain : cas de Quelques bayam sellam de la ville de Ngaoundéré. Cette thématique nous amène à poser un certain nombre de questions : quelles sont les variétés en présence dans la ville de Ngaoundéré ? Comment les bayam sellam de cette ville gèrent-ils ces dernières ? Quels sont les effets engendrés. Cette étude menée dans la ville de Ngaoundéré s'intéresse à la gestion des langues principalement à celle des revendeurs de certains marchés qui font régulièrement face à la diversité linguistique de divers locuteurs. Nous estimons qu'aborder la thématique de l'étude des comportements langagiers de Quelques bayam sellam de la ville de Ngaoundéré contribue non seulement au développement desdits revendeurs mais permet aussi de questionner les rapports entre les langues au sein d'un groupe, d'une communauté. C'est sans doute dans cette même optique que (Bulot, 2001 p.6) a pu dire que :

« Questionner les rapports entre les langues (...) sous l'angle des contraintes du terrain urbain nécessite que les chercheurs construisent une approche spécifique en fonction de chaque contexte »

1. Présentation du cadre de l'étude

Notre zone d'étude concerne la ville de Ngaoundéré. C'est une ville du Cameroun, chef-lieu de la région de l'Adamaoua, érigée en communauté urbaine de Ngaoundéré en 2008. Elle se situe au Nord de la région dans le plateau de l'Adamaoua. C'est le carrefour important de commerce régional puisqu'il s'agit d'un passage obligé du transport routier entre les villes du Sud du pays et celles du grand -Nord. Du point de vue sociolinguistique, la ville de Ngaoundéré à l'instar de toutes autres villes vit une situation linguistique complexe. Elle est marquée par la coexistence de plusieurs langues. Le marché linguistique de cette ville révèle que diverses langues y sont pratiquées. Nous dénombrons d'une part, les langues officielles qui sont le français et l'anglais, et d'autre part les langues maternelles notamment le fulfulde, le dii, le gbya, le mboum, le tikar et bien d'autres.

2. Cadres théorique et méthodologique

2.1. Cadre théorique

Cette étude porte sur la sociolinguistique et spécifiquement sur le contact des langues. Selon (Bylon, 1991) :

« La sociolinguistique a affaire à des phénomènes très variés : les fonctions et les usages du langage dans la société, la maîtrise de la langue, l'analyse du discours, les jugements que les communautés linguistiques portent sur leur(s) langue(s), la planification et la standardisation linguistiques... Elle s'est donnée primitivement pour tâche de décrire les différentes variétés qui coexistent au sein d'une communauté linguistique en les mettant en rapport avec les structures sociales ; aujourd'hui, elle englobe pratiquement tout ce qui est étude du langage dans son contexte socioculturel ».

En tant qu'une science de terrain, son approche est principalement empirico-inductive. L'empirisme atteste que toute connaissance est basée sur l'expérience et ne reconnaît aucune valeur aux idées préconçues. La démarche inductive quant à elle est une explication issue d'un fait qui consiste à partir du particulier vers le général. L'approche que nous adoptons part des observations faites et de l'analyse des données collectées sur le terrain à base d'un questionnaire.

Nous pensons qu'aborder cette étude constitue une approche non négligeable et porteuse de réponse à la problématique de l'étude du contact des langues en général défini par (Hamers, 1997, p. 94-95) comme étant :

« Toute situation dans laquelle une présence simultanée de deux langues affecte le comportement langagier d'un individu. Le concept de contact des langues réfère au fonctionnement psycholinguistique de l'individu qui maîtrise plus d'une langue, donc de l'individu bilingue », puis à celle des comportements langagiers en milieu urbain en particulier.

2.2. Cadre méthodologique

Les différentes recherches menées dans le cadre de cet article concernent la ville de Ngaoundéré et spécifiquement les principaux marchés de ladite ville.

Le choix desdits marchés est dû à leur forte densité, à la complexité linguistique des locuteurs puis au brassage ethnique de ces derniers. Nous avons successivement utilisé deux principaux types d'observation à savoir, l'observation directe et l'observation indirecte en plus du questionnaire administré. S'agissant de l'observation directe, elle a consisté dans cette étude à recueillir progressivement les informations auprès de quatre cent (400) revendeurs repartis de la manière suivante : cent (100) revendeurs du Grand marché, cent (100) revendeurs du petit marché, cent (100) revendeurs du marché de Bantail et cent (100) revendeurs du marché de Dang. Nous avons mené cette phase pendant une période de quatre mois allant du 10 mars 2022 au 10 juillet 2022. Ici, la collecte des informations à travers ce type d'observation se déroule en présence de tout le monde. En effet, les observés savent qu'ils sont suivis. En plus, de ces observations directes nous avons également effectué

les observations indirectes. Contrairement aux observations directes, les observations indirectes nous ont permis de recueillir les données de façon inopinée. Elles sont également faites pendant une période de trois mois. Nous avons également fait recours à un questionnaire relatif à l'identification du répondant, des différentes variétés en présence puis à la gestion et impact de ces dernières. Ledit questionnaire est reporté en annexe.

3. Gestion des variétés en présence dans la ville de Ngaoundéré

Cet axe aborde la gestion des langues en présence tout en ressortant les différents comportements langagiers adoptés par les revendeurs au sein des principaux marchés de la ville de Ngaoundéré.

3.1. Gestion des variétés en présence au sein des marchés

Nous avons observé et recueilli les données pendant une période de quatre mois auprès de quatre cent (400) enquêtés dont les âges sont compris entre vingt et soixante ans. Leurs niveaux d'instruction sont variés. Nous avons les non scolarisés, les peu scolarisés, des personnes dont le niveau d'instruction se situe entre la sixième et la troisième, certains ont eu la maîtrise (niveau universitaire) et autres. Ils sont dispersés dans les principaux marchés répertoriés à savoir le grand marché, le petit marché, le marché de Bantail et le marché de marché de Dang ci-dessous représentés.

Tableau n°1 : représentation des revendeurs des différents marchés

Ville	Nom du marché	Type de marché	Tranche d'âge des enquêtes	sexe	Nombre de variétés usitées	Effectif enquêté
Ngaoundéré	Grand marché	Permanent	20-25	Féminin 50	2	100
			25-35	Masculin 50	2	
			35-45		3	
			45-60		3 et plus	
Ngaoundéré	petit marché	permanent	20-25	Féminin 50	Nombre de variétés usitées	100
			25-35	Masculin 50		
			35-45			
			45-60			
Ngaoundéré	marché de Bantail	mixte	20-25	Féminin 50	2 3 4	100
			25-35	Masculin 50		
			35-45			
			45-60			
Ngaoundéré	Marché de Dang	périodique	20-25	Féminin 50	2	100
			25-35	Masculin 50	3	
			35-45		4	
			45-60			

À partir du tableau ci-dessus, il apparaît que le grand marché, le petit marché et le marché de Bantail sont des marchés permanents situés au centre urbain de la ville de Ngaoundéré tandis que le marché de Dang est un marché périodique situé en zone périphérique de la ville de ngaoundéré. Nous y avons enquêté quatre tranches d'âges de revendeurs des deux sexes. Nous avons les tranches de 20 à 25 ans, celle de 25 à 35 ans, puis celle de 35 à 45ans et enfin celle de 45 à 60ans.

3.1.1. *Tranche de 20 à 25 ans*

Les revendeurs de la première tranche d'âges pratiquent plus le français. En effet sur 100 revendeurs enquêtés et observés dans ces différents marchés, presque la totalité c'est-à-dire environ 75% utilise le français. Il est indispensable de signaler que parfois on note l'utilisation de quelques notions du camfranglais mais sa pratique demeure insignifiante à par rapport à celle du français à ce stade. Nous avons ainsi recensé quelques termes fréquemment utilisés par les revendeurs illustrés par le tableau ci-après :

Tableau n°2 : représentation des termes fréquemment utilisés par les revendeurs des différents marchés

N°	termes	signification
1	Elle est mo	Elle est belle
2	mboutman	ignorant
3	kwatt	quartier
4	pater	père
5	mater	mère
6	sister	sœur
7	bounnya	raguer
8	piol	maison
9	dos	argent
10	Cops	copin

Comme nous le remarquons La pratique des langues maternelles est délaissée au profit du français. Certains estiment que l'usage de leur langue maternelle n'est pas indispensable étant donné que cette dernière n'est pas enseignée et ne renferme par conséquent aucune valeur. C'est dans cette optique qu'une revendeuse dénommée Aline affirme : « ceux qui parlent le français là ont appris à l'école. Je n'ai rien contre eux ; c'est normal parce que ma langue maternelle n'est pas enseignée à l'école » d'après cet enquêtée, sa langue maternelle n'est pas valorisée par conséquent il est difficile voire impossible de la pratiquer car elle-même ne la maîtrise pas du tout. S'agissant du français, il est considéré comme la première langue officielle et de surcroits langue de scolarisation. À cet effet, sa pratique est très récurrente à cette tranche d'âges étant

donné que certains considèrent que cette activité de revendeurs est précaire et espèrent trouver mieux dans l'avenir en s'insérant par exemple dans l'administration. Ils pensent donc que le français demeure une langue prestigieuse, de scolarisation et d'administration d'où son importance de sa pratique récurrente. Son utilisation est donc liée au désir d'appartenir à la communauté francophone étant donné que les affaires politiques et économiques sont réglées en français. Par ailleurs, nous notons au cours des échanges, les discussions et les communications personnelles effectués par les revendeurs âgés de 20 à 25 ans se déroulent quasiment en langue française. Cette pratique ressort inévitablement le dynamisme de ladite langue auquel il faut aussi ajouter l'effet de mode qui joue un rôle important dans la décision des revendeurs de cet âge. Selon eux, celui qui ne parle pas le français ne peut pas évoluer dans la société actuelle et surtout s'il aspire à obtenir un véritable emploi. Ils estiment que pour prétendre à un emploi même de vigile à la fonction publique de nos jours, il faut bien parler français. Voilà pourquoi à aucun moment la majorité des enquêtés n'a fait recours à l'usage de leur langue maternelle. Ils estiment que ceux qui ne parlent que les langues maternelles sont analphabètes, villageois et archaïques. En somme, à ce niveau les revendeurs n'éprouvent aucune importance à pratiquer leur langue maternelle étant donné qu'ils considèrent que le français remplace valablement leur langue maternelle et a plus de valeur que ces dernières. Mais comment les revendeurs âgés de 25 à 35 ans gèrent-ils les variétés en présence ? Telle est la préoccupation du second axe.

3.1.2. *Tranche de 25 à 35 ans*

Pour ce qui est de la tranche de 25 à 35 ans, deux principales langues à savoir le français, le pidgin English sont usitées à des degrés inégaux par les revendeurs. En effet sur 100 revendeurs enquêtés, 65 pratiquent uniquement le français durant leur échange tandis que 35 emploient le pidgin English. Nous constatons à cet effet que la pratique du français demeure prédominante mais contrairement à la tranche des revendeurs âgés de 20 à 25 ans, ceux âgés de 25 à 35 ans pratiquent plutôt le pidgin English. Il est important de noter que certaines langues maternelles peuvent parfois être utilisées d'une manière sporadique en fonction de la langue des locuteurs dont les enquêtes ont en face. En effet, Les revendeurs de cette tranche d'âges estiment que plus ils utilisent plusieurs langues plus ils se rapprochent des consommateurs. Nous pouvons déduire que par rapport à la première tranche, les revendeurs de cette tranche d'âges reconnaissent néanmoins l'existence et l'importance d'autres langues malgré le fait qu'elles ne sont pas pratiquées au même titre que le français.

3.1.3. *Tranche de 35 à 45 ans*

Pour ce qui est de la tranche de 35 à 45 ans, trois principales langues à savoir le français, le fulfulde et le pidgin English sont usitées à des degrés inégaux par les revendeurs. En effet sur 100 revendeurs enquêtés, 60 pratiquent uniquement le

français durant leur échange tandis que 40 emploient alternativement le fulfulde, le pidgin English et le français. Nous constatons à cet effet que la pratique du français demeure prédominante mais contrairement à la tranche des revendeurs âgés de 20 à 25 ans, ceux âgés de 25 à 35 ans pratiquent d'autres langues notamment le fulfulde et le pidgin English. Les revendeurs de cette tranche d'âges estiment que l'usage de plusieurs langues est un atout considérable car elle permet d'attirer la clientèle, à accroître et à développer leurs différents réseaux sociaux. En effet, les alternances de codes au sein des marchés se déroulent en fonction des codes des locuteurs en présence. Ainsi, les revendeurs peuvent soit commencer leurs échanges en français et les terminer en fulfulde ou en pidgin English, soit les commencer en fulfulde ou en pidgin English et les terminer en français. Les exemples ci-après illustrent ces différents cas.

Tableau n°3 : représentation de quelques exemples d'alternance de codes

N°	langues	Phrase	Signification
1	français -pidgin English	Après, je go au kwat	Après je pars au quartier
2	pidgin English -français	After, je pars au quartier	Après je pars au quartier
3	fulfulde +français	Seyesso, je pars au quartier	Après je pars au quartier

En effet, les échanges effectués entre les bayam sellan d'une part et d'autre part entre les clients et les revendeurs facilitent ainsi la transmission des informations entre ces derniers. Au-delà de cette facilitation de transmission des informations, ils contribuent également à la maîtrise et au développement de leur activité. Nous pouvons déduire à ce niveau que la pratique du français demeure prédominante suivie du fulfulde. Quant au pidgin English, son emploi n'est pas aussi récurrent que le français et le fulfulde ce qui nous permet d'affirmer que le contact du français, du fulfulde et du pidgin English langues influe sur le comportement langagier des revendeurs.

3.1.4. Tranche de 45 à 60 ans

Nous remarquons qu'à ce niveau que les revendeurs font recours à plusieurs variétés en présence parmi lesquelles le français, le pidgin English, le fulfulde et le mboum. Ces différentes langues sont utilisées à des degrés inégaux. En effet, nous dénotons trois principaux types de comportements langagiers adoptés par les revendeurs de cette tranche d'âges. La première catégorie de revendeurs pratique d'une manière récurrente leur langue maternelle en plus du français. Il est important de préciser que la pratique du fulfulde est prédominante suivie de celle du mboum, du français et du pidgin English. Les langues maternelles sont valorisées par certains enquêtés d'où la prédominance de leur usage. En effet, ils estiment que les locuteurs qui pratiquent uniquement le français ou l'anglais standard ont un niveau d'instruction élevé et trop sont orgueilleux. Par ailleurs, ils considèrent ces langues officielles comme leur langue maternelle. Ils oublient ce pendant que « le français et

l'anglais nous ont été imposés » la deuxième catégorie emploie uniquement leur langue maternelle, et l'usage d'une autre langue se réduit à la compréhension. Dans certaines situations, l'appel à une tierce personne est souvent nécessaire pour une meilleure traduction et interprétation. La troisième et dernière catégorie des revendeurs s'adapte à la complexité de l'activité linguistique de leur clientèle. C'est ainsi qu'ils essaient de satisfaire tous leurs clients en employant même si ce n'est qu'un mot en ces différentes langues ci-dessus mentionnées. Par ailleurs, ils estiment que l'usage de ces langues leur permet non seulement d'attirer, de conserver la clientèle mais aussi d'établir une connivence avec cette dernière.

Au delà des pratiques ci-dessus mentionnées, nous avons recensé un certain nombre de termes et expressions employés dans les différents marchés par les revendeurs.

Tableau n°2 : différentes appellations

N°	termes	Signification
1	Mon Asso	Mon client
2	Ma co	Ma copine
3	pater	Mon père
4	Mon père	Mon père
5	Ma personne	Ma personne
6	Asso	client
7	pater	père
8	mater	mère
9	hadja	Celle qui est allée faire le pèlerinage à la Mecque
10	Ma chérie	Ma chérie
11	Ma copine	Ma copine
12	Alhaji	Celui qui est allé faire le pèlerinage à la Mecque
13	debo	femme
14	tantine	Tante
15	Mon tonton	Mon tonton

Le tableau ci-dessus ressort les principaux termes que les bayam sellam utilisent au sein des différents marchés. Nous pouvons déduire que l'usage de ces termes contribue non seulement à l'accroissement dudit lexique mais aussi à l'épanouissement des vendeurs. En outre, l'utilisation de ces mots les identifie d'une part, et leur permettent d'autre part de construire, de solidifier et de développer non seulement leurs différents réseaux d'association mais aussi leur activité commerciale. Par ailleurs, la pratique récurrente de ces termes est une technique qui permet d'attirer la clientèle, de créer non seulement des nuances sémantiques mais aussi de différents registres de

complicité, d’humour et bien d’autres afin d’augmenter les ventes. En plus de ces appellations, nous dénombrons également certains types de phrases utilisés par ces derniers ci-dessous représentés

Tableau n°3 : représentant les types de phrases employés

N°	Types de phrases	Signification
1	Ma chérie je suis là, je sers quoi ?	Que puis-je te servir ?
2	Mon père, on donne quoi ?	Qu’est ce que je vous sers ?
3	Ma grande sœur choco , je donne quoi ?	Qu’est ce que vous sers ma grande sœur chérie ?
4	Alhadji venez voir	faites un tour, visiter mon comptoir
5	Demander non	Demandez ,
6	Approcher, regarder	Approcher et regarder
7	On vous sert quoi ?	Qu’est ce qu’on vous sert ?
8	Sapo, sapo	Cinquante, cinquante

Nous constatons à partir de ce tableau que les différentes phrases émises par les différents enquêtés ne favorisent pas le maniement parfait du français. Elles contribuent cependant à l’identité sociale des revendeurs. C’est sans doute dans cette optique que (Bulot, 2007 p.30) a pu dire à propos du processus d’identification et dévaluation que : *« l’évaluation caractérise a relation des acteurs sociaux à la norme ou à la forme d’énoncés (les leurs ou ceux d’autres personnes) : c’est au travers dz cette relation que l’on appréhende tant les opinions de l’auteur que ses attitudes. De manière proche et remarquable, l’identification va davantage concerner le mouvement qui va faire s’approprier (ou faire se différencier) un locuteur ou un groupe de locuteurs par rapport à un autre sur la base de reconnaissance de marqueurs linguistiques posés comme identitaires »*

3.2. Impact des comportements langagiers adoptés

Cette partie aborde les effets engendrés par les comportements langagiers adoptés par les revendeurs des principaux marchés de la ville de Ngaoundéré sur les plans social, linguistique, culturel et économique.

Sur le plan social l’usage des variétés en présence a permis aux revendeurs de ces différents marchés de tisser énormément de liens entre les vendeurs et les revendeurs d’une part, et d’autre part entre les revendeurs et les consommateurs. Par ailleurs, la pratique de ces différentes variétés facilite les échanges non seulement entre les revendeurs mais également entre ces derniers et les consommateurs tout en accentuant leurs différents liens. Abondant dans le même sens, l’une des revendeuse affirme à cet effet: *« mon statut de bayam Salam m’a permis d’avoir beaucoup d’amis »*

Au-delà de ces différents liens d'amitié tissés, de la fluidité d'échange, certains enquêtés participent également à la vie associative. La majorité de ces revendeurs est membre d'au moins d'une association. Ces différentes pratiques contribuent ainsi à leur changement et intégration tant au niveau social qu'environnemental. Les termes de changement social et d'intégration sociale étant définis comme : « Toute transformation observable dans le temps, qui affecte, d'une manière qui ne soit provisoire ou éphémère, la structure ou le fonctionnement de l'organisation sociale d'une collectivité donnée et modifie le cours de son histoire ». (ROCHER (1970, p. 22), alors que l'intégration sociale est perçue comme l'ensemble des valeurs, d'opinions et d'attitudes partagées par les membres d'un groupe. À partir de ces définitions, nous constatons que les enquêtés subissent énormément des changements d'attitudes et de comportements sur le plan social. En somme, la pratique de ces variétés en présence constitue un facteur de développement social qui contribue à l'amélioration de l'esprit de créativité, aux changements d'attitudes et de comportements, au-delà de l'apprentissage des faits sociaux véhiculés par ces différentes variétés.

Du point de vue linguistique, certains revendeurs des différents marchés de la ville de Ngaoundéré pratiquent au moins deux langues au quotidien dans diverses circonstances. Ces différents usages, caractérisés principalement par le parler et la compréhension varient en fonction du milieu et de l'environnement socio-culturel. De ce fait, l'usage de ces derniers accroît chez ces derniers, la capacité communicative en ce sens que certains de ces enquêtés communiquent effectivement en français, en fulfulde et en pidgin English sans toutefois oublier leurs différentes langues maternelles. Cependant, nous déplorons la régression de l'usage des langues maternelles par une catégorie d'enquêtés dont l'âge se situe entre 15 et vingt ans. Nous observons également la dégradation de l'usage de la langue française par un certain nombre de revendeurs matérialisée par le non respect des normes. Nous avons aussi le cas de certains enquêtés où nous observons une activité linguistique véritablement complexe.

Sur le plan culturel, l'usage des variétés en présence permet de démontrer que ces différentes langues sont non seulement des langues d'identification des revendeurs mais elles permettent également d'exprimer la pluralité, la complexité culturelle, étant donné que le Cameroun est une Afrique en miniature.

Du point de vue économique, les associations formées par les enquêtés ont en leur sein divers types de cotisations. Certaines se font au quotidien, d'autres se tiennent par semaine et certaines d'entre elles sont mensuelles. Certains de ces revendeurs sont inscrits dans ces trois types de cotisation. Ces diverses cotisations contribuent non seulement au rayonnement de leur activité mais aussi à leur développement économique.

4. Suggestions

Face à la gestion inégale des langues observée dans les principaux marchés de la ville de Ngaoundéré due à certains critères notamment l'âge, le niveau d'instruction

de certains revendeurs ou bayam sellam, nous avons proposé aux jeunes principalement à ceux dont l'âge se situe entre 15 ans et 20 ans de ne pas délaisser la pratique de leurs langues maternelles étant donné que ces dernières constituent non seulement le meilleur moyen d'expression de leurs différentes cultures mais permet également de déterminer leur identité, leur origine.

Conclusion

En abordant l'étude des comportements langagiers en milieu urbain : cas de quelques bayam sellam de la ville de Ngaoundéré, il était question d'aborder la gestion des langues dans ladite ville notamment celle de quelques revendeurs observés dans certains marchés où ils sont régulièrement confrontés à la complexité linguistique des divers locuteurs. En d'autres termes, notre préoccupation consistait d'une part de voir comment se fait la gestion des langues en milieu urbain et, d'autre part, de cerner les représentations que les bayam sellam tiraillés entre la complexité linguistique de la ville et celle de la clientèle ont de ces différentes langues. À cet effet, les principaux résultats obtenus montrent que les pratiques langagières au sein de ces marchés sont identiques d'un marché à un autre. L'usage des langues identifiées notamment le français, l'anglais, le camfranglais, le pidgin English et le fulfulde pour ne mentionner que celles-ci sont employées à des degrés inégaux par les revendeurs selon l'âge, les représentations et l'importance qu'ils se font à leur sujet. Par ailleurs, ils contribuent énormément à la valorisation des cultures véhiculées à travers l'usage de ces différentes langues tout en favorisant leur développement. Nous avons aussi suggéré aux jeunes en général et aux jeunes revendeurs de la ville de Ngaoundéré en particulier que malgré leur attachement au français, il est indispensable que les rapports entre les langues officielles et les langues nationales soient complémentaires étant donné que les langues officielles jouent un rôle important tant au niveau des communications interethniques qu'au niveau de l'enseignement, de l'administration et de la promotion sociale. Tandis que les langues nationales demeurent les véhicules par excellence des différentes cultures nationales.

Références bibliographiques

- BAYLON, Christian 1991, *Sociolinguistique, société, langue et discours*. Nathan
- BULOT, Thierry 2007b, « Espace urbain et mise en mots de la diversité linguistique », in BIERBACK Christine et BULOT Thierry (dir.), *les codes de la ville. Cultures, langues et formes d'expression urbaines*, paris, l'harmattan, p. 15-34.
- BULOT, Thierry 2001, *Sociolinguistique urbaine, variations linguistiques, images urbaines et sociales*. Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- BRETON, Roland, et BIKIA, Fohtung, 1991, *Atlas administratif des langues nationales du Cameroun*, CERDOTOLA, ACCT, MESIRES, Paris et Yaoundé
- DIEU Michel et RENAUD Patrick, 1983, *Atlas linguistique de l'Afrique Centrale : Situation linguistique en Afrique centrale : Atlas Linguistique du Cameroun : Inventaire préliminaire*, Yaoundé et Paris : ACCT, CERDOTOLA, DGRST.
- HAMERS, J, 1997, « contact des langues », in Moreau Marie-Louise, *sociolinguistique, concepts de base*. Liège, Mardaga.
- ROCHER, Guy (1970). *Introduction à la sociologie générale, Tome III : Le changement social*. Paris : Le Seuil.
- SIL International (2000 – 2005) *Ethnologue data from Ethnologue: Languages of the World, 14th Edition* Copyright