

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE  
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR  
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE



UNIVERSITE  
Abdelhamid Ibn Badis  
MOSTAGANEM

**Université Abdelhamid Ibn Badis – Mostaganem-**  
**Faculté des Lettres et des Arts**

**Ecole doctorale algérienne de français**

*Pôle Ouest*

*Antenne de Mostaganem*

**Approche de l'onomastique commerciale des  
écrits de la ville de Mostaganem :  
*le cas des enseignes***

**Thèse présentée Par**

**Azzedine MALEK**

**En vue de l'obtention d'un Doctorat ès sciences**

**Option : Sciences du Langage**

**Sous la direction de Monsieur le Professeur Hadj MILIANI**

**Membres du jury**

M. Boumediène BENMOUSSAT- Pr. Université de Tlemcen.....Président  
M. Hadj MILIANI- Pr.- Université de Mostaganem..... Rapporteur  
MME. Leloucha BOUHADIBA- Pr.- Université d'Oran.....Examineur1  
MM. Kheira MERINE- MCA- Université d'Oran..... Examineur2  
M. Farid BENRAMDANE- MCA- Université de Mostaganem.....Examineur3

**Année universitaire 2013/2014**

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE  
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR  
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE



UNIVERSITE  
Abdelhamid Ibn Badis  
MOSTAGANEM

**Université Abdelhamid Ibn Badis – Mostaganem-**  
**Faculté des Lettres et des Arts**

**Ecole doctorale algérienne de français**

*Pôle Ouest*

*Antenne de Mostaganem*

**Approche de l'onomastique commerciale des  
écrits de la ville de Mostaganem :  
*le cas des enseignes***

**Thèse présentée Par**

**Azzedine MALEK**

**En vue de l'obtention d'un Doctorat ès sciences**

**Option : Sciences du Langage**

**Sous la direction de Monsieur le Professeur Hadj MILIANI**

**Membres du jury**

M. Boumediène BENMOUSSAT- Pr. Université de Tlemcen.....Président  
M. Hadj MILIANI- Pr.- Université de Mostaganem..... Rapporteur  
MME. Leloucha BOUHADIBA- Pr.- Université d'Oran.....Examineur1  
MM. Kheira MERINE- MCA- Université d'Oran..... Examineur2  
M. Farid BENRAMDANE- MCA- Université de Mostaganem.....Examineur3

**Année universitaire 2013/2014**





## Dédicace

*Je dédie ce modeste travail à mon  
Grand-père  
Dada Malek Abdelkader Ould Iakhal,*

*À ma grand-mère  
Nana Amirouche Halima*

*À l'âme de mon père Allah Yerhmeh*

# Remerciements

En premier lieu, je remercie mon directeur de thèse, Monsieur le professeur Hadj MILIANI pour son soutien et encouragement. Je remercie également Monsieur le professeur Philippe BLANCHET qui a accompagné une grande partie de la conception et de la réalisation de cette thèse.

Merci aussi à toutes celles et ceux qui ont apporté leur concours à mon travail, en m'accordant leur temps et leur parole.

J'exprime encore ma gratitude aux membres du jury pour avoir accepté de lire, d'évaluer mon travail et de participer à cette soutenance.

Je pense, bien entendu, à mes parents, à mes frères et à mes sœurs qui m'ont soutenu et apporté leur aide : merci à vous !

Je remercie également chaleureusement toutes les personnes sans qui cette recherche n'aurait simplement pas été possible, qu'elles aient eu ou non un lien direct avec celle-ci.

Merci aux amis et/ou collègues qui m'ont aidé en partageant leurs compétences. C'est particulièrement le cas de : Dr. Farid BENRAMDANE, Dr. Miloud BENHAIMOUDA, Dr. Ouerdia Saddat YERMECHE, Pr. Farouk BOUHADIBA, Pr. Fodil CHERIGUEN, Dr. Abdelhamid KRIDECH, Dr. Lila MEDJAHED et M. Rachid EL HABITRI.

Mes remerciements vont aussi à toute la famille universitaire et à leur tête l'ex-Recteur de l'Université Abdelhamid Ibn Badis, Monsieur le Professeur Seddiki M'hamed Mohamed Salah Eddine, et sans oublier de remercier également l'actuel Recteur de l'Université de Mostaganem, Monsieur le Professeur Belhakem Mustapha.

La liste est encore longue, éclectique et non linéaire, autant que la chaîne des causes qui m'a amené à ce résultat. À VOUS MES AMI-E-S.

---شكرا جزيلًا---

*Les murs de nos villes parlent. On y lit les inscriptions du pouvoir (noms de rues, panneaux du code de la route, etc.) mais aussi celles du peuple (noms de magasins, graffitis, etc.). À Paris, ville pluriethnique et plurilingue, ce marquage linguistique de l'espace urbain témoigne des différentes présences étrangères et fournit des indices ou des signes sur la fonction sociale des langues et les différents statuts des locuteurs.*

**L.-J. Calvet,**  
*Des mots sur les murs :*  
*Le marquage linguistique du territoire. 1990*

# Table des matières

1.	INTRODUCTION GENERALE	- 15 -
2.	CHOIX DU SUJET	- 16 -
3.	INTERET DU SUJET	- 17 -
4.	PROBLEMATIQUE	- 19 -
5.	PLAN DE LA THESE	- 20 -

## PREMIERE PARTIE

### CHAMP DE LA RECHERCHE, CONCEPTS DE BASE ET PROBLÉMATIQUE DU SUJET

#### CHAPITRE I LES USAGES LINGUISTIQUES DANS LA VILLE: LES PARTICULARITES MOSTAGANEMOISES

1.	LE CONTEXTE SOCIOLINGUISTIQUE EN ALGERIE	- 23 -
1.1.	DIVERSITE LINGUISTIQUE	- 23 -
1.2.	L'ARABE LANGUE OFFICIELLE	- 23 -
1.2.1.	L'ARABE MEDIATIQUE	- 24 -
1.2.2.	L'ARABE ALGERIEN	- 24 -
1.2.3.	LE TAMAZIGHT	- 25 -
1.3.	LA LANGUE FRANÇAISE EN ALGERIE	- 26 -
1.3.1.	LE FRANÇAIS ENTRE « STATUS » ET « CORPUS »	- 27 -
1.4.	L'ANGLAIS ET L'ESPAGNOL	- 37 -
2.	PARTICULARITE DES USAGES LINGUISTIQUES DE MOSTAGANEM	- 38 -
2.1.	DESCRIPTIF DES USAGES LINGUISTIQUES MOSTAGANEMOIS	- 38 -
3.	QUELQUES PARTICULES ENONCIATIVES ET CONNECTEURS DANS LES USAGES LINGUISTIQUES DE MOSTAGANEM	- 41 -
3.1.	LA PARTICULE 'W'	- 42 -
3.2.	LA PARTICULE 'WƏLLA'	- 45 -
3.3.	LES MARQUEURS DE L'ESPACE	- 46 -
3.4.	QUELQUES MARQUEURS TEMPORELS	- 51 -
3.4.1.	'DƏRWƏK' « MAINTENANT »	- 51 -
3.4.2.	'EL-BARƏH' « HIER »	- 52 -
3.5.	AUTRES OUTILS GRAMMATICaux	- 52 -
3.5.1.	L'EXPRESSION DE L'OPPOSITION	- 52 -
3.5.2.	L'EXPRESSION DE LA CAUSE	- 52 -
3.5.3.	L'EXPRESSION DE LA CONSEQUENCE	- 53 -
3.5.4.	L'EXPRESSION DU BUT	- 53 -

## **CHAPITRE II ELEMENTS DE DEFINITION, DE CADRAGE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE AUTOUR DU CONCEPT DES « LANGUES EN CONTACT »**

<b>1. BILINGUISME COMME CONCEPT MAJEUR EN SOCIOLINGUISTIQUE</b>	<b>- 56 -</b>
<b>1.1 BILINGUISME OU PLURILINGUISME</b>	<b>- 56 -</b>
<b>1.2. CONCEPTS OPERATOIRES</b>	<b>- 64 -</b>
<b>1.3. SUJET BILINGUE</b>	<b>- 66 -</b>
<b>1.4. BILAN</b>	<b>- 68 -</b>
<b>2.1 QU'EST-CE QU'UN EMPRUNT ?</b>	<b>- 69 -</b>
<b>2.2 TYPOLOGIE DES EMPRUNTS</b>	<b>- 71 -</b>
<b>2.3 ADAPTATION/INTEGRATION DES EMPRUNTS</b>	<b>- 75 -</b>
<b>2.3.1 ADAPTATION/INTEGRATION MORPHO PHONOLOGIQUE DES SUBSTANTIFS</b>	<b>- 75 -</b>
<b>2.3.2 ADAPTATION/INTEGRATION MORPHOLOGIQUE DES VERBES</b>	<b>- 87 -</b>
<b>2.3.3 ADAPTATION / INTEGRATION MORPHO PHONOLOGIQUE DES ADJECTIFS</b>	<b>- 91 -</b>
<b>2.3.4 ADAPTATION/INTEGRATION MORPHOLOGIQUE DES ADVERBES</b>	<b>- 96 -</b>
<b>2.3.5 ADAPTATION/INTEGRATION SEMANTIQUE DES EMPRUNTS</b>	<b>- 97 -</b>
<b>2.4 BILAN</b>	<b>- 97 -</b>
<b>3. MELANGES DES LANGUES</b>	<b>- 98 -</b>
<b>3.1 ALTERNANCE CODIQUE ET MELANGE CODIQUE</b>	<b>- 98 -</b>
<b>3.2 BILINGUISME ET ALTERNANCE CODIQUE</b>	<b>- 102 -</b>
<b>3.3 CONCEPTS DE LANGUE MATRICE ET DE LANGUE ENCHASSEE</b>	<b>- 104 -</b>
<b>3.4 DIFFERENTS TYPES D'ALTERNANCE CODIQUE</b>	<b>- 107 -</b>
<b>3.5 QUELQUES MODALITES D'ALTERNANCE CODIQUE</b>	<b>- 110 -</b>
<b>3.6 BILAN</b>	<b>- 110 -</b>

## **CHAPITRE III PROBLEMATIQUE ET INVESTIGATION DU CORPUS**

<b>1. ETUDE LINGUISTIQUE DES ENSEIGNES DE COMMERCE</b>	<b>- 113 -</b>
<b>2. ANALYSE DU CONTENU ET DE LA FORME LINGUISTIQUE DES ENSEIGNES DE COMMERCE EN ALGERIE</b>	<b>- 114 -</b>
<b>2.1. UN FLANEUR FACE A UNE ENSEIGNE ?</b>	<b>- 117 -</b>
<b>2.2. PROTOCOLE DE RECHERCHE</b>	<b>- 119 -</b>
<b>2.2.1. ESPACE PHYSIQUE</b>	<b>- 119 -</b>
<b>2.2.2. LE « VISAGE DE LA VILLE »</b>	<b>- 119 -</b>
<b>2.2.3. SUJETS INFORMATEURS</b>	<b>- 121 -</b>
<b>2.3. PRESENTATION DE L'ENQUETE</b>	<b>- 122 -</b>
<b>2.3.1. OBJECTIFS/PROBLEMATIQUE</b>	<b>- 122 -</b>
<b>2.3.2. METHODOLOGIE</b>	<b>- 123 -</b>
<b>2.3.3. ADEQUATION OBJECTIFS/ENQUETES</b>	<b>- 126 -</b>
<b>2.3.4. INDIVIDUS ENQUETES</b>	<b>- 127 -</b>
<b>3. SPECIFICITE DE L' « ONOMASTIQUE COMMERCIALE » EN ALGERIE</b>	<b>- 128 -</b>
<b>3.1. LE « SYNTAGME PUBLICITAIRE »</b>	<b>- 130 -</b>
<b>3.2. « DES-ORTHOGRAPHISATION » COMME FACTEUR DE VARIATION VIA LE SYNTAGME PUBLICITAIRE.</b>	<b>- 133 -</b>
<b>3.2.1. VARIATION PHONEMATIQUE / GRAPHEMATIQUE</b>	<b>- 133 -</b>
<b>3.2.2. INTERFERENCE COMME FACTEUR DE VARIATION VIA LE SYNTAGME COMMERCIAL.</b>	<b>- 138 -</b>
<b>3.3. CONCLUSION PARTIELLE</b>	<b>- 140 -</b>

## DEUXIEME PARTIE

### LA DENOMINATION COMMERCIALE ENTRE TRAITMENT ONOMASTIQUE ET ANALYSE LINGUISTIQUE

#### CHAPITRE IV LE NOM DESIGNATEUR DE COMMERCE ENTRE NOM PROPRE ET NOM COMMUN

<b>1. INTRODUCTION</b>	<b>- 144 -</b>
<b>2. QU'EST-CE QU'UN NOM PROPRE ?</b>	<b>- 146 -</b>
<b>2.1 PRINCIPES TRADITIONNELS DE DEFINITION</b>	<b>- 147 -</b>
2.1.1 CRITERES MORPHOLOGIQUES OU « OBSERVABLES »	- 148 -
2.1.1.1 Typographie de la lettre initiale	- 148 -
2.1.1.2 Conception de traduction	- 148 -
2.1.1.3 Conception des dictionnaires	- 148 -
2.1.2 LES PARAMETRES MORPHOSYNTAXIQUES	- 149 -
2.1.2.1 Absence de déterminant	- 149 -
2.1.2.2 Absence de flexion	- 150 -
2.1.3 PRINCIPES SEMANTIQUES ET PRAGMATIQUES	- 150 -
2.1.4 TYPOLOGIE DES NOMS PROPRES	- 151 -
2.1.4.1 Nom désignateur du commerce comme <i>typologie additive</i>	- 151 -
2.1.5 PROCEDES DENOMINATIFS DANS L'ENSEIGNE	- 153 -
2.1.5.1 DENOMINATIONS COMMEMORATIVES	- 154 -
2.1.5.2 DENOMINATIONS DE PROMISCUITE	- 154 -
2.1.5.3 DENOMINATIONS LIEES AUX METIERS	- 155 -
2.1.5.4 DENOMINATIONS INCLUANT DES EMPRUNTS	- 155 -
2.1.6 PUBLICITE ET DESIGNATEUR COMMERCIAL	- 156 -

#### CHAPITRE V ANALYSE DE L'ONOMASTIQUE COMMERCIALE

<b>1. INTRODUCTION</b>	<b>- 160 -</b>
<b>2. LES TRAVAUX EN ONOMASTIQUE COMMERCIALE</b>	<b>- 163 -</b>
<b>2.1. ELEMENTS DE DEFINITIONS DU TERME « ENSEIGNE »</b>	<b>- 164 -</b>
<b>2.2. OUTILS OPERATOIRES</b>	<b>- 168 -</b>
2.2.1. FORMES CONSTRUITES DES DENOMINATIONS COMMERCIALES	- 169 -
2.2.1.1. Les noms introduits par un article :	- 171 -
2.2.1.2. Les noms sans introducteurs :	- 172 -
2.2.1.3. Les noms juxtaposés :	- 173 -
2.2.1.4. Les noms accolés ou rapprochés par un trait d'union :	- 174 -
2.2.1.5. Les enseignes contenant des noms de personnes :	- 175 -
2.2.1.6. Les noms avec le graphème "F" et "M" servant à transcrire deux lexèmes:	- 176 -

<b>2.3. TYPOLOGIE DES ENSEIGNES</b>	<b>- 179 -</b>
2.3.1. AFFICHAGE « DIGRAPHIQUE »	- 180 -
2.3.2. COMBINAISONS ET MELANGE DE LANGUE	- 181 -
2.3.3. PROBLEMES DE TRANSCRIPTION ET DE TRANSLITTERATION	- 182 -
2.3.4. LA DEGLUTINATION	- 183 -
2.3.5. LA SUPPRESSION DU GRAPHEME INITIAL OU APHERESE	- 183 -
2.3.6. LE CAS DE QUELQUES LETTRES INITIALES	- 184 -
2.3.7. LE CAS DE SUPPRESSION-COMMUTATION	- 184 -
2.3.8. FAUSSES COUPES OU APHERESE DE L'ARTICLE.	- 185 -
2.3.9. L'APOCOPE ET LA TRONCATION	- 186 -
2.3.10. APOCOPE PAR DENASALISATION	- 186 -
2.3.11. LA REDUCTION DES LETTRES	- 187 -
2.3.12. LA SYNCOPE VOCALIQUE	- 187 -
2.3.13. LA SYNCOPE CONSONANTIQUE	- 188 -

## **CHAPITRE VI ANALYSE SOCIOLINGUISTIQUE**

<b>1. INTRODUCTION</b>	<b>- 191 -</b>
<b>1.1. LES ETAPES DE MISE AU POINT D'UN ENTRETIEN</b>	<b>- 192 -</b>
<b>1.2. LE MATERIAU DE L'ENQUETE</b>	<b>- 193 -</b>
<b>1.3. PRESENTATION DES ELEMENTS RECUEILLIS</b>	<b>- 195 -</b>
1.3.1. REPERAGE ICONIQUE	- 196 -
1.3.2. REPERAGE SEMANTICO-ORTHOGRAPHIQUE	- 201 -
1.3.3. D'AUTRES LECTURES ET D'AUTRES LECTEURS	- 204 -
<b>1.4. ANALYSE QUANTITATIVE</b>	<b>- 207 -</b>
1.4.1. DEPOUILLEMENT DU QUESTIONNAIRE	- 207 -
1.4.2. LA PROFESSION DES SUJETS INFORMATEURS	- 209 -
1.4.3. LA SITUATION FAMILIALE DES SUJETS INFORMATEURS	- 212 -
1.4.4. LE NIVEAU D'EDUCATION	- 214 -
1.4.5. LE LIEU DE RESIDENCE	- 215 -
1.4.6. LE SEXE DES SUJETS INFORMATEURS	- 216 -
1.4.7. LA TRANCHE D'AGE DES INFORMATEURS	- 218 -
1.5 BILAN	- 221 -

<b>Conclusion générale</b>	<b>-226-</b>
<b>Références bibliographiques</b>	<b>-234-</b>
<b>Listes des légendes</b>	<b>-246-</b>
<b>Résumés</b>	<b>-249-</b>



# **INTRODUCTION**

## **1. Introduction générale**

Les effets de l'histoire linguistique et sociale sur l'environnement graphique et urbain de l'Algérie d'aujourd'hui, ont favorisé l'émergence d'une mosaïque de phénomènes, riche en termes de manifestations et de formes expressives, qui ne cessent de complexifier la dynamique du changement et les aspects réticulaires appréhendés en synchronie et en diachronie. Face à une telle situation, nous assistons à une profusion en matière de travaux de recherche en sociolinguistique, aussi bien en Algérie qu'en France. Ces travaux, en outre, ont essayé d'approcher ces phénomènes socioculturels en étroite corrélation avec les conduites et les pratiques langagières des locuteurs ; des comportements qui, le moins que l'on puisse dire, caractérisent le paysage sociolinguistique dans sa dimension culturelle et interculturelle la plus « visible ». Les centres d'intérêt de ces recherches se sont focalisés exclusivement sur les différents usages des variétés en circulation dans l'espace algérien ainsi que le poids des représentations des idiomes les plus standardisés sur le choix de telle ou telle langue. Les problématiques s'articulant autour des langues en contact sont légions. Cependant, si nous inscrivons notre thèse de doctorat dans le champ de la sociolinguistique urbaine, pour ne pas tomber dans une vision aseptisée<sup>1</sup>, nous sommes conscient de la pertinence scientifique et sociale d'un tel projet de recherche.

Il faut, d'emblée, souligner que la réalité linguistique et sociolinguistique algérienne se définit par un fait notable de contact permanent de langues lié aux multiples invasions de ce pays à travers l'histoire.

---

<sup>1</sup> Le débat autour d'une sociolinguistique de la ville ou d'une sociolinguistique ayant comme terrain d'étude le milieu urbain, a fait l'objet de plusieurs articles dont le plus controversé est celui de L-J. Calvet, « Les voix de la ville revisitées, Sociolinguistique urbaine ou linguistique de la ville ? », dans lequel il répond à une demande explicite de Thierry Bulot à propos de son ouvrage publié il y a plus de seize ans, intitulé, L-J. Calvet, 1994, *Les voix de la ville, introduction à la sociolinguistique urbaine*. Paris : Payot.

D'ailleurs, il est historiquement établi que l'Algérie fut et demeure un lieu de passage de cultures diverses qui la percevaient comme une zone géostratégique importante. L'interpénétration des codes en présence et les différentes formes expressives attestées dans les villes algériennes constituent un lieu d'observation et d'interrogation qui, inévitablement, interpelle les disciplines des sciences humaines et sociales. L'Algérie est, par définition, un pays bi-plurilingue. Ce plurilinguisme se traduit à travers la diversité des formes langagières et il se répand dans toutes les directions, d'où la complexité de la situation sociolinguistique en Algérie.

## **2. *Choix du sujet***

On ne peut pas concevoir une vie sociale en dehors de la communication. L'échange, en termes d'interaction, que ce soit au plan de l'oral ou de l'écrit, constitue un déclencheur potentiel de tout changement linguistique au sein des groupes sociaux et des communautés linguistiques. L'évolution de la communication sociale transcende les conflits et assure la continuité, en harmonie dans des cas, en conflit dans d'autres situations, celles relatives, entre autres, aux enjeux de l'environnement graphique en milieu urbain...

Compte tenu de l'importance de la rapidité de l'information au sein des sociétés contemporaines, l'individu ne se contente pas d'adopter un mode de communication désuet voire inefficace. Il va, par contre, s'adapter en résistant à toutes les mutations, en exprimant avec force ses besoins et son existence en tant que tel.

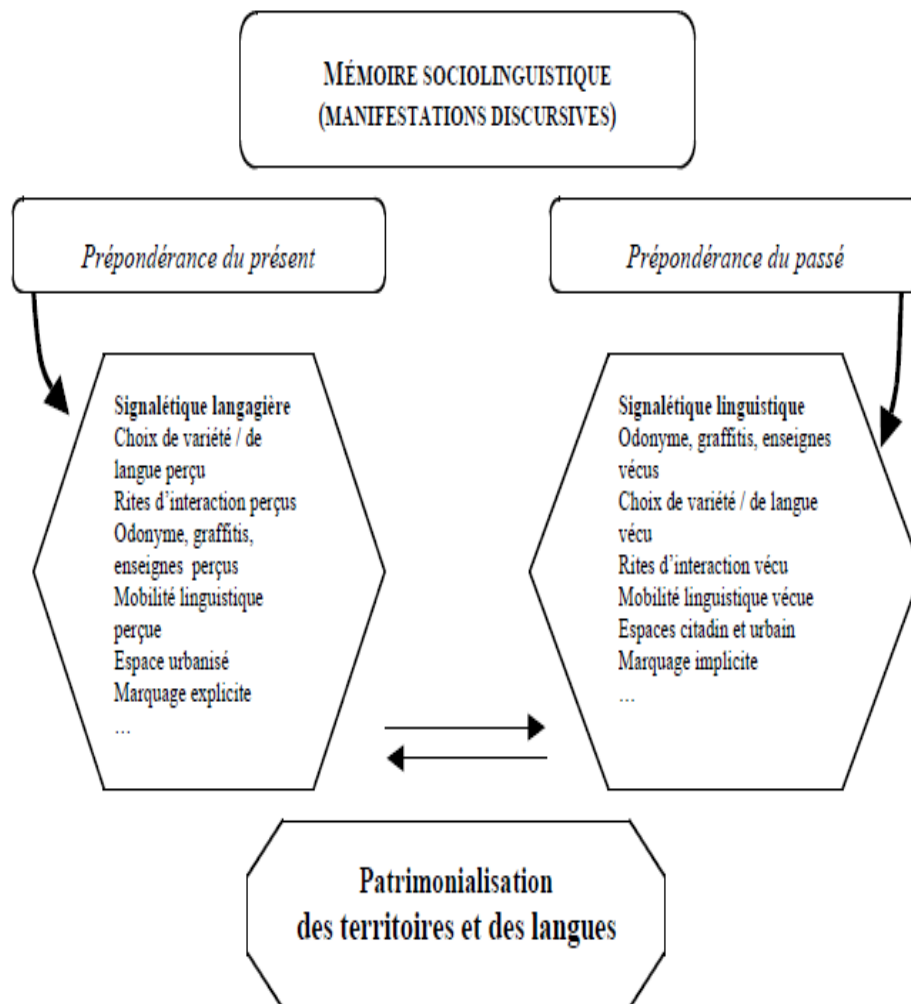
L'écriture associée à l'image ou au dessin, depuis toujours, manifeste les différentes formes de représentation de l'Homme, ceci pour marquer son activité dans le macrocosme et pour formuler efficacement ses aspirations et ses inquiétudes dans sa niche écologique. Le choix de notre sujet de thèse découle d'un constat selon lequel les langues, au sein de toutes les sociétés du monde, fonctionnent à l'aide des images et des dessins entre autres;

autrement dit, le déchiffrage d'un affichage quelconque par un flâneur, dans un milieu urbain, n'est pas focalisé exclusivement sur ce qui est transcrit graphiquement. L'œil des lecteurs opère pratiquement un balayage oblique, sur l'affichage. En termes techniques, il s'agit d'une sorte de mouvement visuel enregistrant simultanément une multitude d'informations inhérentes à la forme, à la couleur, à la dimension et à l'agencement du contenu à l'intérieur d'un support d'affichage.

### **3. Intérêt du sujet**

Ceci nous conduit à définir le lieu d'accumulation de ces informations, à savoir la « mémoire sociolinguistique ». Cette *mémoire*, d'ailleurs, appréhendée en termes de discours dynamique sur les différentes configurations expressives de la ville, constitue l'une des problématiques majeures de la sociolinguistique urbaine (cf. notamment les travaux de T. Bulot en bibliographie et la référence citée *infra*). L'intérêt d'une telle problématisation revêt un double avantage ; d'une part, il s'agit de la description, dans le présent, d'un corpus de pratiques et de productions effectives des acteurs sociaux sur la signalétique urbaine et, pour le passé, d'autre part, l'exploration d'une signalétique linguistique historiquement mémorisée voire refoulée dans la conscience des individus et transmise de génération en génération (cf. la modélisation *infra*). Cette mémoire n'est que l'expression sensible d'une *mise en mot* d'un passé un peu particulier, d'un présent en gestation et d'un futur plein d'interrogations. Les écrits de la ville, cependant, se présentent comme une exposition, à ciel ouvert, de cette dynamique linguistique à travers des sédiments graphiques, iconiques et symboliques. Un panneau publicitaire ou une enseigne de commerce ne passent pas inaperçus devant les passants. Dans le souci de décrire l'environnement graphique de façon exhaustive, la sociolinguistique

urbaine articule cette dynamique socio-langagière sur la question de la *discursivité*<sup>2</sup>.



**Modélisation 1** Mémoire sociolinguistique et discours<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Dans son introduction de la 2<sup>ème</sup> Journée Internationale de Sociolinguistique Urbaine JISU, Th. Bulot interroge cette notion selon l'approche sociolinguistique urbaine comme « *relev[ant] d'une problématisation « aménagiste » des réalités sociolangagières* [à laquelle nous adhérons d'ailleurs]. *C'est pour le cas, la thèse que je sou mets ici à discussion autour d'une brève réflexion sur la discursivité des territoires urbains* » p.5, et il ajoute plus loin page 10 que « *Les sens des territoires urbains sont ceux qui procèdent spécifiquement et respectivement des relations entre les différents groupes sociaux, ils sont les discours tenus autour de la nécessité concomitante de s'identifier et de se différencier. Rapportés au langagier, ils sont le produit de la confrontation entre les lieux, entre les discours tenus sur ces lieux (leur valeur sociale), et entre les pratiques langagières et linguistiques attribués à chacun de ses lieux.* » Th. BULOT, 2001, « L'essence sociolinguistique des territoires urbains : un aménagement linguistique de la ville ? », In *Sociolinguistique Urbaine : Variations linguistiques : images urbaines et sociales*, Sous la direction de Thierry Bulot, Cécile Bauvois et Philippe Blanchet, *Cahiers de Sociolinguistique* n°6, Presses Universitaires de Rennes. p.5 et 10.

#### 4. *Problématique*

Parler de la sociolinguistique urbaine ou de l'écolinguistique, c'est interroger à la fois les langues dans leur contexte et les discours des locuteurs sur ces langues. A cet effet, Calvet s'interroge sur la posture à adopter, en tant que sociolinguiste, dans le traitement des phénomènes sociolinguistiques :

Que suis-je en train de faire ? De la sociolinguistique urbaine ? De la sociologie du langage ? De l'écolinguistique ? [...] Disons les choses simplement : ma position est que nous faisons tous de la linguistique, science qui ne peut se limiter à la description d'un artefact, la langue, mais qui se situe dans le cadre d'un continuum allant, comme nous l'avons écrit, de l'analogique au digital.<sup>4</sup>

La perspective de Calvet articule un mouvement de va-et-vient entre les « *rappports sociaux [et] le détail des faits linguistiques, comme par un effet de zoom*<sup>5</sup> » ; il s'agit d'une vision analytique à laquelle nous souscrivons tout au long de notre investigation du corpus. Nous problématisons, par ailleurs, la notion du *nom comme désignateur commercial* dans une perspective tridimensionnelle, à savoir la problématique de l'onomastique commerciale, celle de la lexicographie et enfin celle de l'approche sociolinguistique comme élément définitoire de la signification sociale des mots appréhendés *in vivo*. Interroger des variables sociales pour expliquer le pourquoi du choix d'une telle ou telle séquence écrite pour un édifice de commerce, requiert une démonstration aussi bien quantitative que qualitative. Il s'agit d'examiner, d'un côté, les caractéristiques morpho-lexicales d'un certain nombre d'occurrences recensées et classées en fonction des critères sémantiques et formels. Les attributs, les évaluations et les catégorisations émanant des acteurs sociaux interrogés sur la nature

---

<sup>3</sup>Cette modélisation est tirée d'un article de T. BULOT et V. VESCHAMBRE, 2004, *Sociolinguistique urbaine et géographie sociale : hétérogénéité des langues et des espaces*, Communication au colloque *Espace et société aujourd'hui*, Rennes, 21-22 octobre 2004.

<sup>4</sup> L.-J. CALVET, 2000, « La ville et la gestion *in vivo* du plurilinguisme ». In Calvet L.-J. & Moussirou- Mouyama, (eds.). *Le plurilinguisme urbain*, Paris, Institut de la Francophonie, Didier Érudition, p. 13.

<sup>5</sup> L.-J. CALVET, 1993, *La sociolinguistique*, Ed, PUF, Paris. p. 108.

des écrits commerciaux, révèlent également des résultats intéressants de cette dynamique langagière identifiée en synchronie, de l'autre coté.

## **5. Plan de la thèse**

Notre thèse de doctorat est structurée en deux parties dont chacune contient trois à quatre chapitres et qui se présentent de la manière suivante. L'ouverture, tout d'abord, de notre thèse par une introduction générale ensuite nous enchaînons avec la première partie dans laquelle nous trouvons une présentation succincte du paysage sociolinguistique en Algérie ainsi qu'une démonstration des particularités lexicales du parler mostaganémois, selon un éclairage dialectologique. Viennent ensuite les deux chapitres, à savoir deux et trois, respectivement intitulés *Eléments de définition, de cadrage théorique et méthodologique autour du concept des « Langues en contact »* et *Problématique et investigation du corpus*, dans lesquels nous définissons les concepts clefs de notre analyse avec des illustrations, en l'occurrence le le bilinguisme, l'emprunt, et l'alternance codique. Dans le chapitre suivant nous posons la problématique ainsi que le protocole de l'enquête sociolinguistique en analysant une partie assez représentative de l'ensemble onomastique de notre paysage urbain.

Quant à la deuxième partie, nous commençons par le chapitre quatre consacré exclusivement à la définition du nom comme désignateur du commerce entre la théorie du nom propre et celle du nom commun, en vue d'introduire le chapitre suivant, à savoir le cinquième qui traite de l'analyse de l'onomastique commerciale des noms d'enseigne. Dans cette section, il s'agit de dresser une typologie des noms d'enseigne selon une analyse morpho-lexicale et sémantique. Enfin, le sixième chapitre est une analyse combinant à la fois les aspects quantitatifs et qualitatifs de notre enquête, dans l'objectif de définir, dans une séquence globale et concluante, les caractéristiques sociolinguistiques des noms désignateurs de commerce dans l'environnement graphique algérien.

# **PREMIERE PARTIE**

## **CHAMP DE LA RECHERCHE, CONCEPTS DE BASE ET PROBLÉMATIQUE DU SUJET**

# **CHAPITRE I**

## **SITUATION DU FRANÇAIS EN ALGERIE ET PARTICULARITES DE L'USAGE LINGUISTIQUE DANS LA VILLE DE MOSTAGANEM**

## **1. *Le contexte sociolinguistique en Algérie***

La situation linguistique en Algérie est assez diversifiée et complexe. Outre des phénomènes sociolinguistiques liés aux pratiques langagières des locuteurs algériens et des parlers régionaux du pays, nous enregistrons la présence d'un plurilinguisme résultant de raisons historiques, politiques, socioculturelles, économiques ou autres. Nous tenterons de proposer succinctement une classification des divers parlers locaux.

### **1.1. *Diversité linguistique***

Il convient de noter que le champ linguistique oral et écrit comprend essentiellement la langue tamazight et ses diverses variétés (le mozabite, le kabyle, le tamazight des Aurès, le Chleuh, etc.), l'arabe dialectal algérien, l'arabe classique ou littéraire<sup>6</sup> et l'arabe « médiatique<sup>7</sup> ». Le domaine des langues en circulation dans l'espace algérien est très largement dominé par le français ; l'anglais et l'espagnol occupent un rang subalterne circonscrit notamment aux programmes scolaires et à certaines sphères limitées du secteur tertiaire. On note également des traces importantes de l'espagnol dans le parler oranais des générations ayant côtoyé la communauté espagnole de cette région lors de l'époque coloniale.

### **1.2. *L'arabe langue officielle***

La Constitution algérienne de 1996 (modifiée par la loi n° 08-19 du 15 novembre 2008 portant révision constitutionnelle), dans son article 3, stipule que « l'arabe est la langue nationale et officielle » ; c'est ainsi que cet idiome tend à être imposé dans des secteurs tels que l'administration,

---

<sup>6</sup>. A. DOURARI définit la forme haute de l'arabe dite « classique ou littéraire » par la désignation « scolaire ». La forme simplifiée de l'arabe classique ou littéraire est aussi appelée arabe moderne.

<sup>7</sup>. Forme de langue usitée dans les médias, caractérisée par sa sobriété et ses nombreux emprunts aux « grandes » langues modernes.

l'enseignement, la presse et les médias. Cependant, en raison d'un fort taux d'analphabétisme, cette forme de langue n'est comprise que par le public scolarisé. On évalue à plus de 60 % la part de la population qui ne communique qu'en arabe algérien ou en tamazight.

### **1.2.1. L'arabe médiatique**

L'arabe médiatique (appelé également arabe *médian*) relève d'un registre de langue mis en place et utilisé de plus en plus par la catégorie cultivée du monde journalistique (lors des interviews et des débats politiques ou littéraires) et du spectacle (dans certaines pièces de théâtre ou au cinéma). C'est une forme intermédiaire entre l'arabe standard et l'arabe algérien.

### **1.2.2. L'arabe algérien**

L'arabe dialectal algérien demeure la langue largement majoritaire. C'est la langue orale (nourrie de nombreux emprunts aux parlers tamazighs notamment et au français) et parlée par une large part de la population (plus de 95 %). L'intégration de ces emprunts, notamment français, est marquée par des flexions phonologiques résultant de l'influence du substrat local ; par ailleurs, des accents typiques caractérisent les parlers régionaux. En outre, on constate des variations linguistiques<sup>8</sup> propres à chaque région ; on distingue ainsi le parler oranais, algérois, celui de l'Est algérien...

Oran exerce une influence [linguistique] sur l'Oranie, (...) Annaba et Constantine se partagent l'Est algérien [et Alger occupe le centre]; à un échelon plus modeste, chaque ville moyenne se taille une aire d'attraction quasi-exclusive, mais limitée dans l'espace.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> . Nous nous référons à l'*accent*, à la *géographie linguistique* voire à la *variation sociale*.

<sup>9</sup> . J. BISSON et P. SIGNOLES, 1985, « Nations et régions : vers une nouvelle structuration de l'espace », *Le Maghreb. Hommes et espaces*, sous la direction de Jean-François Troin, Paris, Armand Colin, 360 p., p. 296.

Toutefois, les fluctuations et les nuances entre ces parlers n'altèrent nullement la compréhension entre les locuteurs des diverses régions.

Selon l'origine socioculturelle des locuteurs, nous sommes en mesure de proposer une classification tripartite de l'arabe algérien :

- Le parler citadin (de la cité), répandu dans les grandes villes (Tlemcen, Oran, Alger, Constantine...). Cependant, ce parler a subi avec le temps l'influence rurale provoquée par l'exode vers les villes.
- Le parler rural ou *bédoui*<sup>10</sup> qui présente des spécificités phonétiques et morpho-phonologiques.
- Le parler des *Gbala* : il s'agit de nomades qui se déplacent principalement sur les hauts plateaux et dans le désert saharien ; ils ont leur propre parler relativement peu influencé par les autres parlers régionaux. Leur langue n'a subi que peu d'infiltration d'emprunts.

### **1.2.3. Le tamazight**<sup>11</sup>

Le statut de cette langue a connu de grands changements à travers les âges (invasions arabes du X<sup>ème</sup> siècle, colonisation, généralisation de l'arabe à l'indépendance, renouveau du tamazight lié aux revendications culturelles et identitaires des populations berbérophones. Au plan étymologique, le terme tamazight remonte à une époque lointaine.

Le terme "berbère" est dérivé de *barbare*, cette dénomination est étrangère aux communautés qui utilisent cette langue, il est le produit de l'ethnocentrisme gréco-romain qui qualifiait de barbare tout peuple, toute culture et toute civilisation marquée du sceau de la différence.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup>. En substitution à bédouin qui s'emploie comme adjectif, par exemple : la chanson *bédouine*, qui relève d'un domaine artistique, nous préférons le substantif *bédoui*, correspondant à une forme linguistique spécifique à la zone rurale.

<sup>11</sup> Le 3 octobre 2001, le parlement algérien a déclaré le tamazight (variété parlée par les Kabyles dans leur capitale, Tizi Ouzou et ses environs) langue nationale du pays.

<sup>12</sup>. A. BOUKOUS, 1995, « Société, Langues et culture au Maroc: Enjeux symboliques », *Casablanca* - Ed. Ennajah, El Jadida p. 17.

La réhabilitation de la langue tamazight procède de la conjugaison de deux facteurs : d'une part, la prise de conscience des berbérophones quant à leur acculturation par l'arabisation généralisée, et d'autre part, la volonté politique du pouvoir de désamorcer un risque de déséquilibre national. C'est en convergence avec ce large mouvement de revendications culturelles que de nombreuses études<sup>13</sup> ont été consacrées à cette langue selon diverses orientations : sociolinguistique, morphosyntaxique et phonologique.

### **1.3. La langue française en Algérie**

Le français, introduit par la colonisation en Algérie, a été imposé dans les institutions administratives, scolaires et universitaires, et a fini par s'intégrer dans le paysage linguistique algérien. Aziza BOUCHERIT, dans son ouvrage « *L'Arabe parlé à Alger* » évoque une période importante dans l'évolution de l'arabe vernaculaire algérien, celle de l'occupation française ;

La troisième période à prendre en considération est celle de la conquête française (1830-1962). Progressivement, le français, s'étendra à tous les secteurs de la vie publique et, jusqu'à l'indépendance du pays, sera la langue officielle. Toutefois, malgré son statut, il ne se substituera pas à l'arabe dans tous les domaines de la vie, comme ce dernier l'avait fait pour le tamazight. Les 130 années de contact entre les deux langues ont certes laissé des traces : non seulement une partie de la population est bilingue et utilise le français plus au moins régulièrement, mais les emprunts au français, sans être systématique, ont été, au moins dans les villes et pour certaines zones du lexique, très nombreux.<sup>14</sup>

Ce processus n'a pas pris fin après l'indépendance, mais s'est au contraire élargi en raison de la généralisation de l'enseignement du français et en français de 1962 à 1976. C'est ainsi que notre recherche vise à

---

<sup>13</sup>. Cf. S. CHAKER, 1997 : « La langue berbère en France, situation actuelle et perspectives de développement », in *Enseignement des langues d'origine et immigration nord-africaine en Europe : Langue maternelle ou d'Etat ?*, sous la direction de Mohamed Tilmatine, document pédagogique Erasmus, INALCO/CEDRA-CRB, pp. 15-30.

<sup>14</sup> A. BOUCHERIT, 2006, *L'arabe parlé à Alger*, Alger, Editions Anep, p. 13.

appréhender ce français à travers le statut et les différents domaines d'usage. Cependant, l'Algérie n'a pas encore intégré la francophonie<sup>15</sup> pour des raisons complètement ambiguës. À propos de ce choix, G. Grandguillaume utilise le terme d'« ambivalence » dans le sens d'une contradiction frappante.

L'Algérie est un grand pays francophone et pourtant elle ne fait pas partie de la francophonie. Pour comprendre ce paradoxe, il faut réaliser que la langue française en Algérie est l'objet d'une forte **ambivalence**, qui présente des aspects sociaux, culturels, politiques et identitaires. L'Algérie a été constituée par la France tout en étant déniée d'une identité propre : « l'Algérie, c'est la France », a-t-on longtemps répété. La langue française est ainsi au cœur d'un nœud complexe.<sup>16</sup>

La complexité de cette situation linguistique est générée par une politique linguistique massive d'arabisation. Cette idéologie « pan-arabiste » tente intentionnellement d'oblitérer les traces du français ainsi que sa promotion dans ce pays. D'ailleurs, dans le domaine éducatif, le taux d'échec en français demeure significatif et constitue un indicateur alarmant. (cf. les travaux des cinq dernières années sur la didactique du FLE en Algérie, tous paliers confondus, accusent directement la politique d'arabisation).

### **1.3.1. Le français entre « Status » et « Corpus »**

Il existe une littérature si abondante<sup>17</sup> sur la situation du français en Algérie que son exploitation s'avère impossible. D'ailleurs, le choix descriptif que nous allons adopter, en vue d'appréhender la place du français dans la réalité algérienne, s'inspire principalement de la grille de LAFDEF élaborée

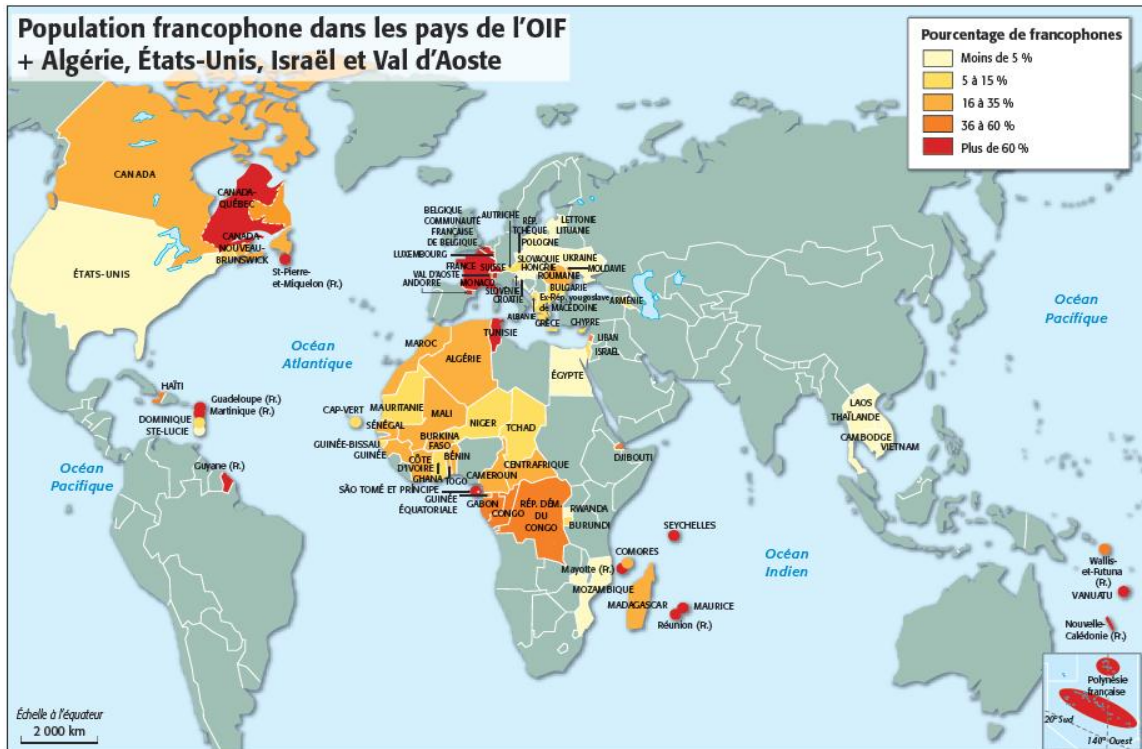
---

<sup>15</sup> Le discours du président Abdelaziz Bouteflika tente de justifier la position de l'Algérie vis-à-vis de la francophonie comme suit: « *L'Algérie est un pays qui n'appartient pas à la Francophonie, mais nous n'avons aucune raison d'avoir une attitude figée vis-à-vis de la langue française qui nous a tant appris et qui nous a en tout cas ouvert la fenêtre de la culture française.* » La revue l'Année francophone internationale (AFI 2000), publication annuelle avec bilans, analyses, tableaux et cartes, la documentation française, p.200.

<sup>16</sup> Gilbert GRANDGUILLAUME, « La francophonie en Algérie », [<http://sinistri.canalblog.com/archives/2008/04/09/8718521.html>] consulté en juillet 2012

<sup>17</sup> Cf. notamment les thèses de doctorat et les magisters algériens(en français) qui traitent de la didactique des langues, de la linguistique ou de la sociolinguistique, abordent inéluctablement et systématiquement le volet du « français en Algérie ». Voir également les différents numéros de Synergie Algérie (N° 1, 2, 4, 5, 6, 8, 9, 12, 15).

conjointement par R. Chaudenson<sup>18</sup> et D. Rokotomalala. Nous nous sommes également appuyé sur l'article de Leila Messaoudi<sup>19</sup>. Il faut rappeler d'abord que le nombre de francophones en Algérie<sup>20</sup> est de 11,8 millions en 2008, ce qui qualifie, numériquement et officieusement, l'Algérie de pays francophone<sup>21</sup>.



Carte 1 Carte tiré de la Synthèse de *La langue française dans le monde 2010*, p.6-7.  
<http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Synthese-Langue-Francaise-2010.pdf>

<sup>18</sup> *Situations linguistiques de la francophonie : Etat des lieux*, (Réseau Observation du français et des langues nationales). Coordonnateurs R. CHAUDENSON et D. RAKOTOMALALA, AUF, Canada, 2004.

<sup>19</sup> Dans cet article, Leila Messaoudi dresse, de façon quasi-analogue à l'Algérie, la situation sociolinguistique du Maroc. L., MESSAOUDI, 2010, « La langue française au Maroc. Fonction élitaire ou utilitaire ? », In *Pratiques innovantes du plurilinguisme : Émergence et prise en compte en situations francophone*, Sous la direction de Philippe Blanchet et Pierre Martinez. Paris, éditions des archives contemporaines, (264 p). pp.59-71.

<sup>20</sup> « L'Office des statistiques (ONS) donne une population de **36,3 millions** d'habitants au 1er janvier 2011. » <http://www.algerie-focus.com/blog/2011/07/05/1%E2%80%99algerie-au-05-juillet-2011-bilan-mitige-et-incertitudes-pour-1%E2%80%99avenir/> consulté en juillet 2012

<sup>21</sup> Egalement d'après l'Office national des statistiques d'Algérie l'on compte le « nombre de personnes âgées de cinq ans et plus déclarant savoir lire et écrire le français » Cité dans la Synthèse de *La langue française dans le monde 2010*, Coordination et rédaction : Alexandre Wolff, Éditions Nathan, Paris. 384 p. p.5. <http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Synthese-Langue-Francaise-2010.pdf>

Comme il est manifeste sur la carte ci-dessus, l'Algérie (le pays francophone additif<sup>22</sup>) est classée en 6<sup>ème</sup> position en termes de pourcentage de francophones (15 à 35%), après la république démocratique du Congo, les colonies françaises, la Tunisie, le Canada et la France. Ces estimations sont fondées particulièrement sur des données statistiques, des enquêtes macro-sociolinguistiques et des travaux réalisés pour le compte de l'Observatoire de la langue française, en partenariat, entre autres, avec l'Agence universitaire de la Francophonie.

Revenons à notre français entre la catégorisation « Status » et « Corpus ». Selon Chaudenson, le concept de *Status* regroupe l'ensemble des manifestations qui se définissent à travers les notions « *du statut, des institutions, des fonctions et des représentations* », alors que celui du *Corpus* correspond aux « *pratiques linguistiques elles-mêmes, depuis les modes d'appropriation ou les compétences jusqu'aux productions langagières* ». <sup>23</sup> Cette dichotomie, cependant, renvoie aux travaux antérieurs réalisés par Heinz Kloss<sup>24</sup>, mais les auteurs de la grille LAFDEF ajoutent des éléments nouveaux pour cerner de façon systématique la situation du français dans le monde francophone.

D'abord, le français sera défini selon le statut d'un point de vue juridico-constitutionnel. De plus, les catégorisations les plus couramment utilisées, dans le cas des fonctions étatiques, nous citons la catégorie de « langue officielle » et celle de « langue nationale ». On va le définir, ensuite, dans sa dimension statutaire inhérente à sa position dans la hiérarchie sociolinguistique d'une communauté linguistique (à savoir, dans les

---

<sup>22</sup> Voir le signe de (+) qui est visiblement à côté du nom de l'Algérie sur la carte en haut à gauche.

<sup>23</sup> *Situations linguistiques de la francophonie : Etat des lieux, Idid.*, p.13.

<sup>24</sup> Cf. notamment H. KLOSS, 1967, « 'Abstand languages' and 'Ausbau languages' », *Anthropological linguistics*, 9, pp. 29-71.

différents domaines d'usage, les fonctions et la valeur comme attributs sociaux à cette langue).

Dans le domaine de l'éducation, enfin, où nous nous attarderons un peu plus sur le statut de la langue comme langue véhiculaire d'enseignement (langue médium), ou bien comme langue-objet d'étude (langue-matière).

### **1.3.1.1. Le français dans la constitution algérienne**

Dans la Constitution algérienne du 10 septembre 1963 -article 76-, eu égard à la présence dynamique et effective de la langue française en Algérie, l'on mentionne l'usage concomitant du français et de l'arabe, à titre dérogatoire.

La réalisation effective de l'arabisation doit avoir lieu dans les meilleurs délais sur le territoire de la République. Toutefois, par dérogation aux dispositions de la présente loi, la langue française pourra être utilisée provisoirement avec la langue arabe.

C'est cette « dérogation », à notre sens, qui lui a procuré une longévité et une présence indéfectible. Il est vrai qu'actuellement, la constitution<sup>25</sup> ne reconnaît plus la langue française en tant que telle, mais cette oblitération constitutionnelle légitime, en quelque sorte, l'enracinement du français dans la réalité algérienne. Nous citons Grandguillaume qui confirme, d'ailleurs, ce constat ;

(...) en 1962, tout le pays fonctionnait en français : enseignement, administration, environnement, secteur économique. Du fait de l'extension de l'enseignement avec l'indépendance, la langue française s'est beaucoup plus implantée en Algérie qu'elle ne l'avait fait durant la colonisation<sup>26</sup>.

Il s'agit d'une idéologie d'arabisation interdisant au peuple algérien l'usage du français dans les administrations publiques, les établissements scolaires, parce que le décideur estime que ces lieux constituent un point de contact permanent entre le peuple algérien et les institutions de l'état (la justice, les

---

<sup>25</sup> La Constitution algérienne de 1996 (modifiée par la loi n° 08-19 du 15 novembre 2008 portant révision constitutionnelle), ne fait nullement allusion à la langue française. D'ailleurs, le qualificatif « français » ou bien le nom de l'état « France » ne sont même pas cités.

<sup>26</sup> G., GRANDGUILLAUME, *Ibid.*

bureaux de doléances, l'état civil, la fonction publique et les bureaux de recrutement, etc.)

### **1.3.1.2. Le français dans les différents domaines d'usage**

- *Le français dans le domaine juridique* : La rédaction des lois, des textes juridiques, des décrets se fait en deux<sup>27</sup> langues, en l'occurrence l'arabe et le français (cf. le Journal Officiel et les différents articles de la constitution algérienne de 1963 à 2008).
- *Le français dans le domaine de l'éducation* : la langue qui demeure en usage au niveau de la crèche et du préscolaire algérien est l'arabe. Dans certains établissements privés, le bilinguisme arabe-français est de mise et notamment le choix du français est beaucoup plus prisé. Durant le premier cycle, c'est la langue arabe qui accompagne l'élève algérien dès ses débuts de scolarisation. En 4<sup>ème</sup> année primaire, l'élève entame son premier contact avec la langue française comme langue matière, mais de façon rudimentaire. Durant le deuxième cycle, l'apprenant algérien se familiarise petit à petit au français. Dans le secondaire pour le tronc commun, le volume horaire hebdomadaire (cf. tableau 1 ci-dessous) de Lettre est supérieur par rapport à celui des filières scientifiques et technologiques. A ce stade, la langue française (langue étrangère 1) est une langue-matière également.

---

<sup>27</sup> Notre hypothèse à ce niveau est que, peut-être, les textes de lois sont rédigés en arabe et ils seront traduits vers le français ou bien l'inverse.

Premier palier	Enseignement primaire	Nombre d'heures par semaine				
		1 <sup>re</sup>	2 <sup>e</sup>	3 <sup>e</sup>	4 <sup>e</sup>	5 <sup>e</sup>
	<b>Français</b>	-	3	3	3	3
Deuxième palier	Enseignement moyen	Nombre d'heures par semaine				
		6 <sup>e</sup>	7 <sup>e</sup>	8 <sup>e</sup>	9 <sup>e</sup>	
	<b>Français</b>	3	3	3	3	
Troisième palier	Enseignement secondaire, tronc commun	Nombre d'heures par semaine				
		Lettres		Sciences		Technologie
	<b>Langue étrangère 1</b>	3+1		2+1		2+1
	Enseignement secondaire, filières littéraires	Nombre d'heures par semaine				
		Lettres et sc. Humaines		Lettres et sc. Islamiques		Lettres et langues vivantes
		2e	3e	2e	3e	2e 3e
	<b>Langue étrangère 1</b>	4	3	4	3	4 4
	Enseignement secondaire, filières scientifiques et gestion et économie	Nombre d'heures par semaine				
		Lettres et sc. Humaines		Lettres et sc. Islamiques		Lettres et langues vivantes
		2e	3e	2e	3e	2e 3e
<b>Langue étrangère 1</b>	3	3	3	3	3 3	

**Tableau 1** Tableau récapitulatif de l'horaire hebdomadaire alloué au français (les 3 paliers). Source [*Données mondiales de l'éducation 7<sup>e</sup> édition, 2010/2011*. Le cas de l'Algérie, version révisée en mai 2012. <http://www.ibe.unesco.org/>].

Quant au niveau de l'enseignement supérieur, le français a une fonction très importante dans la transmission des savoirs, notamment pour les sciences de la nature et de la vie, de l'agronomie, de la médecine, de la pharmacie et de l'architecture. Il s'agit d'une langue véhiculaire (les soutenances se font le plus souvent en français).

Par contre, dans certaines disciplines des sciences humaines et sociales, la langue arabe assume exclusivement la transmission des connaissances et elle constitue la langue d'enseignement (sociologie, histoire / géographie, psychologie, etc.). La langue arabe est présente également dans le discours des sciences juridiques et économiques. Par contre, le français comme langue d'étude spécialisée à l'université (les modules et matières s'articulent généralement sur l'enseignement de la littérature française et francophone, la didactique du français langue étrangère et les sciences du langage) est présent dans plus de vingt départements de français, répartis sensiblement sur les différentes Wilayas de l'Algérie, notamment situées au nord.

- *Le français dans le domaine de l'administration* : la loi de l'arabisation de l'administration algérienne interdit explicitement les usages du français :

La loi n° 91-05 du 16 janvier 1991 portant généralisation de l'utilisation de la langue arabe est sans précédent depuis l'indépendance de l'Algérie. Cette loi vise à exclure l'usage et la pratique du français dans l'Administration publique, le monde de l'éducation (incluant les universités), les hôpitaux, les secteurs socio-économiques, etc. Elle vise également à évincer l'élite francisée formée essentiellement dans les écoles d'administration publiques algériennes et représentant l'encadrement technique et scientifique de tous les secteurs d'activité. En définitive, la loi de 1991 impose l'usage unique de la langue arabe, interdit toute «langue étrangère» et prévoit pour les contrevenants de fortes amendes (équivalant de 150 \$ à 1200 \$ US).<sup>28</sup>

Cette loi visant à bannir le français n'a pas donné ses fruits depuis son application et, malgré les mesures coercitives, le français continue à cohabiter aux côtés de l'arabe et du tamazight. L'affichage municipal n'a pas échappé, lui aussi, de cette mesure, car en 1976, le gouvernement algérien a entamé une série de mesures en vue de remplacer l'environnement graphique francophone en

---

<sup>28</sup> [http://www.tlfq.ulaval.ca/AXL/afrique/algerie-3Politique\\_ling.htm](http://www.tlfq.ulaval.ca/AXL/afrique/algerie-3Politique_ling.htm). Consulté en aout 2012

Algérie, par un autre environnement à consonance arabophone. Le ministère de l'Intérieur, d'ailleurs, a envoyé une circulaire (juillet 1976) dont les directives devaient être appliquées *ad litteram* dans tout le pays. A titre illustratif, nous citons les paragraphes 3 et 4 de cette circulaire :

3) arabiser totalement toutes les enseignes extérieures des administrations et sociétés publiques, et les écrire en lettres apparentes, de grande dimension, d'écriture belle et élégante, et interdire absolument toute inscription en langue étrangère<sup>29</sup>;

4) utiliser seulement l'écriture en arabe pour les divers services, bureaux et guichets internes, et pour les diverses inscriptions, panneaux d'indication ou d'orientation, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur des institutions.<sup>30</sup>

Plusieurs tentatives précipitées pour modifier l'environnement graphique des villes algériennes, ont été vouées à l'échec. Aujourd'hui, la plupart des odonymes sont bilingues avec des noms arabes, mais certaines rues gardent encore des odonymes français, datant de l'époque coloniale. Voici un exemple de nom de rue à Mostaganem qui illustre notre propos.



Photo 1 Odonyme bilingue arabe/français (ville de Mostaganem mars 2010).

<sup>29</sup> Par « langue étrangère » il vise implicitement la langue française.

<sup>30</sup> [http://www.tfq.ulaval.ca/AXL/afrique/algerie-3Politique\\_ling.htm](http://www.tfq.ulaval.ca/AXL/afrique/algerie-3Politique_ling.htm). Consulté en aout 2012

- *Le français dans le domaine commercial* : A l'intérieur des panneaux publicitaires, on trouve divers usages des langues, à savoir les langues locales comme l'arabe algérien, le tamazight ainsi que le français qui se conjugue avec l'arabe standard. Les raisons sociales sont en arabe ; par contre, les emballages des produits de large consommation sont bilingues (arabe/français) et parfois unilingues en français seulement (il s'agit surtout des produits laitiers tels que le yaourt et le fromage.). La rédaction des affiches et des prospectus publicitaires se font en arabe standard / français et parfois on insère des expressions en arabe algérien et/ ou en tamazight. L'affichage public est en arabe standard et en français. Les enseignes sont réalisés en arabe standard, en français, parfois en anglais, en arabe algérien et en tamazight. On assiste régulièrement à des cas de mélange sur le même support commercial, notamment en français et en arabe. Mais les alphabets les plus attrayants relèvent du caractère latin (c'est ce que nous essayerons de démontrer dans la présente étude.).
- *Le français dans le domaine des mass medias* : La presse écrite fait quotidiennement des tirages en arabe et en français. Les chaînes radiophoniques diffusent les émissions et les nouvelles essentiellement en arabe standard et pour quelques émissions, en tamazight, mais on réserve aussi un petit espace au français (notamment les spots publicitaires). La télévision algérienne, outre les chaînes nationales de l'ENTV<sup>31</sup>, s'est dotée récemment de deux

---

<sup>31</sup> « L'EPTV ne possédait qu'une unique chaîne de télévision nationale, EPTV Terrestre. En 1994, l'EPTV lance Canal Algérie, version francophone de sa grande sœur à destination des immigrants algériens voulant avoir des nouvelles du *bled*, diffusée par les satellites Hot Bird et Astra. Depuis le 5 juillet 2001, une troisième chaîne, Algérie 3, s'est jointe à l'ensemble, suivie le 18 mars 2009, de deux nouvelles chaînes : ENTV 4 Tamazight et ENTV 5 Kannat el-Coraän (La Chaîne du Coran). » [http://fr.wikipedia.org/wiki/Entreprise\\_nationale\\_de\\_t%C3%A9l%C3%A9vision](http://fr.wikipedia.org/wiki/Entreprise_nationale_de_t%C3%A9l%C3%A9vision) consulté juillet 2012.

chaînes privées arabophones « En-Nahar » et « Echourouq ». A propos de la langue en usage à la télévision algérienne, les textes sont clairs : [Article 18: 1) *Toutes les déclarations, interventions, conférences et émissions télévisées doivent être en langue arabe.* 2) *Elles doivent être traduites à l'arabe lorsqu'elles sont en langue étrangère.*] Loi modifiant et complétant la loi n° 91-05 du 16 janvier 1991 portant généralisation de l'utilisation de la langue arabe.

L'Entreprise nationale de télévision (ENTV) a créé au début « Algerian TV » en 1994, une chaîne destinée pour la communauté algérienne vivant à l'étranger, surtout en Europe. Le nom de « Canal Algérie » a remplacé celui d'Algerian TV. Cette chaîne a pu appâter un nombre considérable de téléspectateurs nostalgiques et passionnés par la situation politique et économique de l'Algérie. Cette chaîne est diffusée exclusivement en français.

Les émissions à caractère culturel ou économique sont animées en arabe et rarement en français<sup>32</sup>, en arabe algérien et en tamazight. Les commentateurs sportifs utilisent l'arabe médiatique (*cf. supra.*) et également l'arabe algérien ponctue leur discours dans des situations euphoriques (quand l'équipe nationale gagne dans tous les sports confondus). La télévision algérienne présente les bulletins d'information en arabe standard et en tamazight. Les films, feuilletons et documentaires gardent toujours la variété d'origine, soit en français, en arabe égyptien, syrien ou libanais. Des feuilletons et des émissions diffusés en arabe algérien sont doublés en tamazight.

- *Le français dans le domaine de l'édition* : Les productions littéraires en Algérie sont publiés en arabe standard et en français (romans,

---

<sup>32</sup> Excepté les interventions des intellectuels algériens invités qui ponctuent l'émission par des fragments en français.

nouvelles, contes, essais) ; des publications en arabe algérien se limitent seulement au domaine du théâtre et de l'écriture des scénarios cinématographiques.

- *Le français dans la vie privée* : La langue utilisée quotidiennement dans la vie privée demeure la langue issue du mélange arabe/français. Les usagers dans la langue française sont exclusivement des familles citadines « *hdar* », où les échanges se font en français avec quelques expressions en arabe algérien. Dans certains foyers algériens, presque tous les membres de la famille s'expriment en français. Ceci dit, l'arabe parlé et le tamazight ont aussi une grande importance dans les échanges quotidiens, mais rarement l'usage de l'arabe standard.

#### **1.4. L'anglais et l'espagnol**

Pour des raisons d'ordre économique, l'anglais se voit valorisé en tant que langue dominante à l'échelle planétaire et outil de recherche privilégié des nouvelles technologies. L'espagnol est une langue moins importante que le français. Son enseignement au secondaire lui confère le statut de deuxième langue étrangère au même titre que l'anglais et l'allemand. Par ailleurs, l'espagnol est présent dans le parler algérien (certaines variétés de l'espagnol parlé sont dans les échanges conversationnels des pêcheurs et des habitants du littoral à l'Ouest<sup>33</sup> du pays) en raison du brassage humain dû à la présence ibérique en Algérie et au Maroc des échanges économiques actuels et de la proximité de l'Espagne : on capte d'ailleurs radio et télé espagnoles à Oran.

---

<sup>33</sup> Surtout les villes comme Oran, Ghazaouète, Temouchent, Mostaganem.

## **2. Particularité des usages linguistiques de Mostaganem**

L'arabe algérien usité à Mostaganem présente diverses spécificités, particulièrement au niveau phonétique et lexical. Il s'agit d'un usage linguistique propre à cette ville.

### **2.1. Descriptif des usages linguistiques mostaganemois**

L'emphase représente un mode d'articulation très spécifique à l'arabe classique ; le système consonantique de l'arabe algérien ne fait pas exception et se caractérise, lui aussi, par la présence de phonèmes emphatiques. Cette emphase concerne les dentales, les vibrantes, les latérales et les sifflantes (ou fricatives) ; toutefois, de façon occasionnelle, cette caractéristique phonologique peut également affecter des sons qui, par nature, ne sont pas des phonèmes emphatiques mais emphatisés.

Exemple : L'adjectif signifiant *caché* /maSTūr/ ; nous notons une variation phonétique et orthographique entre l'arabe classique (مستور)[maestu:r] et l'arabe algérien (مصطور)[maeSTu:r]. En effet, le / T / emphatique contamine le / s / : س (sīn) devient ص (Sād). Il s'agit dans ce cas d'une paire relevant d'une variante complémentaire.

A l'intérieur de l'arabe classique, cette emphase dans le cas des deux exemples cités ci-dessus, constitue une paire minimale dans la mesure où le premier (مستور) [maestu:r] pour signifier caché, dérobé, et le second (مصطور)[maeSTūr], pour signifier tracé, écrit. L'opposition emphatisé/ non emphatisé est une opposition de phonème et il s'agit, dans ce cas là, d'une paire minimale.

La propagation de « l'emphatisation » s'effectue de manière systématique à l'intérieur d'un mot d'un radical à l'autre : les linguistes appellent ce phénomène "contamination d'emphase".

À cet égard, Martinet constate que :

Le système consonantique de l'arabe contemporain est dominé par l'opposition des "emphatiques" aux "non emphatiques". Les premières sont généralement décrites comme caractérisées par une répercussion, une modification de la masse des organes de la région pharyngale qui entraîne une rétraction de la masse de la langue vers les régions vélares et par répercussion, une modification très perceptible du timbre des voyelles avoisinantes... Il est certain que le domaine de « l'emphase » s'est considérablement élargi au cours de l'histoire de l'arabe : elle affecte aujourd'hui aussi bien les sonores que les sourdes, des continues, des fricatives que des momentanées.<sup>34</sup>

Les consonnes des usages linguistiques de Mostaganem sont organisées selon trois niveaux d'articulation : les occlusives ou momentanées (/ b/, /d /, /t /, et / g /, / k /, /q /) ; les fricatives ou continues (/ f /, / š /, / s /, / χ /, / H /, et / r /, / l /, / z /, / ž /, / ʔ /) Les nasales / m /, / n /.

L'affriquée /ɟ/ دج, consonne double, semble une caractéristique phonétique de cet usage : le locuteur *oranais* prononce le mot « chameau » [ʒmæl] جمّل ; celui de Mostaganem prononce [ɟmæl] د جمّل .

Les interdentes / θ / ث, / d̪ / ذ, / ɟ / ظ, sont présentes dans les usages linguistiques des zones périurbaines telles que : Sidi Lakhdar, Achaacha, Bouguirat... Parfois l'interdentale spirante / ʈ / se confond avec la labiodentale / f/ dans des mots tels que :

- [fəfemya] = (zone rurale) qui signifie {trois cents}. Dans l'usage urbain on dit [təltemia] et en arabe classique [θalāθumi'a]. ثلاثمائة.
- [ef-flāta] = (zone rurale) {le mardi} et en arabe classique [eṭ-ṭulaṭā'].

<sup>34</sup>. A. MARTINET, 1975 : *Evolution des langues et reconstruction* - 4e partie, Ch. 6, « La palatalisation spontanée de g en arabe », p. 237, Éd. P.U.F., Paris.

### الثلاثاء

- [el-fūm]<sup>35</sup> = (zone rurale) qui signifie {l'ail ; condiment}. الفوم
- [fumm] = (zone rurale) qui signifie {la bàs}. فم

Les usages linguistiques de Mostaganem ne comprennent ni l'occlusive bilabiale sourde / p /, ni la fricative labiodentale / v /. Pourtant, dans la région de Oued Rhiau à l'est des agglomérations citées supra, le son / d / est prononcé / v / ; par exemple le mot « œuf », [bajd] بيض se réalise [bajv] بيث.

Nous trouvons ces deux consonnes dans des emprunts à l'espagnol et au français<sup>36</sup> :

- [vera]<sup>37</sup> = (emprunt espagnol), c'est le jargon des pêcheurs, mais ce mot en espagnol se prononce / bera /.
- [bogado] = (emprunt espagnol), ce terme a subi la troncation de la lettre initiale / a / : en espagnol le mot se prononce « abogado » qui signifie (avocat).

Parfois le /p/ se réalise /b/ et /f/ selon la zone ;

- [basma] = (zone urbaine), notamment chez les vieux ; [fasma] = (zone rurale) {Pansement}.
- [falīza] = empr.fr. {Valise}.
- [grafaTa] = empr.fr. {Cravate}.
- [filādij] = (zone rurale) empr.fr. {Village}.

Dans certains cas la consonne / q / se réalise /g /et /k/ dans les mots suivants :

- [maqtūl] مقتول et [məktūl] مكتول = (assassiné), le /k/ est une variante complémentaire de /q /.

Dans d'autres cas le /q / n'a rien à voir avec le / k / :

<sup>35</sup>. Ce terme existe en arabe classique avec un /f / à l'initiale ; voir notamment dans le *Coran*, sourate « El-Baqara », verset n° 59-60.

<sup>36</sup>. Nous abordons la question de l'emprunt en détail dans le chapitre suivant.

<sup>37</sup>. Ce terme dans le jargon des pêcheurs mostaganémois signifie : « faire marcher quelque chose ».

- [maglūb] مجلوب = renversé et [maqlūb] مقلوب = renversé par opposition à [maklūb] مكلوب = enragé, / g / et /q / # / k /.
- La glottale sourde / ʔ / se réalise /ʕ / dans des occurrences telles que :

[qorʔān] قرعان = (Coran), cette prononciation est essentiellement le fait de personnes âgées.

[ʔəddān] عدان = (muezzin) ; les jeunes prononcent [qorʕān] قرآن et [ʕəddān] أدان

Ce phénomène relève de la variation inter-générationnelle. Nous avons tout lieu de présumer que ces distinctions trouvent leur origine dans l'influence de l'enseignement de l'arabe scolaire.

Nous ne pouvons pas dresser une liste exhaustive de tous les termes qui présentent des variations par rapport au reste des usages linguistiques pratiqués dans l'espace algérien.

Il importe de noter que les particularités régionales ont tendance à diminuer au profit d'une forme intermédiaire d'arabe algérien véhiculée par les médias et autres canaux socio-culturels.

Il convient à présent de porter notre attention sur quelques unités linguistiques qui constituent les éléments de base de la *langue maternelle* : l'arabe algérien de Mostaganem.

### **3. Quelques particules énonciatives<sup>38</sup> et connecteurs dans les usages linguistiques de Mostaganem**

Il existe une typologie de marqueurs énonciatifs, dans les usages linguistiques mostaganémois, qui englobent les connecteurs, les prépositions, les conjonctions et locutions conjonctives...

---

<sup>38</sup> Voir notamment M. M. J. FERNANDEZ, 1994 : *Les particules énonciatives dans la construction du discours*, Paris, PUF.

Ces mots grammaticaux, pour reprendre la terminologie des grammairiens, forment un paradigme court et leur usage est relativement fréquent. Cette fréquence d'emploi tient au fait que la particule est utilisée dans grand nombre de phrases diversifiées au sein desquelles les autres mots lui donnent un sens particulier. La particule 'W' illustre bien ce dernier constat.

### 3.1. La particule 'W' <sup>39</sup>

#### - 'W' de coordination 'əaTf'

Cette particule correspond approximativement à la conjonction française « et ».

a- dxal l-əd-dār w xrədj .

<il-est-entré -à-la-maison -et- il-est-sorti>

(Il est entré à la maison et il est sorti)

دخل لدار و خرج

b- šra sərwāl w-ə- qmədjə

<il-a-acheté-pantalon -et- chemise>

(Il a acheté un pantalon et une chemise)

شرا سروال وقمجة

La coordination par 'W' permet de relier des mots, des syntagmes ou des phrases ayant le même statut syntaxique. Nous entendons par ce dernier la même fonction ou classe grammaticale.

Dans l'arabe algérien, cette particule est l'équivalent de la conjonction de coordination « et ». Dominique CAUBET note que la conjonction de coordination 'w' « a deux formes selon l'initiale du mot qui suit ». <sup>40</sup>

Donc, cette liaison, sur le plan morphosyntaxique, se présente sous deux formes (u /w)

<sup>39</sup>. Voir F. BOUHADIBA, 2003 : « Traduction et structures syndétiques en arabe : le cas de la particule 'WAW' », in *Modélisation, systématique, traductibilité*, BULAG, n° 28.

<sup>40</sup>. D. CAUBET, 1993 : « L'arabe marocain ». Tome 1, Ed. Paris Louvain, p.232.

Il se trouve que cette conjonction exprime *l'addition* ; IBNOU HICHAM cite dans son ouvrage de grammaire arabe : *'adjmaea an-naHwiyyūn wa l-luġawiyyma mina l-baSriyyīn wa l-kūfiyyīn ela 'anna l-wāw l-il-djamei min ġayri et-tartīb* »<sup>41</sup> que nous traduisons ainsi : « Les linguistes et grammairiens de Bassorah et Koufa, à l'unanimité, définissent le 'waw' comme marqueur d'addition et non pas de classement ». G. LECOMTE, pour sa part, souscrit à la thèse linguistique des grammairiens arabes en mentionnant que « wa - se répète avant chaque terme d'une énumération : addition d'éléments placés sur le même plan : laHmun wa-xubzun wa-labanun, de la viande, du pain et du lait ».<sup>42</sup>

**- 'W' exprimant l'état 'el-Hāl' :**

šəf-tə-h yə-qra w- huwa mrīḏ

<ai-vu-je-lui-il-lit-et-lui- malade>

(J'ai l'ai vu en train de lire dans un état maladif.) شفته يقرأ و هو مريض

Cette particule présente une fonction caractéristique. Elle introduit, généralement, un pronom personnel. Son rôle est déterminant dans la compréhension de la phrase. Considérons les phrases suivantes ;

(1) šəf-tə-h yə-qra (J'ai vu (X) en train de lire)

(2) huwa mrīḏ (lui est malade)

(3) : (1) + (2) šəf-tə-h yə-qra [...] huwa mrīḏ.

Dans l'exemple (3) il n'y a aucun rapport logique manifeste entre les propositions (1) et (2). Pour que cette phrase soit interprétable, on procède par l'*expansion* du pronom « **h** » annexé au verbe « šəf-tə », en

<sup>41</sup>. IBNOU HICHAM el ANSARI, 1967 : *qaTru n-nada wa bəllu S-Sada* - Ed. Beyrouth, p.301.

« أجمع النحويون و اللغويون من البصريين و الكوفيين على أن الواو للجمع من غيرا لترتيب ».

<sup>42</sup>. G. LECOMTE, 1975 : La grammaire de l'arabe - col. Que sais-je ? n°1275, p. 85.

introduisant la particule ‘W’, ayant une « fonction copulative »<sup>43</sup> et assurant ainsi une « pseudo liaison » entre la proposition (1) et (2) pour aboutir, enfin, à une interprétation de l’énoncé complet :

(1) + w + (2) = šəf-tə-h yə-qrə w huwa mrīd.

### - ‘W’ sacramental ‘el-qasam’ :

C’est une préposition usitée dans certains serments s’appliquant à des entités sacrées (notamment divines et /ou maraboutiques) ou à des personnes valorisées par le locuteur, par exemple des membres de son entourage. Dans ce dernier cas de figure, le serment porte usuellement sur la « tête » de la personne qui représente le gage de vérité du serment ; « tête » ayant, dans cette situation, la signification de « vie ».

-w-el-lah

<Par Dieu>

والله

-gūl w- sīdī εabdelqādər

<dis- par-monsieur-mon -Abdelkader>

(Dis que tu jures par monseigneur Abdelkader.)<sup>44</sup>

چول وسيدي عبد القادر

-w- rās mərt-ī<sup>45</sup>

<par- tête- femme-ma>

(Sur la tête de ma femme.)

وراس مرتي

<sup>43</sup>. La fonction du ‘W’ dans cet exemple serait peut-être l’équivalent *fonctionnel* du verbe d’état français « être ».

<sup>44</sup>. Exemple de nom, de saint patron invoqué couramment lors de serments.

<sup>45</sup>. Parfois le locuteur mostaganémois a tendance à l’usage d’un ‘b’ sacramental au lieu de ‘w’ tel que : « b-rās mərt-ī », notamment dans la zone rurale.

### 3.2. La particule 'Wælla'

#### - 'wælla' alternative'et-taxyr'

**Wælla**, conjonction de coordination, exprime ou marque une alternative. Elle est l'équivalent des « ou » et « ou bien » français. Cette conjonction dérive de l'arabe classique « 'aw » qui a une définition analogue.

- (1) -ma rānīš ēārəf yla n-fūt əla l-bošTa **wælla** əla la mīrī

<Ne- je-suis-pas-connaissant-si-je-passe- sur-la-poste- ou- sur-la-mairie>

(Je ne sais pas si je dois emprunter la route de la poste ou bien celle de la mairie)

ما رانيش عارف ايلا نفوت على لبوشطة والا على لاميري

Dans des cas de traduction, cette jonction de la particule 'W' et de 'illa' ne peut être rendue en français que par la conjonction « soit » marquant, elle aussi, l'alternative.

- (2) -gəod **wælla** xrodj

<assieds -ou bien- sors>

(Soit tu restes, soit tu sors)

چعد ولا خرج

Dans la phrase (1), la conjonction marque une option qui s'offre à une personne de choisir entre deux possibilités quasi équivalentes.

Parallèlement, ce marqueur peut être l'équivalent de « sinon ».

Dans ce cas là, c'est un emprunt à l'arabe classique « wa-'illa ».<sup>46</sup>

- (3) sāəf wāldī-k **wælla** tə-dd-ī daəwət əš-šər

<obéit- parents-toi- ou-bien- tu- prends- malédiction>

(Obéis à tes parents sinon tu reçois une malédiction, imprécation)

ساعف والديك ولا تدي دعوة الشر

<sup>46</sup>. G. LECOMTE., *ibid.*, p. 86.

### 3.3. Les marqueurs de l'espace

Les marqueurs de l'espace sont des prépositions (nous en recensons approximativement une dizaine) qui se présentent sous différentes formes : forme simple, forme composée (avec adjonction de la particule 'mən' et 'fī), forme adjectivale, forme nominale et forme monosyllabique.

**'taHt' « sous » :**

C'est une préposition qui exprime une localisation spatiale ;

- forme simple :

dār əl-brəyya **taHt** əl-ktāb  
<il-a-mis -la-lettre- sous- le-livre>

(Il a mis la lettre sous le livre.)

دار البرية تحت الكتاب

- forme composée : mən+taHt

dəkrū aesmae- k f-el-līsta **mə-n-taHt**  
< ils-ont-mentionné -prénom-ton- dans-la-liste -de-le-sous>

(Ils ont cité ton nom sur la liste en dernière position.) دكرو أسمك فالليستة من تحت

- forme adjectivale :

-el-Hšəm **et-tHāta**<sup>47</sup> الحشم التحتاتة

<les-Hšəm-les-dessous>

(Les Hšəm d'en bas.)

-es-swīqa **et-taHtāniya**<sup>48</sup> السوقة التحتانية

<la-swīqa-la-dessous>

(La swīqa d'en bas.)

Il est à noter que la forme adjectivale arabe ne peut être rendue en français que par une forme adverbiale.

<sup>47</sup>. Les Hšəm : un douar se situant à la périphérie de la ville de Mostaganem.

<sup>48</sup>. La swīqa est un quartier populaire qui se trouve à Tigditt.

Cette préposition exprime parfois la possession.

-rānī djīēān w dorō mǎšši **taHt-ī**

<j'-ai -faim- et-sou- ne-pas- sous-moi>

(J'ai faim et je n'ai pas un sou sur moi) راني جيعان و دورو مشي تحتي

Généralement, la préposition '**taHt**' marque la position de ce qui est bas, l'infériorité et de ce fait peut être usitée dans des énoncés connotés négativement d'un point de vue moral.

### 'fūg' «au dessus et sur »

A la différence de la première, cette préposition exprime ou marque la supériorité, la position de ce qui est haut.

-xəlla l-mfātīH **fūg** əT-Tābla

<il-a-laissé -les-clefs- sur- la-table >

(Il a laissé les clefs sur la table.)

خلى المفاتيح فوج الطاولة

- forme composée : mən+fūg

'asmə-k kān **mə-l fūg** fə-l-lista

<prénom-ton-de -le-sur-dans-la-liste>

(Ton prénom figure en tête de liste)

أسمك كان من الفوج فالليستا

Dans cette forme composée, le /n / de la particule 'mən' s'assimile dans l'article 'əl' mais ce phénomène ne modifie pas le sens de ce marqueur.

- forme adjectivale :

el-Hšəm **ef-fwāga**

الحشم الفواجة

<les -Hšəm d'en haut>

es-swīqal-**fūgāniya**

السويقة الفوجانية

<la swīqa d'en haut>

La préposition 'fūg' marque la position de ce qui est haut, la supériorité.

**'wəST' « au milieu »**

Cette préposition marque une position centrale d'un lieu ou un point situé à des extrémités :

qās er-rəmla **wəST** eT-Trīg

<il-a-jeté- le-sable- milieu- la-route >

(Il a jeté le sable au milieu de la route.) قاس الرملة وسط الطريق

- forme composée : 1-bīn+wəST

gəad bīn **wəST-hum**

<il-s'asseyait-entre-milieu-eux>

(Il s'asseyait entre eux.)

جعد بين وسطهم

**2-fi+wəST**

rgəd fī **wəST** ed-dār

<il-dormait-dans-milieu-la-maison>

(Il dormait au milieu de la maison.)

رجد في وسط الدار

- forme adjectivale :

hād eT-Tfəl yə-bgī l-blaSa **l-wəSTāniya**

<cet-le-enfant-il-aime- la-place-la-centrale>

(Cet enfant aime la place centrale.) هاد الطفل يبغى البلاصة الوسطانية

**'djənb' « à coté » :**

C'est une préposition qui marque la partie latérale de quelque chose.

əamm-i yə-skən **djənb** el-kūmisāriya

<oncle-mon-il-habite- coté-le-commissariat>

(Mon oncle habite à coté du commissariat.)

عمي يسكن جنب الكوميسارية

Parfois ce marqueur exprime la dérobage (ou un lieu dissimulé). Sa forme composée est : **fī+djənb**

kān xāzən **fī djənb-ī**

<il-était-caché-dans-coté-mon>

(Il se cachait derrière moi.)

كان خازن في جنبي

**'bīn'** « *entre* »

Elle marque la séparation, dans l'espace, entre deux lieux ou deux choses...

**bīn** el-HayT w əl-HayT kāyən el-xwā

<entre-le-mur-et-le-mur-il y a-le-vidé>

(Il y a un vide entre les deux murs.)

بين الحيط والحيط كماين الخوا

Elle exprime aussi un intervalle temporel.

bqa **bīn** el-mağrəb w l-ēīša sāea

<il -reste-entre-le-mağrəb-et-la-ēīša-heure>

(Il reste une heure entre la 4eme prière et la 5eme.)

بقى بين المغرب والعيشا ساعة

La notion de séparation, d'intervalle peut désigner le balancement, l'hésitation notamment dans l'expression figée :

rānī **bīn** w **bīn**

<je suis entre et entre>

(Je suis dans l'indécision)

راني بين وبين

**'ela'** « *sur* » :

Cette préposition marque la position d'une chose posée sur quelque chose.

kān-ū gāəd-īn **ela** lə-rD

<étaient-ils-assis-sur-la-terre>

(Ils étaient assis à même le sol )

كانو جاعدين على لرض

Cette position exige qu'il y ait un contact entre les choses '**ela**'= (à même), autrement dit elle présente des nuances sémantiques avec '**fūg**' qui signifie aussi '**sur**' mais qui ne demande pas nécessairement un contact direct.

**‘guddām’ « devant »**

Elle exprime ce qui est en face de nous et même l’antériorité temporelle.

gāe el-εām **guddām** et-tilifiziya

<toute-le-année-devant-la-télévision>

(Toujours devant la télévision.)

چاع العام چدام التيليفيزيو

Nous avons l’emploi au sens de l’antériorité temporelle dans l’exemple :

dja **guddām** xū-h

<il-était-venu-avant-frère-son>

(Il est arrivé avant la venue de son frère.)

دجا چدام خوه

**‘mwur’ : « derrière » ou « après »**

mīn n-šūfə-h yə-dræg **mwur** SāHbə-h

<lorsque-je-aperçois-lui- il- se-cache-derrière-camarade-son>

(Lorsque je l’aperçois il se cache derrière son camarade.) مين نشوفه يدريچ مور صاحبه

La postériorité temporelle est rendue par la préposition « après » :

xredj **mwur** el-εā

<il-est-sorti-après-le-diner>

(Il est sorti après diner.)

خرج مور العشا

**‘Hdā’ « tout juste à coté » :**

Elle exprime la contiguïté ou bien le voisinage.

dār-ū l-εurs **Hdā** dār-nā

<ont-mis-ils-le-mariage-tout juste -maison-notre>

(Ils ont fêté le mariage tout juste à coté de notre maison.) دارو العرس حدا دارنا

**‘fī’ « dans, à l’intérieur » :**

Cette préposition, qui se présente sous la forme monosyllabique, marque le

« dedans » ou « l’intérieur d’une chose ».

a-dār ed-drāhəm fī djīb-ū

<il-a-mis-l'argent-dans-poche-sa>

(Il a mis l'argent dans sa poche.)

دار الدراهم في جيبو

b- el-fārəs HəTT el-ləfəa f-əl-məzwəd<sup>49</sup>

<le-chevalier-posa-le-serpent-dans-le-sac>

(Le chevalier mit le serpent à l'intérieur du sac.)

الفارس حط اللفعة فالمزود

### 3.4. Quelques marqueurs temporels

Nous allons présenter à partir d'exemples succincts quelques paradigmes de marqueurs temporels les plus usités dans les usages linguistiques quotidiens mostaganémois.

#### 3.4.1. 'dərwək' « maintenant »

dərwək yliq n-djīb-ū zūdj šhūd

<maintenant-on-doit-ramenons-nous-deux-témoins>

(Maintenant nous devons ramener deux témoins.)

دروك يلىق نجيبو زوج شهود

#### Paradigme :

- dərwək « دروك » = (maintenant).
- fi-d-el-waqt « في دا لوقت » = (en ce moment).
- fi-d-es-sāea « في الساعة » = (à cette heure-ci).
- el-yūm « اليوم » = (aujourd'hui).

Ces marqueurs expriment le temps du présent, le temps de l'immédiat.

<sup>49</sup>. *əl-məzwəd* est un sac traditionnel en cuir.

### 3.4.2. 'el-bārəH' «hier»

Cet adverbe exprime un passé récent.

**el-bārəH** šəf-t mnām šbāb

<hier-ai-vu-je- rêve-beau>

(Hier, j'ai fait un beau rêve.)

البارح شفت منام شباب

#### Paradigme :

- **el-bārəH** «البارح» (usage urbain) = hier.
- **yāməs** «يامس» (usage rural) = hier.
- **lūl- yāməs** «لوليامس» (usage rural) = avant-hier.
- **lūl-bārəH** «لولالبارح» (usage urbain) = avant-hier. (le préfixe 'lūl' signifie avant).

L'expression du passé récent recourt le plus souvent à ces quatre marqueurs.

## 3.5. Autres outils grammaticaux

### 3.5.1. L'expression de l'opposition

#### 'bəSSaH' « mais » :

šrī-t ktāb bəSSaH mā qrī-t-ū-š

<ai-acheté-je-livre-mais-ne-ai-lu-je-pas>

(J'ai acheté un livre mais je ne l'ai pas lu.)

شريت كتاب بصح ما قريتوش

### 3.5.2. L'expression de la cause

#### 'bə-sbāb' « à cause » :

bəε-t ed-dheb tāε mært-ī bə-sbāb el-mīzīriyya

<ai-vendu-je-l'or-de-femme-ma-à-cause-la-misère>

(J'ai vendu les bijoux de ma femme à cause de la misère.)

بعث الذهب تاع مرتي بسباب الميزيرية

**'ela xāTər' « parce que »**

el-djwārīn earD-ū-nī **ela xāTər**-š dār-ū l-fataHa tæ wəld-hum

<les-voisins-ont-invité-moi-parce que-ont-fait-ils-les-fiançailles-de-fils-leur>

(Les voisins m'ont invité parce qu'ils ont fêté les fiançailles de leur fils.)

الجوارين عرضوني على خاطرش دارو الفتاحة تاع ولدھم

### **3.5.3. L'expression de la conséquence**

**'mea t-tālī' « en fin de compte »**

dər-t fī-h el-xīr **mea t-tālī** rəd-nī məššī mlīH

<ai-fait-je-dans-lui-le-bien-avec-la-fin-a-rendu-il-moi-ne-pas-bien>

(Je lui ai rendu un service, en fin de compte il me taxe de méchant.)

درت فيه الخير مع التالي ردني مشي مليح

,

**'ela dāk eš-šī' « c'est pour quoi » :**

kun-t dāymən nə-mšī **ela dāk eš-šī** en-nās gāe y-Hārm-ū-nī

<étais-je-toujours-je-marchais-avec-les-adultes-sur-cette-la-chose-les-gens-tous-il-respectent-ils-moi>

(Je fréquentais toujours les adultes, c'est pourquoi les gens me respectent.)

كنت دائما نمشي مع الكبار على داك الشي الناس چاع يحارموني

### **3.5.4. L'expression du but**

**'ela djāl' « pour que » :**

**ela djāl** eš-šarrəf n-ssəbəl əomr-ī

<pour-l'honneur-je-sacrifie-mon-âme >

(Pour que l'honneur soit sauvé, je sacrifie ma vie.)

على دجال الشرف نسيل عمري

**'bāš' « pour » :**

Ce marqueur exprime généralement le but.

rāh y-ləm **bāš** yə-zzəwwədj

<il-est-il-ramasse-pour-il-se-marie>

(Il économise de l'argent pour se marier.)

راه يلم باش يزوج

Ce survol rapide des diverses particularités<sup>50</sup> de l'usage verbal mostaganémois a pour ambition de proposer au lecteur un descriptif sommaire des spécificités linguistiques régionales ; l'influence de ces caractéristiques réapparaîtra à travers le phénomène de l'interpénétration de deux codes lorsque nous aborderons le volet consacré au phénomène de *contact de langues* arabe algérien / français / anglais. Nous ne disposons pas d'études comparables consacrées à d'autres régions d'Algérie, cependant nous avons toutes les raisons de conjecturer des pratiques nuancées de l'alternance des langues et du bilinguisme en fonction des différences des parlers locaux. L'intérêt sociolinguistique de présenter ces différentes formes linguistiques selon un éclairage dialectologique, serait une tentative de définir la nature des écrits de la ville qui ne sont que les procédés d'une *scripturalisation de l'oral et une oralisation de l'écrit*.

Après avoir brossé une esquisse de la situation linguistique en Algérie et présenté quelques éléments grammaticaux les plus fréquents dans les usages linguistiques à Mostaganem, nous passons directement à la partie théorique où nous exposerons les différents concepts clefs liés au domaine des langues en contact.

---

<sup>50</sup> Il s'agit de particularités caractérisant l'usage mostaganémois en les mettant systématiquement en contraste avec ce qui serait l'usage « standard » (en arabe dialectal, notamment)

## **CHAPITRE II**

**ELEMENTS DE DEFINITION, DE  
CADRAGE THEORIQUE ET  
METHODOLOGIQUE AUTOUR DU  
CONCEPT DES « LANGUES EN  
CONTACT »**

Ce chapitre est consacré à la présentation des concepts clés issus de sociolinguistique ayant trait aux contacts des langues. Ces notions (bilinguisme, emprunt et mélange codique, calque et interférences...) entretiennent une relation étroite avec notre démarche qui consiste à observer et analyser les divers phénomènes en relation avec les situations de plurilinguisme en Algérie. Après avoir rappelé leurs définitions, nous les illustrerons à travers des enregistrements et des exemples concrets tels qu'ils se manifestent dans l'environnement graphique mostaganémois. Ce sont précisément ces écrits produits en situations réelles qui fondent l'authenticité de notre corpus. Parmi les définitions proposées, nous indiquerons les différentes orientations théoriques qui présentent une adéquation avec l'esprit de notre démarche. En dernier lieu, nous précisons les motivations de nos choix théoriques et méthodologiques.

## ***1. Bilinguisme comme concept majeur en sociolinguistique***

### ***1.1 Bilinguisme ou plurilinguisme***

Le bilinguisme est une notion linguistique très complexe ; d'ailleurs, il existe à ce sujet une littérature si abondante que son exploitation exhaustive s'avère une tâche irréalisable. L'ensemble des chercheurs travaillant en ce domaine a noté la difficulté qui consisterait à proposer une définition globale et satisfaisante au regard des multiples approches possibles.

Ainsi, en 1967, A.T. Keller signalait :

En fait, le bilinguisme est toujours un phénomène complexe qui relève d'une analyse multidisciplinaire. Il est parfaitement justifié de ne l'analyser que d'un seul point de vue, mais il ne faut pas oublier que c'est toujours une réduction que nous opérons au sein d'une réalité beaucoup plus complexe<sup>51</sup>.

---

<sup>51</sup>. A. T. KELLER, 1967 : « Description et mesure du bilinguisme », Colloque International, Université de Moncton, Pub. Commission canadienne pour l'Unesco et University of Toronto, p. 102.

Beardsmore, dans son ouvrage *Bilingualism ? Basic Principles*, démontrait la complexité inhérente à l'ambition de poser une définition générale et unique du bilinguisme en signalant :

It is not an easy task to start any discussion on bilingualism by pointing a general definition of the phenomenon that will not meet some sort of criticism. Bilingualism as a concept has open-ended semantics. Definitions are numerous and continually being proffered without any real sense of progress felt as the list extends.<sup>52</sup>

En réalité, le bilinguisme est un phénomène procédant de facteurs multiples, parmi lesquels on peut citer principalement : le déplacement massif de populations, la colonisation, l'enseignement des langues et le pluriculturalisme. Le développement considérable des contacts humains par le voyage et les moyens de communication modernes laisse augurer un essor croissant de tous les aspects liés aux contacts des langues. Cette situation amplifie d'autant la difficulté de cerner précisément le concept de bilinguisme.

C'est la raison pour laquelle certaines définitions ont été modifiées, d'autres complétées suite à des recherches et analyses très avancées en ce domaine.

Le concept de bilinguisme présente plusieurs acceptions, de la plus sommaire à la plus complexe.

Le bilinguisme se définit comme l'usage (alternatif, simultané, occasionnel) de deux langues chez un sujet donné et cette production bilingue peut se traduire également sur un support d'affichage (tel que la publicité, les enseignes, les calicots...). Cependant, nombre de linguistes et sociolinguistes<sup>53</sup> mentionnent dans leurs définitions du bilinguisme une

---

<sup>52</sup>. B. BEARDSMORE, 1982: *Bilingualism: Basic Principles*, Tieto Ltd, p. 1. « Ce n'est pas une tâche facile de commencer une discussion sur le bilinguisme en indiquant une définition générale du phénomène qui ne rencontrera pas quelques critiques. Le bilinguisme comme concept a une sémantique sans fin. Les définitions sont nombreuses et continuellement versées sans un sens réel de progrès à mesure que la liste s'étend ». Traduction personnelle.

<sup>53</sup>. « (...) le linguiste, précisent J. Moeschler et A. Auchlin, ne décrit pas les langues, mais la connaissance que les sujets parlants ont des langues. » J. MOESCHLER & A. AUCHLIN, *Introduction à la linguistique contemporaine*, Chap. 01 : Linguistique et Grammaire, Ed, Armand

égale fluidité dans la maîtrise des deux codes (l'hypothèse d'un bilinguisme équilibré que nous développerons ci-après). Il importe de mentionner que la réalité offre assez peu de cas d'égaux compétences et performances en deux langues chez un même locuteur.

L'éventualité d'un bilinguisme caractérisé par la maîtrise parfaite de deux langues s'avère rare dans la mesure où la prépondérance d'un code sur l'autre, dans des situations de communication précises, semble inévitable. Néanmoins, si l'on s'inscrit dans une perspective de compétence communicative, il est admis de parler de bilinguisme parfait. Dans un ordre d'idées comparables, Grosjean précise que :

Ce déséquilibre, vu dans une perspective « monolingue », [...] disparaît si l'on aborde le bilinguisme, non pas par l'intermédiaire de la maîtrise qu'a le bilingue de ses deux langues, mais par la compétence communicative qu'il a face à ses besoins de tous les jours...<sup>54</sup>

Notre travail porte sur l'étude des écrits de la ville de Mostaganem, à savoir les enseignes de commerce. Fréquemment, elles se présentent dans différents emplacements de la ville sur un affichage usant de deux graphies différentes (notamment arabe / français) et celle-ci peut même devenir la norme permanente ; dans cette situation, la fusion de l'arabe et du français constitue une unité difficilement sécable et en quelque sorte un nouveau code justiciable de la dénomination : « interlangue ».

Titone nuance cette conception idéale du bilinguisme « parfait » en précisant que :

[...] le bilinguisme est la capacité d'un individu de s'exprimer dans une seconde langue en respectant les concepts et les structures propres à cette langue, plutôt qu'en paraphrasant sa langue maternelle<sup>55</sup>.

---

Colin, Paris, 1997, p. 11. Notre observation porte exclusivement sur le scripteur des enseignes et nous cherchons à déterminer comment il arrive à mettre cette compétence en tant que bilingue sur un support écrit.

<sup>54</sup> F. GROSJEAN, (1984). Le bilinguisme: Vivre avec deux langues. *Bulletin de Linguistique Appliquée et Générale de l'Université de Besançon (Bulag)*, 11, 4-25; and *Travaux Neuchâtelois de Linguistique*, (Tranel), p. 7.

<sup>55</sup> M., TITONE, 1972: *Le bilinguisme précoce* - Bruxelles, Dessart, p. 11.

Dans une perspective approximativement comparable à celle de Titone, Siguan et Mackey, dans *Education et bilinguisme*, considèrent le bilingue comme une

personne qui, en plus de sa première langue, possède une compétence comparable dans une autre langue et qui est capable d'utiliser l'une ou l'autre en toutes circonstances avec une efficacité semblable<sup>56</sup>.

Ces trois auteurs adoptent une conception exigeante du bilinguisme ; en revanche, d'autres chercheurs recourent à des définitions moins étroites. Macnamara, pour sa part, avance une définition plus souple du bilinguisme en circonscrivant son acception à l'une des compétences minimales pratiquée dans la seconde langue. Pour ce linguiste,

le bilingue est quelqu'un qui possède une compétence minimale dans une des quatre habiletés linguistiques, à savoir comprendre, parler, lire et écrire dans une langue autre que sa langue maternelle<sup>57</sup>.

Deshays inscrit sa thèse dans une optique similaire à celles de Titone, Siguan et Mackey, lorsqu'il déclare :

Le bilinguisme désigne la capacité d'un individu à utiliser deux langues avec une correction phonétique suffisante pour la compréhension de ce qui se dit, ainsi qu'une maîtrise minimale du vocabulaire et des structures grammaticales comparables à celles d'un autochtone du même milieu social et culturel<sup>58</sup>.

Ces quatre auteurs, Titone, Deshays, Siguan et Mackey adhèrent à un postulat selon lequel il est légitime de recourir à la notion de bilinguisme y compris dans des situations qui se caractérisent par un déséquilibre manifeste dans la compétence du locuteur lors de l'usage des deux codes.

---

<sup>56</sup>. M., SIGUAN & W. F., MACKEY, 1986: *Education et bilinguisme* - Unesco- Ed. Delachaux et Niestlé, p. 11.

<sup>57</sup>. MACNAMARA, 1969: « How can one measure the extent of a person's bilingual proficiency? » - In *Description and measurement of bilingualism*, Ed., L., Kelly. Toronto: University of Toronto Press. p. 82.

<sup>58</sup>. E., DESHAYS, 1990: *L'enfant bilingue* – Ed. Robert Laffont, Paris, p.33.

Grosjean concilie deux tendances apparemment inconciliables, celle du bilinguisme parfait et celle du bilinguisme minimal. L'ouverture de sa conception la rend pertinente pour la nature de notre corpus d'enquête. Grosjean résout l'apparente contradiction entre le bilinguisme idéal et le bilinguisme déficient en distinguant :

deux modalités de base du bilinguisme: le bilingue équilibré, qui possède un système commun de signification auquel il est possible d'accéder depuis les deux langues et le bilingue déséquilibré, qui possède aussi un système commun de signification mais fortement lié à l'une des deux langues<sup>59</sup>.

Le dénominateur commun de l'ensemble de ces définitions réside en ce qu'elles postulent un sujet bilingue censé disposer d'une maîtrise syntaxique et d'un répertoire lexical minimal dans la seconde langue. Parmi ces conceptions du bilinguisme, l'élément problématique procède de l'indétermination du degré de la maîtrise de la seconde langue. Cette particularité, à savoir l'extrême diversité des cas de degré de compétence, des variétés de catégories de sujets bilingues ou de la diversité des contextes au sein desquels le processus d'interaction linguistique s'opère, introduit dans la compréhension du phénomène une variable qui en rend l'intelligibilité malaisée et ambiguë. Il s'agit d'un domaine extrêmement complexe ; c'est la raison pour laquelle qu'il importe d'évaluer les compétences et les performances du *locuteur/scripteur* en formulant les interrogations suivantes :

- Dans quelle mesure un sujet parlant et / ou écrivant peut-il être désigné légitimement comme bilingue ?
- Quelle(s) fonction(s) le bilinguisme remplit-il au regard du contexte dans lequel il se manifeste à travers les enseignes de commerce ?

---

<sup>59</sup>. M., SIGUAN & W. F., MACKEY, 1986: *ibid.* p. 16.

- Observe-t-on des phases de flottement, de contamination, d'intégration, de fusion ou bien cet usage conjoint de deux langues maintient-il une distinction rigoureuse des deux codes ?
- Quels peuvent être les facteurs intra- ou extra-linguistiques susceptibles de rendre compréhensible la prépondérance d'un idiome sur l'autre ?

En conclusion, nous postulons que le bilinguisme correspond à l'aptitude à utiliser alternativement ou quasi simultanément deux systèmes linguistiques selon un degré très variable de maîtrise des deux codes. Les spécialistes ont généralement établi des définitions convergentes inhérentes à des critères retenus en matière de classification des différents types de bilinguisme. Ainsi, sont-ils parvenus à distinguer les formes suivantes : *le bilinguisme coordonné*, *le bilinguisme composé* et *le bilinguisme subordonné*.

En ce qui concerne le bilinguisme coordonné, la situation est nette : les deux langues sont maintenues séparément dans la mesure où chacune renvoie à deux représentations cognitives différentes.



Photo 2. Affichage bilingue arabe – français

Dans le cas du bilinguisme composé, on note un recours à la langue A pour la compréhension et la formulation des énoncés, tributaires de la traduction (c'est le cas d'ailleurs de la majorité des enseignes collectées). Siguan et Mackey explicitent les mécanismes propres à chaque forme de bilinguisme:

Le bilingue coordonné dispose de deux systèmes verbaux indépendants, quand il reçoit un message dans la langue A, il le comprend dans cette langue et dans cette même langue, il produit et émet sa réponse et quand il reçoit un message dans la langue B, il le comprend dans la langue B et émet une réponse dans cette même langue. En revanche, le bilingue composé a un système prépondérant qui peut être par exemple celui de langue A; quand il reçoit un message dans la langue A, il le comprend et y répond dans cette langue, mais quand il reçoit un message dans la langue B, il le traduit dans la langue A pour le comprendre et il produit dans la langue A la réponse qu'il traduit ensuite dans la langue B pour l'émettre<sup>60</sup>.

Quant au bilinguisme subordonné, le sujet procède principalement par une traduction qui s'effectue de la langue dominante (en règle générale, la langue maternelle du locuteur, celle dans laquelle il se sent le plus à l'aise) vers la langue dominée. En s'inspirant de Weinreich, Grosjean synthétise les conceptions du bilinguisme citées supra :

The coordinate bilingual has two sets of meaning units and two modes of expression; the compound bilingual has one set of meaning units and two modes of expression, and the subordinate bilingual has the meaning units of the first language and two modes of expression: that of the first language and that of the second language learned by means of the first<sup>61</sup>.

---

<sup>60</sup>. M., SIGUAN & W. F., MACKEY, 1986: *op. cit.* p. 16.

<sup>61</sup>. F., GROSJEAN, 1982: *Life with two languages. An introduction to bilingualism* - Cambridge, Harvard University Press, pp. 240-24. « Le bilingue coordonné a deux séries d'unités significatives et deux modes d'expression ; le bilingue composé a une série d'unité significative et deux modes d'expression et le bilingue subordonné a les unités significatives de la première langue et deux modes d'expression : l'usage de la première langue et celui de la seconde apprise se réalise au moyen de la première. » Traduction personnelle.



Photo 3 Un panneau publicitaire bilingue (Bilinguisme subordonné)

Dans le panneau publicitaire ci-dessus, nous remarquons que le français est tributaire de la langue arabe. Le scripteur réalise l'affichage en écrivant en arabe, puis il commence à transposer *littéralement* de l'arabe vers le français d'où un bilinguisme subordonné<sup>62</sup>.

Toutefois, il importe de rappeler que le bilinguisme ne constitue pas seulement une question d'ordre psychologique à caractère purement subjectif mais s'inscrit encore dans un contexte social et historique donné.

Aussi convient-il de discerner entre, d'une part, le bilinguisme comme aptitude personnelle, et, d'autre part, le bilinguisme conçu dans son rapport à l'environnement social. Le bilinguisme envisagé au plan social peut revêtir une nuance particulière à travers le concept de *diglossie*. On définit la diglossie comme une forme spécifique de bilinguisme qui correspond à une situation de co-existence de deux systèmes linguistiques, dans laquelle une même langue présente deux variétés, la première considérée comme fonctionnelle, haute et valorisée et la seconde comme complémentaire et minorisée. Théoriquement, la diglossie affecte globalement la sphère arabe où l'on observe, d'une part, la présence d'une variété haute assignée à la liturgie, à la littérature, à l'administration ainsi qu'à toutes les activités valorisées et liées au pouvoir et aux institutions, et d'autre part, une variété paradoxalement majoritaire, dite « vulgaire »,

---

<sup>62</sup>. Dans cet affichage, on est en présence d'une traduction littérale. Presque l'ensemble des unités lexicales en arabe ont leur équivalent en français.

populaire, subalterne, et qui sert de médium dans la communication courante. Néanmoins, si le phénomène de diglossie est une réalité, des états de langue intermédiaires relient les deux variétés (interlecte). Pour plus de précision, mentionnons la définition de la diglossie proposée par Boukous, et qui nous semble intégrer l'ensemble des éléments qui délimitent son champ conceptuel :

Rappelons que la notion de diglossie s'applique à toute situation sociolinguistique relativement stable dans laquelle deux variétés linguistiques génétiquement apparentées [...] coexistent au sein de la même communauté linguistique, l'une des deux variétés étant reconnue comme haute et l'autre basse. Les deux variétés se distinguent, d'une part, par leurs attributs sociolinguistiques, i.e., contrairement à la variété basse, la variété haute est standardisée, elle est utilisée dans les situations de communication formelles et officielles, elle est prestigieuse, elle véhicule la littérature classique ou savante, elle est acquise dans le cadre d'une éducation formelle ; d'autre part [on note] une plus grande complexité de la morphosyntaxe, du lexique et de la phonologie de la variété haute par rapport aux structures de la variété basse<sup>63</sup>.

D'un point de vue sociolinguistique, le phénomène diglossique est quasiment la norme dans l'aire culturelle arabe, mais est présent également dans d'autres pays.

## **1.2. Concepts opératoires**

Le phénomène du bilinguisme ne peut être appréhendé totalement dans toutes ses implications théoriques. Cette notion demeure complexe du fait de la pluralité de ses définitions conceptuelles. Le substrat notionnel de notre problématique repose sur les concepts socio- et psycho-linguistiques classiques. L'un des exemples de cette complexité se révèle dans les nuances qui différencient les concepts adjacents de « bilinguisme » et « bilingualité ».

---

<sup>63</sup>. A., BOUKOUS, 1995 : *Société, langues et cultures au Maroc : enjeux symboliques, Casablanca* - Ed. Ennajah, El Jadida. p. 55.

Dans l'ouvrage de Hamers et Blanc intitulé *Bilinguisme et Bilingualité* (1983), ces deux concepts sont clairement définis ; c'est en raison de la dimension explicite de ces conceptions que nous avons jugé opportun de les introduire, dans une première phase, en tant qu'outils opératoires dans notre analyse.

Par bilingualité, ils désignent les éléments qui renvoient aux modalités individuelles du bilinguisme ; le bilinguisme, quant à lui, inclut toutes les pratiques bilingues appréhendées ou saisies sur le plan sociétal.

Le terme de bilinguisme inclut celui de bilingualité qui réfère à l'état de l'individu (aussi appelé bilinguisme individuel) mais s'applique également à un état d'une communauté dans laquelle deux langues sont en contact avec pour conséquence que deux codes peuvent être utilisés dans une même interaction et qu'un nombre d'individus sont bilingues (bilinguisme sociétal)<sup>64</sup>.

Dans une seconde phase, nous emprunterons à Grosjean sa définition du sujet bilingue conçu comme une personne qui « utilise quotidiennement ou quasi-quotidiennement deux langues ou dialectes ». La valeur opératoire de cette définition résulte de sa congruence avec notre objectif de distinguer formellement entre un monolingue et un bilingue, et de mesurer, de surcroît, la capacité d'un scripteur bilingue lorsqu'il réalise un écrit affiché dans la ville.

---

<sup>64</sup>. J. F., HAMERS et M. H. A., BLANC, 1983 : *Bilinguisme et bilingualité* - Ed. Mardaga, Bruxelles, p. 21.

### 1.3. *Sujet bilingue*

Tout contact de langues engendre nécessairement des interférences d'un code linguistique avec l'autre. Weinreich pose deux propriétés de l'interférence :

- a. L'écart par rapport aux normes linguistiques ;
- b. La restructuration de certaines formes linguistiques, due à l'introduction de patterns étrangers dans le premier système.

Ces critères sont les indices révélateurs du passage de l'état de monolingue à celui de bilingue. Ils se manifestent dans les productions langagières du sujet parlant au fil de son apprentissage / acquisition et / ou de sa pratique d'une deuxième langue. L'interférence sera ainsi définie:

[...]The arrangement of patterns that result from the introduction of foreign elements into the more highly structured domains of language, such as the bulk of the phonemic system, a large part of the morphology and syntax, and some areas of the vocabulary<sup>65</sup>.

En revanche, Mackey tente de définir l'interférence en ne faisant appel ni aux normes linguistiques, ni à aucune forme de « déviation » ; selon lui, elle se traduit par « L'utilisation d'éléments appartenant à une langue tandis que l'on en parle ou que l'on en écrit une autre ».<sup>66</sup> Toutefois, ce souci d'exclure tout jugement normatif ne résout pas la question des dysfonctionnements déterminés dans une langue B dotée de ses structures propres, par la logique distincte de la langue A.

---

<sup>65</sup> . U. WEINREICH, 1953-68: *Languages in contact, findings and problems* - The Hague, Mouton & Co, p. 1. «L'agencement des structures qui résultent de l'introduction d'éléments étrangers dans des domaines linguistiques plus hautement structurés, tels que la masse du système phonémique, une grande partie de la morphologie et de la syntaxe, et quelques zones du vocabulaire. » Traduction personnelle.

<sup>66</sup> . W. F., MACKEY, 1976 : *Bilinguisme et contacts des langues ; initiation à la linguistique : problèmes et méthodes* - Paris, Ed. Klincksieck. p.397

Par ailleurs, nous constatons que les auteurs ne distinguent pas formellement entre, d'une part, l'usage plus ou moins contrôlé et régulier de deux langues dans leur processus d'interaction codique, et d'autre part, le phénomène de l'emprunt ou l'emploi inconscient et accidentel de certaines formes linguistiques, qui caractérise l'interférence.

Grosjean définit l'interférence comme l'influence naturelle et incontournable des langues les unes sur les autres :

In this situation the bilingual realizes that code-switching and borrowing might impede communication. If despite this, one language is influenced by the other, one can talk of interference<sup>67</sup>.

Dans cette perspective, Grosjean limite le domaine d'application de la notion d'interférence aux situations d'inégalité, au cours desquelles l'une des deux langues en présence exerce une domination sur l'autre. Ces interférences peuvent se manifester à plusieurs niveaux : grammatical, lexical, phonétique et morphosyntaxique (nous avons pu relever ce phénomène dans notre corpus, voir plus loin quelques extraits).

Le *métissage linguistique*<sup>68</sup> est caractéristique du développement du comportement langagier chez le bilingue. Cette appellation sera synonyme, dans notre recherche, de l'anglicisme, *code mixing* (désormais CM) ou de la formule *mélange codique* (désormais MC). Nous opposons à la notion de métissage les différentes formes de *créolisation* ou *pidginisation*<sup>69</sup>.

---

<sup>67</sup>. F., GROSJEAN, 1982: *op. cit.* p. 299 : « Dans cette situation, le bilingue réalise que l'alternance codique et l'emprunt sont susceptibles d'entraver la communication. Si malgré cela, une langue est influencée par l'autre, on peut parler d'interférence. » Traduction personnelle.

<sup>68</sup>. Le métissage se définit comme le fait d'utiliser un ou plusieurs éléments de la langue B dans un énoncé en langue A ou bien, d'alterner entre la langue A et la langue B dans le même énoncé. Ces éléments peuvent être aussi bien d'ordre lexical, syntaxique que sémantique.

<sup>69</sup>. Nous entendons par *créolisation* et *pidginisation* une pratique rudimentaire de la langue française chez les esclaves des colonies françaises.

Le MC n'est pas seulement la résultante d'une interférence, mais plutôt un procédé conditionné par une stratégie discursive et un besoin communicatif propres au sujet bilingue. L'usage du mélange codique dans les supports d'affichage procéderait, soit d'un jeu de mot lexical que l'on utilise pour attirer le lecteur, soit de la nécessité de traduire la réalité décrite plus fidèlement. Il est également possible d'expliquer le recours à l'emploi du MC par des raisons psychosociologiques que nous mentionnerons ultérieurement dans l'analyse de notre corpus.

Ainsi, le MC requiert une triple compétence verbale dans le discours métissé : le bilingue doit avoir intériorisé, d'une part (en termes de compétence et de performance) les règles de production linguistique dans deux langues données, et d'autre part, les mécanismes du mélange.

#### **1.4. Bilan**

Un bilingue est un locuteur disposant dans ses ressources verbales de deux langues ou plus. Le bilinguisme peut être conçu selon des approches diverses ; cependant elles nécessitent toutes une référence à la nature propre de chacune des langues en présence.

Nous tenterons d'étudier, en priorité, les compétences langagières du bilingue, qui se particularisent par un degré similaire de familiarité avec les deux langues à travers différentes situations. Nous nous intéresserons notamment à l'usage que le bilingue réserve aux deux langues, que celles-ci apparaissent séparément, alternativement ou de manière simultanée. La pratique du bilinguisme permet d'évaluer le degré de maîtrise respective dans chacune des langues. Nous verrons que le MC

est un concept qu'il convient de ne pas confondre avec celui de l'emprunt.<sup>70</sup>

## 2. Concept d' «Emprunt»

### 2.1 Qu'est-ce qu'un emprunt ?

L'emprunt a été étudié selon des approches relevant de la linguistique, de la sociologie et de la psychologie. Les définitions que nous proposons suivent cette évolution. D'abord, le *Dictionnaire de linguistique* le définit ainsi :

Il y a emprunt linguistique quand un parler A utilise et finit par intégrer une unité ou un trait 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 important dans tous les contacts de langues.<sup>71</sup>

Gumperz le définit comme :

L'introduction d'une variété dans une autre langue de mots isolés ou d'expressions idiomatiques brèves, figées. Les items en question sont incorporés dans le système grammatical de la langue qui les emprunte. Ils sont traités comme appartenant à son lexique, revêtant les caractéristiques morphologiques et entrent dans ses structures syntaxiques<sup>72</sup>.

Des recherches ont été effectuées sur cette question visant à établir une distinction entre l'emprunt et l'alternance codique<sup>73</sup> ; nous pouvons citer en guise d'exemples classiques les travaux de Haugen (1956) et de Poplack (1978) que Lahlou synthétise comme suit :

---

<sup>70</sup>. En fait, l'un des principaux points de ce long débat dans la description du MC réside justement dans sa distinction avec l'emprunt qui concerne principalement le niveau de la structure lexicale.

<sup>71</sup>. J. DUBOIS & GIACOMA et alii. 1973 : *Dictionnaire de linguistique*. Ed. Larousse, Belgique.

<sup>72</sup>. J. J. GUMPERZ, 1989 : *Sociolinguistique interactionnelle: Une approche interprétative* - Paris, L'Harmattan. p. 64.

<sup>73</sup>. Dans la plupart des cas on assimile le concept de l'alternance codique à celui de mélange codique.

To differentiate code-switching and borrowing, several criteria have been proposed in a constantly growing body of literature dealing with these particular language contact phenomena. Some of these criteria are structural, others are functional [...] One of the first links along which code-switching was distinguished from borrowing is that of language X once borrowed by language Y, will adapt both the phonology and morphology of Y. It will also follow the syntactic rules imposed by language Y<sup>74</sup>.

Plusieurs langues se partagent la scène et le paysage linguistique en Algérie (cf. la partie traitant des langues en circulation en Algérie Chapitre I).

Pour rappel, nous citerons l'arabe algérien, l'arabe classique, le tamazight, le français, l'espagnol et l'anglais... Face à cette diversité linguistique, le locuteur (et/ou le scripteur<sup>75</sup>) algérien, dans sa pratique verbale, ne peut échapper à la nécessité de l'emprunt.

La présence séculaire française, l'émigration, en particulier vers la France, la nature des circuits économiques et culturels internationaux, ont favorisé et renforcé les échanges linguistiques. L'arabe algérien est fortement marqué par les langues en présence dans le paysage linguistique algérien.

Dans le domaine de l'emprunt, la langue française demeure la langue la plus sollicitée pour des raisons sociohistoriques. Les locuteurs peuvent disposer de l'équivalent arabe algérien mais privilégient fréquemment l'emprunt français pour des motifs mentionnés dans le chapitre suivant : désir de prestige, évitement du tabou, empreinte de l'habitude...

Ces motifs rendent intelligible l'usage des emprunts y compris au cours de situations où le déficit dans la langue locale n'est pas avéré. Quoi qu'il en

---

<sup>74</sup> M., LAHLOU, 1991: *A morpho-syntactic study of code-switching between moroccan arabic and french* - Ph.D. Dissertation, University of Texas, Austin, p. 83 : « Pour différencier l'alternance codique et l'emprunt, plusieurs critères ont été proposés dans un corpus constamment croissant d'une littérature qui traite de ces phénomènes de contact de langues particuliers. Quelques uns de ces critères sont structurels, d'autres fonctionnels [...] l'un des premiers liens à partir duquel l'alternance fut distinguée de l'emprunt est celui de la langue X empruntée par la langue Y ; ce lien s'adaptera tant à la phonologie qu'à la morphologie de Y. Il suivra aussi les règles syntaxiques imposées par la langue Y. » Traduction personnelle.

<sup>75</sup> . Le scripteur est un locuteur bilingue avant tout.

soit, l'emprunt représente indiscutablement un facteur d'enrichissement et d'élargissement du répertoire de la langue native, spécialement dans les domaines scientifiques et techniques.

## **2.2 Typologie des emprunts**

Le flux migratoire des peuples et des populations, dû à des raisons économiques, sociales, politiques et autres, a toujours été l'occasion de transférer la langue d'origine dans des contrées géographiques nouvelles. Ainsi, l'existence de société monolingue est proprement inconcevable, abstraction faite de groupes ethniques vivant en autarcie. D'où, une interaction linguistique transcendant les communications individuelles.

Il existe une littérature riche qui traite de l'emprunt, du *calque*, de la *pidginisation*, du *code mixing*, de la diglossie (*cf. supra*) et de l'alternance codique, et qui ne cesse d'alimenter les réflexions sociolinguistiques de façon significative.

L'emprunt apparaît sous l'aspect suivant : une langue accepte d'intégrer des mots ou expressions issus d'une autre langue exerçant une influence culturelle, économique ou autre, et les locuteurs natifs de la langue emprunteuse se servent de ces termes pour couvrir le déficit des communications quotidiennes.

A titre d'exemple, l'arabe algérien illustre bien ce fait de langue ; des mots comme *kabli*, *simana* et *Fast Food* sont empruntés respectivement, au français (câble), à l'espagnol (semana) et à l'anglais (fast food). L'intégration de ces termes s'est opérée aux plans morphosyntaxique et phonologique.

La pidginisation<sup>76</sup> relève également de ces codes issus de la présence simultanée de plusieurs dialectes ou langues.

Un pidgin se constitue par hybridation entre les langues du groupe dominé, dites "langues-substrats" qui fournissent les structures morphosyntaxiques, et celle du groupe dominant, dite "langue-base"; qui fournit le lexique<sup>77</sup>.

On recense divers types d'emprunts désignés par des formules spécifiques :

**Emprunt établi** : son incorporation est d'ordre phonologique et morphosyntaxique.

- [el-Hafla dār-ū-hā fī la post]  
(La fête ont fait –ils- dans la poste)

La fête a été faite à la poste.

Un exemple d'un affichage publicitaire illustre l'incorporation d'un nom de marque de voiture, « PEUGEOT », lexicalisé en plusieurs formes graphique et phonologique. Exemple [piʒʊ] ou [biʒʊ] au singulier, [piʒʊw-wāt] forme au pluriel<sup>78</sup>.



Photo 4 Une plaque « orientatrice »

<sup>76</sup> . La pidginisation semble aussi une catégorisation qui pourrait s'appliquer à quelques séquences de notre corpus, notamment l'hybridation.

<sup>77</sup> . J., BOUTET, 1997 : *Langage et société* - Collection Mémo, Ed. Seuil, Paris, p. 23.

<sup>78</sup> Cette forme du pluriel existe à l'oral des locuteurs algériens.

**b – Emprunt à usage momentané :** il relève généralement des emprunts qui ne sont pas intégrés phonologiquement dans la langue emprunteuse. L'usage de ces mots est cantonné principalement à une certaine catégorie sociale, « les lettrés »).

- [qri:-t ktæ:b] très intéressant.

(Ai-lu-je livre très intéressant)

J'ai lu un livre très intéressant.

Nous pouvons également citer de nouveaux types comme : les *emprunts directs*, les *emprunts naturalisés* et les *emprunts structuraux*, tels qu'ils sont définis dans la citation suivante :

Les emprunts directs sont les mots conservés tels quels dans la langue d'arrivée. La prononciation étrangère est respectée, mais l'accent originel peut toutefois être déplacé. [...] les emprunts naturalisés sont ceux qui ont subi des transformations phonétiques ou morphologiques [alors que] les emprunts structuraux consistent en des locutions traduites mot à mot d'une langue à l'autre, ils sont appelés des calques<sup>79</sup>.



Photo 5 Un panneau publicitaire bilingue (emprunts structuraux)

<sup>79</sup>. A., BOUKOUS, 1995 : *Société, langues et cultures au Maroc : enjeux symboliques, Casablanca* - Ed. Ennajah, El Jadida. p. 55.

Ce type d'emprunt est fréquent dans la littérature maghrébine d'expression française. On peut citer, par exemple, des expressions comme : « la nuit du destin » (calque traduit de l'arabe : « laylatu l-qadr »), « la mayda » (la table basse), « chaaba » (ravin)...

Par ailleurs, nous signalons une forme particulière d'emprunt dont la manifestation semble régulière en raison du contact des langues et que les linguistes appellent mots hybrides, mots métissés ou encore mots "amnésiques". C'est véritablement une caractéristique du « génie créateur » du locuteur algérien :

### **Exemples :**

1- « c'est une *tbahdilation* » → en faisant référence à quelque chose ou à une situation : « *tbahdila* » = "déshonneur", avec l'adjonction du suffixe – *tion*.

2- « *wəldī wəla salafist* » → mon fils est devenu un *salafiste* ; ce néologisme est apparu avec la conjoncture du terrorisme en Algérie, « *salaf* » qui signifie *prédécesseur* et du suffixe agentif –*iste* ; le mot revêt une connotation politique et est surmédiatisé.

Nous avons aussi *hidjabist* (une fille qui porte le voile ou le « *hidjab* », ou la *faichelesse* (dans le sens d' « une faiblesse excessive »), issu de la racine arabe F-CH-L (faible, faiblesse, faiblir), à laquelle on a adjoint le suffixe français « *esse* »).

On trouve les emprunts principalement dans les catégories grammaticales majeures (les substantifs, les verbes, les adjectifs, les adverbes, etc.). D'autre part, ils concernent tous les domaines, en particulier, les études, les métiers, la technologie, les loisirs...

### ***2.3 Adaptation/Intégration des emprunts***

Le phénomène de l'emprunt en Algérie est la résultante d'un processus d'adaptation/intégration des sons qui, au contact de la langue d'accueil (l'arabe algérien) seront modifiés par rapport à la langue d'origine (le français ou l'anglais). Les altérations des emprunts relèvent soit de la phonétique, de la morphosyntaxe ou bien de la sémantique. On parle donc d'intégration phonétique, d'intégration morphologique, ...

L'intégration phonétique est l'un des éléments les plus importants permettant de déterminer s'il s'agit d'un mot emprunté ou d'un mot alterné. Voici quelques-unes des règles intervenant lors de cette intégration.

#### ***2.3.1 Adaptation/intégration morpho phonologique des substantifs***

Quand le locuteur algérien emprunte un mot étranger, il transpose, volontairement ou involontairement, toutes les marques phonologiques, morphologiques, syntaxiques et sémantiques sur cet élément qui provient d'une langue source en vue de l'adapter et de l'incorporer dans son système linguistique, à savoir la langue cible. Voici quelques procédés exercés sur quelques emprunts étrangers, notamment français.

##### ***➤ Des noms introduits par l'article « el »***

La morphologie de l'arabe algérien connaît des faits d'assimilation consonantique pour la plupart bien définis et d'apparition constante<sup>80</sup>. Nous

---

<sup>80</sup> Mathieu GUIDERE précise qu'« il existe vingt-huit lettres dans l'alphabet arabe. Pour des raisons phoniques, la moitié [des lettres] sont dites 'lunaires' et l'autre moitié, 'solaires'. Ces qualificatifs viennent des deux exemples traditionnels de la grammaire arabe : le soleil et la lune ». p 107. Voir Mathieu GUIDERE, Grammaticalement correct ! Grammaire alphabétique de l'arabe. Ed. Ellipses. 2004. Si on se fiait à cette dichotomie, on peut estimer qu'elle règle le problème de l'assimilation dans le cadre d'un apprentissage correct de l'arabe standard. Mais ce n'est pas le cas lorsqu'il s'agit d'étudier l'arabe parlé en contact avec une langue étrangère, le français entre

allons voir si cette régularité opère également sur les emprunts. Voici les plus importants cas de figure recensés dans notre corpus :

- |                               |  |
|-------------------------------|--|
| (1) [ʔæ <b>d</b> -diplom]     | (transcription phonétique de « le diplôme »)   |
| (2) [ʔæ <b>l</b> -fri:ɡʊ]     | (transcription phonétique de « le frigo »)     |
| (3) [ʔæ <b>l</b> -dʒʊrna:n]   | (transcription phonétique de « le journal »)   |
| (4) [ʔæ <b>l</b> -li:vri]     | (transcription phonétique de « le livre »)     |
| (5) [ʔæ <b>l</b> -mæʃwa:r]    | (transcription phonétique de « le mouchoir »)  |
| (6) [ʔæ <b>l</b> -ma:rʔo]     | (transcription phonétique de « le marteau »)   |
| (7) [ʔæ <b>l</b> -karʔa:b]    | (transcription phonétique de « le cartable »)  |
| (8) [ʔæ <b>n</b> -ni:lʊ]      | (transcription phonétique de « le nylon »)     |
| (9) [ʔæ <b>l</b> -parpri:z]   | (transcription phonétique de « le par brise ») |
| (10) [ʔæ <b>r</b> -ri:ɡla]    | (transcription phonétique de « la règle »)     |
| (11) [ʔæ <b>s</b> -sti:lʊ]    | (transcription phonétique de « le stylo »)     |
| (12a) [ʔæ <b>l</b> -vistjɛ:r] | (transcription phonétique de « le vestiaire ») |
| (12b) [ʔæ <b>l</b> -vitri:na] | (transcription phonétique de « la vitrine »)   |
| (13) [ʔæ <b>z</b> -zʊdʒak]    | (transcription phonétique de « le zodiac »)    |
| (14) [ʔæ <b>f</b> -ʃikʊ:la]   | (transcription phonétique de « le chocolat »)  |
| (15) [ʔæ <b>t</b> -tri:kʊ]    | (transcription phonétique de « le tricot »)    |
| (16) [ʔæ <b>ʒ</b> -ʒi:dʊ]     | (transcription phonétique de « le judo »)      |

Très sommairement, ce qui favorise de procéder à une segmentation de telle ou telle séquence sonore (ou écrite), dans le but de dégager les ressemblances et les dissemblances, réside dans la mise en contraste entre les segments. Notre objectif, dans la présente analyse, consiste à examiner les paradigmes de structuration des différentes régularités et irrégularités attestées lors du transfert d'une unité lexicale de la langue source vers la langue cible.

---

autres. Le [ʒ] dans l'arabe parlé à Mostaganem illustre nos propos et se comporte comme une lettre solaire dans l'emprunt(16).

L'examen des seize séquences transcrites permet de dresser les remarques suivantes ;

- Généralement les unités empruntées au français et dont les initiales sont les [d, n, t, R, s, f, ʒ] se dédoublent lorsqu'elles sont introduites par l'article « el » ;
- L'on peut estimer que ce procédé opère ici comme un mécanisme d'adaptation –intégration *par défaut*. Par ce syntagme, nous entendons dire une réalisation spontanée d'une séquence orale par un locuteur natif.
- Un locuteur(rice) de la ville de Mostaganem ne réalisera jamais par défaut les séquences suivantes :

(17)

a-[nə-qra ʒ-ʒɔrna:n] (traduction de « je lis le journal »)

b-[ nə-fri ʒ-ʒɔrna:n] (traduction de « j'achète le journal »)

La comparaison entre (3) et (17a,b) permet de constater que la différence formelle et non sémantique se ramène à la présence de [l] à l'oral dans (3) voire (2), (3),(4), (6), (7), (9) et (12a, b) ; et à son absence à l'oral dans (1), (8), (10), (13), (14), (15), (16) et (17 a, b).

- D'un point de vue de la linguistique contrastive, la comparaison de (16) avec le monème français d'origine arabe [alʒɛbR] « algèbre », permet de constater que le [l] ne s'élide pas devant la palatale spirante sonore [ʒ]. L'explication en est simple; c'est que le monème en question a été intégré tel quel dans la langue cible ; autrement dit, le locuteur francophone opère spontanément, lui aussi, des « fausses coupes<sup>81</sup> » en procédant par une adaptation identique<sup>82</sup> et conforme à

---

<sup>81</sup> Nous allons examiner ce phénomène plus loin.

<sup>82</sup> Cf. l'*analogie* comme procédé d'imitation lexicale dans les Dictionnaires de linguistique et des sciences du langage.

la matrice française ; exemple : à partir du modèle *Altimètre*, *Albâtre*, on a pu adapter et intégrer le mot arabe « الجبر » en *Algèbre*.

### ➤ La dénasalisation des voyelles

On peut déterminer la dénasalisation des voyelles nasales de trois façons attestées dans notre corpus; la première opération se présente avec la structure « 1 voyelle orale » ; la deuxième avec la structure « 1 voyelle orale + 1 consonne nasale [n] ou [m] » et la troisième avec la structure « 1 voyelle orale + 1 Allongement + la consonne nasale [n] ». Nous allons exposer et illustrer les trois cas de figure ci-dessous :

#### *La structure Voyelle orale*

- (18)[kʃi:ɖa] (transcription phonétique de «un accident»)
- (19)[bærtɪma] (transcription phonétique de « un appartement»)
- (20)[ʔoʔorizasjɔ] (transcription phonétique de «une autorisation »)
- (21)[ba:sma]/[fa:sma](transcription phonétique de « un pansement»)
- (22)[ʃo<sup>m</sup>pwa] (transcription phonétique de «un champoing »)
- (23)[trisja] (transcription phonétique de « un électricien »)
- (24)[maʃʃo] (transcription phonétique de «un maçon »)
- (25)[sirvejo] (transcription phonétique de « un surveillant»)
- (26)[pinjɔ] (transcription phonétique de « un pignon»)
- (27)[kardo] (transcription phonétique de «un cardon »)

Comme il est notoire dans les exemples ci-dessus, toutes les voyelles nasales se ramènent à une voyelle orale [a, o, ɔ]. Le [ã] se réalisent régulièrement dans la bouche d'un locuteur arabophone en [a], par exemple le (18), (19), (21), (22) et(23). Par contre le [ɔ̃] est perceptible à l'oreille tantôt comme [o], exemples (24), (25) et (27) ; tantôt comme [ɔ], exemples(20) et (26).

*La structure Voyelle orale + Voyelle nasale N /M*

- (28)[ʃa<sup>n</sup>dala] (transcription phonétique de « une sandale »)  
(29)[ʔɛ<sup>n</sup>tiri] (transcription phonétique de « intérêt »)  
(30)[tɔ<sup>n</sup>dɛ:z] (transcription phonétique de « une tondeuse »)  
(31)[tɔ<sup>n</sup>dɛ:r] (transcription phonétique de « un tondeur »)  
(32)[jo<sup>m</sup>ba] (transcription phonétique de « une jambe »)  
(33)[roziza<sup>n</sup>g] (transcription phonétique de « un rose des ongles »)  
(34)[lɛ<sup>n</sup>ʒet] (transcription phonétique de « des lingettes »)  
(35)[ʃo<sup>m</sup>pwa] (transcription phonétique de « un champoing »)  
(36)[plo<sup>m</sup>bi] (transcription phonétique de « un plombier »)  
(37)[kɔ<sup>n</sup>tɑ:b] (transcription phonétique de « un comptable »)  
(38)[ʔɛ<sup>n</sup>ʒinjɛ:r] (transcription phonétique de « un ingénieur »)  
(39)[so<sup>n</sup>sɛ:r] (transcription phonétique de « un censeur »)

La réalisation d'une voyelle nasale est renforcée cette fois-ci par une bilabiale nasalisée[m] et / ou par une dentale nasalisée[n]. Mais, au plan articulatoire, cette réalisation, faisant office secondairement d'une nasalité vocalique, n'est produite que partiellement. C'est la raison pour laquelle on les a marqués dans la structure suivante {Voyelle orale + [n] et / ou [m]}.

Le Mostaganemois marque un petit peu le [n] et le [m] lorsqu'il produit les séquences du (28) à (39).

*La structure Voyelle orale + allongement + Voyelle nasale 'N'*

- (40)[parasjɔ:<sup>n</sup>] (transcription phonétique de « une opération »)  
(41)[mækkæsje:<sup>n</sup>] (transcription phonétique de « un mécanicien »)  
(42)[kɔ:<sup>n</sup>tɛ:r] (transcription phonétique de « un Compteur »)  
(43)[tilifizjɔ:<sup>n</sup>] (transcription phonétique de « une télévision »)  
(44)[salamɔ:<sup>n</sup>ʒi:] (transcription phonétique de « une salle à manger »)  
(45)[tɑ:<sup>n</sup>] (transcription phonétique de « un talon aiguille »)

C'est une dénasalisation qui s'apparente à la morphologie du pluriel des noms en arabe standard. Si on compare (45) avec la séquence arabe :

(46) [bæ:qʊ:n] (traduction de « des éternels »),

On remarque qu'elles obéissent à la même morphologie lexicale du pluriel de l'arabe standard. Mais cette morphologie nominale, dans le parler mostaganémois, ne relève pas à la structure du nombre pluriel.

La conversion des voyelles nasales en voyelles orales résulte du fait que le système phonétique de l'arabe algérien ne comporte pas de tels sons. Et cette transformation favorise l'insertion des emprunts dans la structure sonore et aboutit par l'intégration dans le moule morphosyntaxique de l'arabe algérien. Cette caractéristique phonologique est un trait distinctif pertinent.

- **La substitution, l'amuïssement<sup>83</sup>, la suppression ou la troncation et l'emphatisation des consonnes et des voyelles ;** généralement tous les noms qui se terminent par *-ble*, subissent l'ablation de la finale<sup>84</sup> [l].

Langue source	Langue cible	Description du procédé	Nom du procédé
[militaire]	[minite:r]	/ l / se réalise [n] variante libre	Conversion
[maladi]	[maradi]	/ l / se réalise [r] variante libre	Conversion

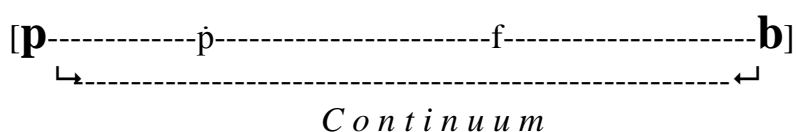
<sup>83</sup> Il s'agit de la disparition complète d'un phonème ou d'une syllabe dans un mot.

<sup>84</sup> Il s'agit également d'un usage ordinaire en français de France, excepté méridional, et c'est notamment celui des pieds-noirs.

a-[kartabl] b-[portabl] c-[kʒtabl]	[kartɑ:b] [portɑ:b] [ko <sup>n</sup> ʔɑ:b]	L'absence du /l/ final est compensée par l'emphatisation du /t/ et par l'allongement devant le /b/	Troncation
[tablo]	[ʔablɔ:]	Le /t/ emphatisé en position initiale contamine le contexte après, d'où <i>l'assimilation progressive</i>	Emphatisation
d- [apartəmã] e-[opital]	[ħartma] [ʂbɪʔɑ:r]	Le /t/ en position médiane contamine le contexte avant par <i>assimilation régressive</i>	
[gargot]	[gærgoʔ]	Le /t/ en position finale contamine par <i>assimilation régressive</i>	

➤ **Commutation de la consonne /p/ par /b/ et /f/ et de la consonne /v/ par /f/**

Les consonnes françaises [p, v], absentes dans le système consonantique arabe sont systématiquement remplacées par leurs équivalents les plus proches [b, f], mais il y a une exception dans une séquence où le [p] se réalise le long d'un *continuum* :



*Des noms commençant par le [p]*

- (47)[ba:lto] (transcription phonétique de « un paletot»)  
(48)[blaʃa] (transcription phonétique de « une place»)  
(49)[bæri:z] (transcription phonétique de «Paris »)  
(50)[ba:sma]  
[fa:sma]<sup>85</sup> (transcription phonétique de « un pansement»)  
(51)[p̣ardsʊ] (transcription phonétique de «un pardessus »)

Une caractéristique importante des monèmes ayant un [p] à l'initiale se traduit à travers une réalisation inédite de ce son en(51) ; il s'agit d'un son bilabial qui n'est pas totalement sonore. On peut décrire ce son, d'un point de vue articulatoire, comme une consonne occlusive bilabiale semi-sonore.

*Des noms commençant par le [v]*

- (52)[fæli:za]<sup>86</sup> (transcription phonétique de « une valise»)  
(53)[faz] (transcription phonétique de « un vase»)  
(54)[fida:ʒ] (transcription phonétique de « une vidange »)  
(55)[fista] (transcription phonétique de «une veste »)  
(56)[fiʃa:mi:n] (transcription phonétique de « une vitamine»)  
(57)[vizita] (transcription phonétique de « une visite médicale»)  
(58)[filæ:ʒ] (transcription phonétique de « un village »)

Le [v] est réalisé [f] dans la plupart des emprunts, à l'exception du [57] qui demeure une production quasi-analogue à celle de la langue d'origine. La résistance de la fricative bilabiale sonore, dans ce cas, s'explique par l'effet de contamination phonétique correcte ; autrement dit lorsqu'un locuteur mostaganémois se rend chez un médecin, son oreille s'est habituée à ce son dans le contexte d'« une visite médicale ». Le médecin étant normatif dans son discours pourrait, potentiellement, contaminer ses patients.

---

<sup>85</sup> Cette réalisation n'est attestée que chez des locuteurs d'un certain âge, notamment les vieux.

<sup>86</sup> Dans l'arabe dialectale marocain cet emprunt se réalise [bali:za] avec un [b] comme variante du [v], cf. l'ouvrage de Az Eddine JALALY, 2010, *Initiation à l'arabe parlé au Maroc*, Ed. L'Harmattan, p 25.

*Des noms commençant par le [a]*

(59)[ksiliratɛ:r]	(transcription phonétique de «un accélérateur »)
(60)[zalami:t]	(transcription phonétique de « des allumettes»)
(61)[kʃi:ða]	(transcription phonétique de «un accident»)
(62)[bærtɪma]	(transcription phonétique de « un appartement»)
(63)[ʔafɛ:r]	(transcription phonétique de «une affaire »)

Les monèmes qui commencent par la voyelle [a] subissent soit la suppression de cette dernière comme dans les cas (59), (61) et (62), soit par l'ajout d'une consonne pour le réaliser exemples(60) et (63).

*Des noms commençant par le [o]*

(64)[parasjɔ:n]	(transcription phonétique de « une opération»)
(65)[ʔoriʒina:l]	(transcription phonétique de « un original»)
(66)[ʔoʔorɔ:t]	(transcription phonétique de «une autoroute »)
(67)[ʔoʔorizasjɔ]	(transcription phonétique de «une autorisation »)

Pour la voyelle [o] nous avons deux cas de figure : le premier consiste en la suppression(64) comme la voyelle [a] et le second l'ajout systématique de la glottale [ʔ], (65), (66) et (67).

*Des noms se terminant par [al]*

(68)[dʒɔrnæ:n]	(transcription phonétique de « un journal»)
(69)[foʊba:l]	(transcription phonétique de « un football»)
(70)[si:pa:l]	(transcription phonétique de « un signal»)
(71)[ʃaˈɖala]	(transcription phonétique de « une sandale»)
(72)[mistra:l]	(transcription phonétique de «un mistral »)

La séquence finale [al] se présente selon trois types de structure sonore :

- L'exemple (68) {voyelle 'æ' +allongement + n} ;
- L'exemple (69), (70) et (72) {voyelle 'a' +allongement + l} ;
- L'exemple (71) {voyelle 'a' +consonne l 'l'+ voyelle 'a' }

*Des noms se terminant par [e]*

(77)[idi]	(transcription phonétique de « idée »)
(78)[trisi <sup>n</sup> ti]	(transcription phonétique de « électricité »)
(79)[miditi]	(transcription phonétique de « humidité »)
(80)[ʔε <sup>n</sup> tiri]	(transcription phonétique de « intérêt »)
(81)[risipisi]	(transcription phonétique de « récépissé »)
(82)[kordoni]	(transcription phonétique de « cordonnier »)
(83)[mε <sup>n</sup> wizi]	(transcription phonétique de « menuisier »)
(84)[ʔablija]	(transcription phonétique de « un tablier »)

Le [e] se ramène la plupart des cas à la voyelle [i]. Il est, d'ailleurs, absent dans le système vocalique de l'arabe algérien. Ce son vocalique se confond avec le [a] dans l'exemple (84).

*Des noms se terminant par [æɾ] [æz]*

(85)[radijate:ɾ]	(transcription phonétique de « un radiateur »)
(86)[karbirate:ɾ]	(transcription phonétique de « un carburateur »)
(87)[ordinate:ɾ]	(transcription phonétique de « un ordinateur »)
(88)[ʔrakte:ɾ][ʔræktɔ:ɾ]	(transcription phonétique de « un tracteur »)
(89)[vãtilate:ɾ]	(transcription phonétique de « un ventilateur »)
(90)[bokse:ɾ]	(transcription phonétique de « un boxeur »)
(91)[ʔo <sup>n</sup> dε:z]	(transcription phonétique de « une tondeuse »)
(92)[ʔo <sup>n</sup> dε:ɾ]	(transcription phonétique de « un tondeur »)

La réalisation de la voyelle finale [æɾ] et [æz] se présente de façon régulière avec la structure {voyelle 'ε' + allongement + 'r' ou 'z'}.

Outre l'intégration phonologique, nous observons des transformations morphosyntaxiques subies par les emprunts. Ils constituent à leur tour un facteur majeur de leur intégration en arabe algérien. Nous allons donc indiquer les changements perceptibles au plan formel, générique...

➤ **Altération morphologique et sémantique intégrale des emprunts français et néologie**

- (93) [rænnæ:k] (équivalent sémantique de « emmerdeur » (la racine provient du verbe RNK « arnaquer » mais a subi une modification sémantique ; nous sommes passés du premier sens, « escroquer », au sens arabe algérien, « emmerder »).
- (94) [risibu:] (équivalent sémantique de « bon reçu », il s'agit d'une facture ou un bon à payer ; ce procédé morphologique relève d'une *contraction*).
- (95)[nækwæ] (équivalent sémantique de « carte nationale d'identité » ou bien « nom patronymique » d'une personne ; terme remontant très probablement à l'époque coloniale et résultant de la formule : « **ton nom... quoi** <sup>87?</sup> », répétée par les agents de l'administration française, lors de la mise en place de l'état civil moderne. Il s'agit là du procédé de *contraction*).
- (96)[fliksi] (équivalent sémantique de « rechargement en solde »)
- (97)[bipa:ʒ] (équivalent sémantique de « *action de biper à quelqu'un ou d'en recevoir* »)
- (98)[flaʃa:ʒ] (équivalent sémantique de « *alimentation de batterie d'un portable* »)

---

<sup>87</sup> C'est une formation lexicale exclusivement orale.

(99)[diblɔka:ʒ] (équivalent sémantique de « *débloquer un téléphone verrouillé par un opérateur* »)

(100)[diza<sup>m</sup>lɔka:ʒ]<sup>88</sup> (équivalent sémantique de « *débloquer mais dans le but d'utiliser une carte SIM de n'importe quel opérateur* »)

➤ **La conversion du genre des emprunts**

(101)[lakɔmisæ:rja] (transcription phonétique de « **Le** commissariat »)

En arabe algérien, le féminin singulier est marqué par l'affixe "-a ", et par Ø pour le masculin singulier. Dans cet exemple, le genre change en raison de sa terminaison en / a / que le locuteur algérien transpose, spontanément, selon la marque de sa langue native, par « analogie générique ».

**Remarque :** un locuteur mostaganémois ne dira jamais spontanément la phrase suivante :

(102)

a-[kɔn-t fi ləkomiæ:rja]\* J'étais au commissariat.

b-[kɔn-t fi lakɔmisæ:rja] J'étais à la commissariat\*.

Dans le (102a) une telle réalisation relève d'un bilingue équilibré. Mais rarement d'un monolingue. La même chose s'opère avec la séquence suivante :

---

<sup>88</sup> Ça vient du verbe « désimlocker » ; composé du préfixe *dé-*, de *sim*(venant de carte SIM), du verbe anglais *to lock* « verrouiller » et du suffixe *-er*.

(103) [laministɛ:r] (transcription phonétique de « le ministère » ;

ce passage du masculin au féminin résulte d'une interférence ; en effet, l'équivalent arabe « el-wizāra » appartient au genre féminin qui s'est transmis à l'emprunt français « ministère ».

### **2.3.2 Adaptation/Intégration morphologique des verbes**

#### *- Notion de racine*

L'idée de la *racine* des monèmes est incontestablement et incomparablement plus vive en langue arabe que dans les langues dites indo-européennes à telle enseigne que la méthode classificatoire des dictionnaires arabes procède par racine et rarement des mots pris isolément de leur champs notionnel.

La règle morphologique fait que la racine est toujours apparente dans l'écriture, excepté les cas d'assimilation qu'on peut très facilement les constituer en règles.

Les grammairiens arabes se sont évertués à faire tout le lexique avec le principe de la « racine trilitère ». Il existe, certes, de nombreuses racines « bilitères », mais la langue arabe tend à la *trilitéralisation* par ettoffement (surtout par le redoublement de la seconde radicale ou l'introduction d'un élément semi-vocalique de 1<sup>ère</sup>, 2<sup>e</sup> ou 3<sup>e</sup> radicale).

En règle générale, tout fonctionne comme dérivé à partir de la racine trilitère. L'on peut tolérer également un nombre assez important de racines quadrilitères.

En conséquence, les grammairiens arabes pour faciliter la description de cette langue, ont opté arbitrairement à prendre comme point de départ à leur Morphologie la racine trilitère.

Cette racine obéit au schème *fʕæʕ* فَعَّلَ (idée de « faire », « agir »). Pour fabriquer un mot, il faut l'insérer dans le moule de cette racine trilitère. C'est le cas des emprunts français qui obéissent quasi-systématiquement à ce principe de racine. On dira ainsi conventionnellement que le thème *mæʕʕv:l* de la racine DRB est *mædrʕ:b* « tabassé », que le thème *jfaʕʕæʕ* de KML est *jkammæʕ* « il termine », etc. Nous ne rompons pas avec cette habitude, qui a l'avantage d'être méthodiquement efficace. C'est pourquoi les paradigmes verbaux qu'on proposera ci-dessous sont ceux du verbe *fʕæʕ*.

- *Morphologie verbale*

L'arabe parlé ne connaît qu'un seul type de conjugaison. Tout verbe arabe se conjugue comme nous allons le préciser, à l'exception des phénomènes d'assimilation qui sont mentionnés plus haut.

On distingue l'aspect *accompli*, correspondant en gros à tous les passés en français, et qui n'a qu'un mode, et l'aspect *inaccompli*, ayant « trois modes » :

- L'inaccompli *indicatif*, correspondant au présent et au futur<sup>89</sup> ;
- L'inaccompli *subjonctif*, qui est utilisé en subordination ;
- Il faut encore mentionner un *impératif*, qui n'existe qu'aux secondes personnes.

La conjugaison de l'arabe algérien de Mostaganem comporte deux nombre : singulier et pluriel, le duel étant assimilé dans le pluriel.

---

<sup>89</sup> Qui est utilisé avec quelques particules déterminés.

Aux 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> personnes, une morphologie du féminin se distingue nettement du masculin.

	Accompli	Inaccompli indicatif et subjonctif	Impératif
<b>Singulier</b>			
1. MASC	fʁæɫ-t	næ-fʁæɫ	
2. MASC	fʁæɫ-t	tæ-fʁæɫ	ʔæf-fʁæɫ
2. FEM	fʁæɫ-ti	tæf-fæɣɫ-i:	ʔæf-fæɣɫ-i:
3. MASC	fʁæɫ	jæ-fʁæɫ	
3. FEM	fæɣɫ-æt	tæ-fʁæɫ	
<b>Duel &amp; Pluriel</b>			
1.	fʁæɫ-na:	næf-fæɣɫ-ʊ:	
2. MASC/FEM	fʁæɫ-tʊ:	tæf-fæɣɫ-ʊ:	ʔæf-fæɣɫ-ʊ:
3. MASC/FEM	fæɣɫ-ʊ:	jæf-fæɣɫ-ʊ:	

### Tableau de conjugaison du verbe *fʁæɫ* فَعَلَ

#### - Observations

1. L'accompli se distingue par des suffixes de personnes, de genre et de nombre ; à l'inaccompli les éléments personnels sont suffixés et préfixés.
2. L'inaccompli avec ses trois modes est marqué par la gémation ou dédoublement de la 1<sup>ère</sup> radicale et par une voyelle longue « i: » à la 2<sup>e</sup> personne du singulier féminin, et toutes les personnes au duel et pluriel genre confondu sont marquées par le dédoublement de la 1<sup>ère</sup> radicale et du « ʊ: » voyelle longue finale.

3. L'impératif se déduit de l'inaccompli par le remplacement du préfixe pronominal - *tæ* - de 2<sup>e</sup> personne par un *hamza*.
4. L'arabe parlé ne possédant pas d'infinitif, mais l'on peut mentionner la 3<sup>e</sup> personne du masculin du singulier à l'accompli *fʕæʔl* = « faire ».
5. L'arabe algérien de Mostaganem ne possède pas de duel. Le pluriel en tient lieu.

Les verbes français subissent également des modifications morphologiques lors de leur intégration dans la langue d'accueil.

Exemples :

- [kān jæ-**prīpar**-i: f-æʔl-mémōir æ-ntæʕæ-h.] (A., étudiante en 4<sup>e</sup> année).(Il était en train de préparer son mémoire.)

Le son [e] se réalise [i:] et le [R] grasseyé ou parisien se prononce en [r] roulé dans le verbe « préparer ». On note également l'adjonction initiale du pronom [j] de la conjugaison préfixale arabe.

Certains verbes sont affectés de plusieurs affixes;

[-**j**-ku:nTamin-**i**:-**hum**] = Il les contamine

Le préfixe 'j', le suffixe '-i:-' et le pronom personnel 'hum' sont annexés au verbe « contaminer ». On peut conjuguer ces verbes selon tous les paradigmes et les temps de l'arabe algérien :

	Accompli	Inaccompli indicatif et subjunctif	Impératif
<b>Singulier</b>			
1. MASC	pripar-i:t	næ-pripari	
2. MASC	pripar-i:t	tæ- pripari	ʔæ- pripari
2. FEM	pripar-æt i	tæf- pripari	ʔæ -pripari
3. MASC	pripar-æ	jæ- pripari	
3. FEM	pripar-æ:t	tæ- pripari	
<b>Duel &amp; Pluriel</b>			
1.	pripar-i:næ:	næ-pripar-ʊ:	
2. MASC/FEM	pripar-i:tʊ:	tæ-pripar-ʊ:	ʔæ- pripar-ʊ:
3. MASC/FEM	pripar-æ:w	jæ-pripar-ʊ:	

**Tableau de conjugaison du verbe « *préparer* » selon les paradigmes de l'arabe algérien de Mostaganem**

### ***2.3.3 Adaptation / Intégration morpho phonologique des adjectifs***

Les exemples cités ci-après montrent que la majorité des adjectifs tirés de notre corpus sont formés à partir d'un radical français précédé du préfixe "m" récurrent en arabe algérien.

➤ **De l'emprunt verbal vers la catégorie adjectivale ;**

Exemples :

(104)[sərba]

(C'est le verbe « **servir** » conjugué à l'inaccompli : **il a servi**. Par l'adjonction de (**m**) à l'initiale, on obtient le participe

passé [msərbi] : « servi ». Nous relevons la présence d'un adjectif dérivé **msərbes** : **asservi**, issu du verbe « **asservir** ». Pourquoi la conversion du phonème / v / en / b / dans l'exemple du verbe *servir* et *asservir* ? Rappelons que le phonème / v / est absent du substrat algérien. Sa transformation en / b / procède peut-être de l'influence espagnole, notamment dans l'Ouest algérien.)

- (105)[mætri:ni:] (issu du verbe conjugué [tri:na]: « il s'est entraîné »).
- (106)[mdīgūtī] (issu du verbe conjugué [digʊ:ta] ; « il est dégouté »).
- (107)[msīspūdī] (issu du verbe conjugué [sispʊ<sup>n</sup>di:] : « il est suspendu »).

➤ **De l'emprunt nominal vers la forme adjectival ;**

- (108)[mætrafi:ki:] (signifiant « falsifié », « modifié » ou « altéré ». C'est à partir du substantif « trafic » que le locuteur algérien a construit cet adjectif.

Exemple

a-[fra portab mætrafi:ki:] « il a acheté un téléphone portable modifié ».

b-[ɛṭaw-æh paspor mætrafi:ki:] « on lui a donné un passeport falsifié ».

### ➤ Le pluriel des noms

Le pluriel des différents emprunts est obtenu généralement en suffixant *-æ:t* quel que soit leur genre. L'allongement de la voyelle dans *æ:t* neutralise tout autre à l'intérieur du mot. Lorsque le mot est marqué au féminin, il suffit, pour obtenir le pluriel, d'allonger la voyelle *æ* et de suffixer *-t*, mais ce procédé n'est pas systématique dans le cas des emprunts au français.

La typologie du pluriel des emprunts que nous avons recensés se décline en sept morphologies distinctives. On les classe dans deux catégories morphologiques, à savoir la catégorie constante et la catégorie fluctuante.

Dans la première, nous rangeons l'ensemble des morphologies obéissant à la morphologie du pluriel en arabe qui suffixe en *-at*. La deuxième catégorie, par contre, regroupe les types de pluriel qui change complètement de morphologie.

La catégorie constante englobe quatre types de pluriel :

1. Un pluriel figé et sans suffixe ;

(209)	[twa:let]	<i>Une toilette</i>	[twa:let]
(210)	[le <sup>n</sup> ʒet]	<i>Une lingette</i>	[le <sup>n</sup> ʒet]
(211)	[like:t]	<i>Une liquette</i>	[like:t]

2. Un pluriel suffixé en allongeant la voyelle finale + un *-t* ;

(112)	[ʒo <sup>m</sup> ba]	<i>Une jambe</i>	[ʒo <sup>m</sup> ba-t]
(113)	[tibja]	<i>Un tibia</i>	[tibja-t]
(114)	[kasrona]	<i>Une casserole</i>	[kasrona-t]
(115)	[kikoʦa]	<i>Une cocote</i>	[kikoʦa-t]
(116)	[færʃi:ʦa]	<i>Une fourchette</i>	[færʃi:ʦa-t]
(217)	[ji:p̣pa]	<i>Une jupe</i>	[ji:p̣pa-t]
(218)	[kilo:ʦa]	<i>Une culotte</i>	[kilo:ʦa-t]

(219)	[lib̥ba]	<i>Un bas</i>	[lib̥ba-t]
(220)	[roppa]	<i>Une robe</i>	[roppa-t]
(221)	[fista]	<i>Une veste</i>	[fista-t]
(222)	[ʒilija]	<i>Un gilet</i>	[ʒilija-t]
(223)	[ʃimiza]	<i>Une chemise</i>	[ʃimiza-t]

3. Un pluriel suffixé avec l'ajout à la consonne finale de -a +

allongement + un – t ;

(224)	[kwiziniɛ:r]	<i>Une cuisinière</i>	[kwiziniɛ:r-æ:t]
(225)	[friʒidɛ:r]	<i>Un réfrigérateur</i>	[friʒidɛ:r-æ:t]
(226)	[fʊtæ:j]	<i>Un fauteuil</i>	[fʊtæ:j-æ:t]
(227)	[bibliʊtɛk]	<i>Une bibliothèque</i>	[bibliʊtɛk-æ:t]
(228)	[talʊ:n]	<i>Un talon</i>	[talʊ:n-æ:t]
(229)	[sʊtʃɛn]	<i>Un soutien gorge</i>	[sʊtʃɛn-æ:t]
(230)	[soʊnsɛ:r]	<i>Un censeur</i>	[soʊnsɛ:r-æ:t]
(231)	[mʊtɛ:r]	<i>Un moteur</i>	[mʊtɛ:r-æ:t]
(232)	[swiglaʃ]	<i>Un essuie-glace</i>	[swiglas-æ:t]
(233)	[trovizɛ:r]	<i>Un rétroviseur</i>	[trovizɛ:r-æ:t]
(235)	[ʒænjɔ:r]	<i>Un ingénieur</i>	[ʒænjɔ:r-æ:t]
(236)	[drɛktʊ:r]	<i>Un directeur</i>	[drɛktʊ:r-æ:t]
(237)	[tolɛr]	<i>Un tolier</i>	[tolɛr-æ:t]

4. Un pluriel formé par étouffement – jj et /ou ww + allongement +

t ;

(238)	[ʒinʊ]	<i>Un genou</i>	[ʒinʊ-wwæ:t]
(239)	[mʊli]	<i>Un mollet</i>	[mʊli-jjæ:t]
(240)	[rʊlʊ]	<i>Un rouleau</i>	[rʊlʊ-wwæ:t]
(241)	[mafɪ:na]	<i>Une machine</i>	[mafɪ:na-t] / [mwæ:ʃæn]
(242)	[fri:gʊ]	<i>Un frigo</i>	[fri:gʊ-wwæ:t]
(243)	[bifi]	<i>Un buffet</i>	[bifi-jjæ:t]
(244)	[kanapi]	<i>Un canapé</i>	[kanapi-jjæ:t]
(245)	[sʊ:mi]	<i>Un sommier</i>	[sʊ:mi-jjæ:t]

(246)	[ba:jjʊ]	<i>Un bahut</i>	[ba:jjʊ-wwæ:t]
(247)	[bi:rʊ]	<i>Un bureau</i>	[bi:rʊ-wwæ:t]
(248)	[tri:kʊ]	<i>Un tricot</i>	[tri:kʊ-wwæ:t]
(249)	[kʊlrʊli]	<i>Un col roulé</i>	[kʊlrʊli-jjæ:t]
(250)	[sirvejʊ]	<i>Un surveillant</i>	[sirvejʊ-wwæ:t]

La catégorie fluctuante englobe trois types de pluriel :

1. Un pluriel formé à l'aide d'une fausse coupe ;

(251)	[labdiminʊ]	<i>Un abdomen</i>	[lizabdiminʊ]
(252)	[zalamit]	<i>Une allumette</i>	[zalamit]

2. Un pluriel suffixé par -jj + -a ;

(253)	[mɛlwizi]	<i>Un menuisier</i>	[mɛlwizi-jja]
(254)	[bæ <sup>n</sup> tɛ:r]/ [bnætri]	<i>Un peintre</i>	[bnætri-jja]
(255)	[kʊ <sup>n</sup> tɑ:b]	<i>Un comptable</i>	[kʊ <sup>n</sup> tɑ:b-lija]
(256)	[mænævri]	<i>Un manoeuvrier</i>	[mænævri-jja]

3. Un pluriel rebelle

(257)	[ʃo <sup>m</sup> pwa]	<i>Un champoing</i>	[ʃo <sup>m</sup> pwa-næ:t]
(258)	[mikanisja] [mækasjæ:n]	<i>Un mécanicien</i>	[mækasja-næ:t]
(259)	[trisja]	<i>Un électricien</i>	[trisja-næ:t]
(260)	[plo <sup>m</sup> bi]	<i>Un plombier</i>	[plo <sup>m</sup> bi-jjæ:t]
(261)	[taksijɛr]	<i>Un chauffeur de taxi</i>	a- [taksijɛr-æ:t] b- [twaksija] c- [taksijæ:ra]
(262)	[maʃso]	<i>Un maçon</i>	a-[maʃso-wwæ:t]/ b-[maʃso-wwi:n]
(263)	[fæрма:ɕ]	<i>Un fromage</i>	a-[fæрмаɕ-æ:t] b-[fræmæ:ɕ]

Il existe une seule forme du duel sur une séquence portant sur le temps, à savoir le monème « semaine » :

(264)[simæ:n-ti:n] (Signifie « deux semaines en arabe algérien de Mostaganem »)

Notons que les emprunts à l'anglais et à l'espagnol (surtout dans le domaine maritime) subissent les mêmes transformations que le français. D'ailleurs, les utilisations de certains termes proviennent indirectement de l'anglais par le français.

Week-end = [wikānd]. (Emprunt anglais).

Cuisine = [kuzīna] (Emprunt espagnol).

Chalutier = [pærīxa] ; c'est le jargon des pêcheurs de la ville de Mostaganem (Emprunt espagnol).

Corde = [kolīdīra] (Emprunt espagnol).

#### ***2.3.4 Adaptation/Intégration morphologique des adverbes***

En arabe algérien, l'emploi de certains adverbes français est une pratique courante. D'ailleurs, des monolingues les insèrent fréquemment, dans leur langue native, avec une légère modification de l'accent original.

Ces trois adverbes (**directement** – **normalement** – **sûrement**) sont généralement les plus usités par la quasi-totalité des catégories de locuteurs. Quant à leur prononciation, elle diffère d'un locuteur à l'autre en fonction du degré de compétence / performance dans la deuxième langue (le français). Certains monolingues disent par exemple :

[-dʒæɛl-t **dirækt** l æd-dār]

<suis- rentré-je-direct-à-la-maison>

(Je suis rentré **directement** à la maison).

Nous observons ici un phénomène assez répandu de changement de catégorie grammaticale d'une langue à l'autre : l'adjectif français « **direct** » remplit en arabe algérien la fonction de l'adverbe « **directement** ». La

troncation de la finale (le "ement" de l'adverbe « directement ») est un signe d'intégration.

[-**normammo** y-līq təšr-ī-lə-h kado]

(**Normalement**, tu dois lui acheter un cadeau).

La lettre "l" saute du fait de la fréquence d'emploi de cet adverbe (c'est l'assimilation du / l / au contact du / m /).

### **2.3.5 Adaptation/Intégration sémantique des emprunts**

L'incorporation sémantique des emprunts s'effectue systématiquement, lorsque l'usage du terme étranger s'impose par la pratique linguistique quotidienne des locuteurs. L'intégration est donc la résultante de l'absence de l'équivalent en arabe algérien, ou bien d'une sélection structurée du terme emprunté, offrant un sens original à la réalité décrite. L'adaptation de l'emprunt dans les énoncés des locuteurs illustre sa congruence sémantique.

Certains emprunts ont néanmoins un équivalent dans la langue cible (arabe algérien) mais leur usage n'assure pas la même fonction sémantique qu'en français.

Exemple

Le mot « **cachet** » (sceau) intégré en « **kašī** », possède comme synonyme arabe « **Tābæf** » ; mais paradoxalement ce dernier renvoie également à **timbre** (fiscal ou postal), **marque** (en pâtisserie par exemple) ou **griffe**. Ainsi dira-t-on que l'emprunt, dans certaines circonstances, couvre une acception *monosémique*, et dans d'autres cas, un emploi *polysémique*.

## **2.4 Bilan**

L'une des distinctions entre l'emprunt et l'alternance consiste en ce que l'emprunt s'est établi durablement dans la langue vernaculaire des locuteurs monolingues (phénomène relevant de la langue) alors que l'alternance, pratique de bilingues, comporte des emprunts qui peuvent en être à leur stade initial celui de « xénismes », c'est-à-dire des mots en voie d'intégration (phénomène relevant de la parole).

### ***3. Mélanges des langues***

#### ***3.1 Alternance codique et mélange codique***

Il est malaisé de fournir une définition consensuelle du phénomène de l'alternance codique. En réalité, le premier problème de détermination conceptuelle réside dans les nuances entre les notions appelées code-switching, code mixing, alternance codique...

Dans *Language in contact*, Weinreich (1953) définit les phénomènes linguistiques issus des situations de contact des langues dans la catégorie de "*interference phenomena*", c'est-à-dire le phénomène de l'interférence.

These instances of deviation from the norms of either language will occur in the speech of bilinguals as a result of their familiarity with more than one language, i.e. as a result of language contact<sup>90</sup>.

Haugen adhère au même postulat en signalant que l'introduction d'éléments d'une langue dans une autre atteste une altération de la seconde langue, et non un mélange des deux langues.

Un tel phénomène d'interférence qui a dominé la plupart des recherches jusqu'à la fin des années soixante pourrait être expliqué par les facteurs suivants :

- Le recours à la dichotomie théorique classique "langue / parole" et

---

<sup>90</sup>. U., WEINREICH, 1953-68: *op. cit.* p. 1 : « Ces exemples d'écart par rapport aux normes de chaque langue surviendront dans le discours des bilingues, comme le résultat de leur familiarité avec plus d'une langue, i.e. comme une conséquence du contact linguistique. » Traduction personnelle.

"compétence / performance" a suscité des recherches sur le mélange des langues, focalisant davantage leur intérêt sur le système langagier du bilingue que sur la pratique effective du parler bilingue (autrement dit le discours bilingue).

- L'alternance codique est considérée comme un comportement *idiosyncrasique* irrégulier qui altère l'unité du système grammatical.

Toutefois, Grosjean (1982) résout le problème en établissant une distinction entre l'alternance codique et l'interférence. L'alternance est définie comme l'usage quotidien de deux langues et l'interférence se présente comme l'influence involontaire d'une langue sur une autre au cours de l'apprentissage.

Pour notre part, le code switching peut être défini comme un discours incluant au moins deux langues simultanément ou en alternance. L'alternance peut éventuellement se caractériser comme une pratique exceptionnelle qui recourt à l'usage isolé d'un élément de la langue A dans la langue B. Toutefois, ce segment peut varier d'un mot à une phrase ou un ensemble de phrases que nous désignons par le terme « énoncé ».

En outre, il importe de différencier l'alternance «inter- phrastique» de l'alternance «intra phrastique». Dans le premier cas, on est en présence de deux segments, plus longs, en alternance.

Exemple d'alternance intra phrastique :

Alternance intra phrastique nominale en français qui apparaît à l'intérieur d'un syntagme en arabe algérien ou l'inverse.

- [qrī-tī **le livre** wulla mazāl ↗ ]

(As- lu- tu le livre ou pas encore ?)

-Tu as lu le livre ou pas encore ?

- [mā zāl ma n-əlqa **un malade** kīma huwa]  
(pas encore ne - rencontre un malade comme lui)

-Je n'ai pas encore trouvé un malade comme lui.

Dans l'alternance inter- phrastique, le passage s'opère d'une proposition à une autre, c'est-à-dire entre deux noyaux alternés au sein du même énoncé. Elle peut aussi consister en l'association ou la juxtaposition de deux énoncés, l'un en arabe algérien et l'autre en français ou inversement.

Exemple d'alternance inter- phrastique :

Etudiante en 3<sup>e</sup> année de licence de français :

- [... gāl-ət-lī bəllī dər wək **on s'est séparé...** hiya **elle a voulu qu'ils se séparent... c'est pas lui** gāl-ət-lī... y-dabər rās-ū... huwa fī djīha... **elle l'aime plus... mais c'est pas une raison** bāš t-gūl X, Y mā tə-xordj-ū-š mēā-h... **j'pense pas... et puis soi-disant...** hādī-k... heu... heu... bbbb Soraya... Sara... **soi-disant... c'est une amie à lui...** zaema **il est devenu un très bon ami à eux** ayā gāl-ət-lī... gāl-ət-lī... **regarde on était ami** mən bakrī ayā dər wək fāt-ū-nī anā **leur amie d'enfance... d'enfance..**m-əl-līsī **pour mon ex** ɛarf-ū-h **à travers Amina...**]

**Traduction :**

(Elle m'a dit que maintenant) on s'est séparé (elle) elle a voulu qu'ils se séparent. C'est pas lui (elle m'a dit qu'il se débrouille lui dans son coin) ; elle l'aime plus... mais ce n'est pas une raison (pour dire) X, Y (ne sortez pas avec lui), je ne pense pas et puis soi-disant (celle-là) Soraya... Sara... soi-disant... C'est une (prétendue) amie à lui, il est devenu un très bon ami à elles (et puis elle m'a dit... elle m'a dit) regarde, on était ami (depuis longtemps et puis maintenant on m'a délaissée, moi) leur amie d'enfance depuis (le lycée) pour mon ex. (elles l'ont connu) à travers Amina.

L'AC traduit donc un comportement linguistique défini par l'usage alternatif ou la juxtaposition de deux ou plusieurs langues ou variétés linguistiques dans un discours ou une conversation. C'est le passage d'une langue à l'autre à l'intérieur du même discours. «*Dans le code-switching, il y a passage momentané d'une langue à l'autre pour la durée d'un mot, d'un syntagme, d'une ou de plusieurs propositions*». <sup>91</sup>

Certains locuteurs algériens, notamment les jeunes étudiants, considèrent, à tort ou à raison, que les personnes qui font appel au mélange de deux langues ou plus, ne maîtrisent ni l'une ni l'autre de façon correcte, et que l'utilisation des mots et des phrases d'une autre langue signifie que notre langue est pauvre et ne peut assumer ses fonctions linguistico-culturelles. Et par voie de conséquence, l'alternance codique demeure pour eux une sorte de déficience linguistique, un mélange de langues sans règles, sans structure, une sorte de « sous système ». Presque toutes les recherches relevant du bilinguisme d'un point de vue sociolinguistique ou didactique traitent du phénomène d'alternance codique. Généralement, on distingue deux approches portant sur l'étude de l'alternance codique :

- Les approches formelles qui étudient principalement des mécanismes purement linguistiques régissant l'emploi de ce code dans toutes situations d'interaction verbale.
- La deuxième adjoint à l'étude des paramètres linguistiques des manifestations socio psychologiques et sociolinguistiques de l'alternance codique.

---

<sup>91</sup>. F., GROSJEAN, 1982: *op. cit.* p. 119.

Ces deux tendances sont synthétisées et clairement présentées par Gumperz qui ajoute à l'aspect strictement linguistique, la dimension psychique et sociale du phénomène de l'alternance.

Les études sociolinguistiques sur le bilinguisme sont principalement centrées sur les aspects linguistiques du problème. Après avoir constaté que les locuteurs utilisent alternativement des systèmes qui, du point de vue linguistique, sont grammaticalement distincts, les chercheurs étudient où et comment s'effectuent les commutations. On fait l'hypothèse que la présence ou l'absence de commutations traduit fidèlement des informations significatives, par exemple, l'appartenance à un groupe, ses valeurs, le prestige relatif des interlocuteurs, les rapports de force, etc.<sup>92</sup>

### **3.2 Bilinguisme et alternance codique**

Quand un locuteur parle deux langues, nous pouvons noter une forte hétérogénéité dans le discours compte tenu du rapport entretenu avec chacune des deux langues. Même si le concept de « *parfait bilingue* » comme critère définitoire d'un sujet bilingue idéal semble irréalisable, certains linguistes le jugent opératoire. Selon eux, le *parfait bilingue* entretiendrait un égal rapport de proximité avec les deux langues et serait en mesure de produire, dans n'importe quel contexte, des énoncés quantitativement et qualitativement comparables dans les deux codes.

Il peut s'adapter linguistiquement à toutes les situations et tenir aisément des conversations, dans les deux langues, sur des thèmes divers :

Le bilingue parfait [...] possède une compétence semblable dans les deux langues distinctes [...] il peut en conséquence les utiliser en toutes circonstances, avec la même facilité et une efficacité comparable. Le bilingue parfait serait le bilingue parfaitement équilibré.<sup>93</sup>

Cependant, les locuteurs pratiquant quotidiennement deux langues parviennent à développer des compétences communicatives dans le parler bilingue ; autrement dit « le bilingue non-parfait » qui maîtrise deux langues à des degrés inégaux peut, avec le temps et la pratique, équilibrer

---

<sup>92</sup> . J.J. GUMPERZ, 1989: *op. cit.* pp. 81- 82.

<sup>93</sup> M. SIGUAN & W. F., MACKEY, 1986: *op. cit.* p. 15.

son *habileté bilingue*.

Grosjean, dans une perspective psycholinguistique, décrit les mécanismes sous-jacents qui sont à la base de l'activité langagière du sujet bilingue.

Lorsque le locuteur mélange les deux langues en situation de communication bilingue, il active ses deux systèmes linguistiques (« grammaire » dans un sens élargi du terme) ainsi que leurs sous-composantes : phonologie, morphologie, syntaxe, sémantique etc.<sup>94</sup>

Plusieurs travaux de recherche ont tenté d'élucider ce phénomène en multipliant les angles d'analyse et d'approche : sociologique, psychologique... Ainsi, certains chercheurs postulent l'existence d'un « contrôleur »<sup>95</sup> qui déclenche, au moment opportun, l'un ou l'autre système grammatical.

D'autres ont suggéré la présence d'un « assembleur »<sup>96</sup> qui repère et assemble les éléments des deux langues. Enfin, une troisième théorie, à laquelle nous adhérons, a proposé une grammaire spécifique utilisée pour produire le parler bilingue<sup>97</sup>. C'est une grammaire approximativement établie de l'alternance codique. Dans le cadre de l'alternance codique, des recherches sur l'organisation morphosyntaxique des énoncés ont relevé certaines régularités dans les constructions grammaticales.

Les travaux portant sur ce sujet traitent des points selon différentes disciplines. Les psycholinguistes, par exemple, se sont intéressés précisément aux modes d'accès aux différentes langues des bilingues : la langue *maternelle* et la langue *seconde*. Ces concepts de langue maternelle et de langue seconde ont connu quelques modifications quant à leur

---

<sup>94</sup> F., GROSJEAN, 1982: *op. cit.* p. 120.

<sup>95</sup> J., MACNAMARA, 1967: « The bilingual's Linguistic performance – a psychological overview », *Journal of social issues*, vol. 23 (2): pp. 58-77.

<sup>96</sup> S. N., SIDHAR & K. K., SRIDHAR, 1980: « The syntax and psycholinguistics of bilingual code mixing », *Canadian journal of psychology*, 34: pp. 407-416.

<sup>97</sup> S., POPLACK, 1980: « Sometimes I'll start a sentence in spanish y termino en espanol: towards a typology of code-switching », *Linguistics* 18: 581-618.

détermination. Pour l'étude de l'alternance codique, il convient de remplacer les qualificatifs « maternelle et seconde » par les concepts de langue *matrice* ou *de base* et de langue *enchâssée*, introduits par Myers-Scotton<sup>98</sup>.

### **3.3 Concepts de langue matrice et de langue enchâssée**

La thématique d'alternance codique implique la référence aux notions de langue *maternelle*, langue *d'origine*, *première* langue ou langue *substratique*. Afin de désigner le code d'emprunt, on parle de langue *seconde*, *deuxième* langue, langue de *l'autre*... Pour notre part, la question dépasse ce cadre définitionnel puisque nous n'approchons pas le phénomène de l'alternance codique selon cette perspective. Il ne s'agit même pas d'une question d'ordre didactique (sur la première langue acquise par exemple) et nous n'examinerons pas les langues en alternance selon un point de vue sociopolitique<sup>99</sup>.

Notre premier objectif consiste à définir la langue *principale* ou *dominante* dans le discours bilingue ainsi que les éléments déclencheurs de l'alternance. La prédominance d'un code peut s'évaluer à la fréquence d'occurrences dans cette langue, et / ou à la présence de certains de ses aspects phonétiques, morphologiques ou autres dans l'énoncé bilingue. Il y a lieu de signaler que la langue dominante peut changer d'un énoncé à un autre selon le contexte énonciatif et la langue du locuteur natif. Par exemple, dans les cas suivants:

1-je sais pas moi **djān-ī** comme un blocage et j'ai pas pu répondre.

---

<sup>98</sup> C. MYERS-SCOTTON, 1993 [1997]: *Duelling Languages: Grammatical Structure in Codeswitching* (1997 edition with a new Afterword). Oxford : Clarendon Press. And C. Myers-Scotton. and J.L. Jake, 1995 : Matching lemmas in a bilingual language competence and production model:evidence from Intrasentential Codeswitching . *Linguistics* 33 :981-1024.

<sup>99</sup> Pourquoi un tel choix ? il s'agit de décrire en priorité la mécanique des segments en alternance.

**djān-ī** = Il m'est arrivé.

Dans cet énoncé, la langue dominante est le français bien que le locuteur soit *algérianophone*. En revanche, dans l'exemple suivant, la langue principale est l'arabe algérien parce que la distribution des mots obéit à une seule grammaire, celle de l'arabe algérien :

2- **l-karikatur y-mətəl...** la jeunesse **tāε əl-djazāyər** sans espoir **w-əl-kutra** l'étudiant algérien.

(La caricature représente... la jeunesse de l'Algérie sans espoir et surtout... l'étudiant algérien.)

Cependant, on peut rencontrer des tournures où il est plus difficile de décider laquelle des deux langues domine dans les énoncés bilingues ; il s'agit d'énoncés présentant un nombre approximativement comparable de mots ou bien d'éléments syntaxiques, morphologiques des deux langues respectives.

Exemple

3- *Alors comment voulez-vous que* **hād əj-jeune mā y-krah-ši ?**

*Alors comment voulez-vous que* **ce jeune n'éprouve pas un sentiment de dégoût ?**

Ainsi, afin de simplifier l'identification de la langue dominante, nous avons choisi d'utiliser les concepts de *langue matrice* LM et de *langue enchâssée* LE, introduits par Myers- Scotton. Selon cet auteur (1996) :

The matrix language is the language projecting the morpho syntactic frame for the entire CP (complement phrase) which shows intrasentential CS. Two other parts of the definition have to do with morpheme frequency. Generally, the ML is the language contributing more morphemes in a sample of discourse-relevant intrasentential CS.

It's also generally the language of more morphemes in the discourse as a whole, including monolingual stretches. That speakers perceive the ML as the « language we are speaking » is related to the greater

quantitative role of the ML as well as to its role in setting the grammatical frame of the CPs of intrasentential CS.<sup>100</sup>

Le concept de *langue matrice* est opposé à celui de *langue enchâssée* conçue comme la langue additionnelle. Dans la plupart des cas, la langue enchâssée apparaît dans l'énoncé au niveau intra phrastique, sous forme de groupes nominaux sans accompagnement de morphèmes grammaticaux.

Par ailleurs, si l'enchâssement équivaut à un discours rapporté, celui-ci est reproduit intégralement en français. On n'observe pas, dans ce cas, de modifications notables, hormis des particularités liées aux insuffisances verbales du sujet. Cette spécificité résulte de l'impact scientifique de la langue d'emprunt.

Par exemple, les chiffres et les dates sont presque toujours en français.

Exemples :

1-šrī-t portab b-**kāt cent mīl**.

(J'ai acheté un portable à quatre cents mille.)

2- **l-vingt 'ūt** wəlla **l-vingt huit** n-dīr-ū l-εurs.

(Le vingt août ou bien le vingt huit, nous célébrerons la fête du mariage.)

---

<sup>100</sup>. C. MYERS-SCOTTON & J. L., JAKE & M., OKASHA, 1996: « Arabic and constraints on Code-switching, Current issues in linguistic » in *Perspectives on arabic linguistics*, pp.16-17.

« La langue matrice projette son cadre morphosyntaxique en ce qui concerne le syntagme complémentaire (SC) dans son intégralité ce qui montre une alternance codique intra phrastique. Deux autres parties de la définition traitent de la fréquence morphémique. En général, la langue matrice apporte une plus grande contribution de morphèmes en un échantillon d'alternance intra phrastique pertinente pour le discours. C'est aussi, en général, la langue qui détermine plus de morphèmes dans le discours en tant qu'un ensemble incluant des fragments monolingues. Le fait que les locuteurs perçoivent la L.M. comme 'la langue que nous parlons', est lié à un plus grand rôle quantitatif de la L.M. aussi bien qu'à son rôle dans l'établissement du cadre grammatical du syntagme complémentaire de l'alternance intra phrastique ». Traduction personnelle.

Pour une description opératoire de la langue matrice, Myers-Scotton (1996) a dégagé quelques paramètres :

- Le verbe principal sera affecté des marques morphologiques de la langue matrice (il pourra éventuellement être tiré de la langue enchâssée, mais sera conjugué conformément aux paradigmes de la langue matrice).
- Les pronoms sont pour la plupart en langue matrice (pronoms personnels, adjectifs démonstratifs, ...).

À ces critères, nous ajouterons les éléments supra-segmentaux, qui semblent très pertinents dans certains cas pour déterminer la langue matrice. Par exemple, l'intonation de la phrase sera souvent celle de la langue matrice, mais ceci dépend à des degrés divers du niveau de compétence des locuteurs dans la langue seconde. En effet, il advient que des énoncés entièrement en français soient caractérisés par une modulation, un rythme et même une accentuation propres à la langue d'accueil.

### **3.4 Différents types d'Alternance codique**

Nous avons emprunté la distinction entre l'alternance codique définie par Pénélope GARDNER-CHLOROS<sup>101</sup>;

- L'AC *situationnelle* : les variétés distinctes sont associées à des activités ou à des situations distinctes. Exemple : les étudiants de licence de français, à l'intérieur de l'université et en dehors de l'université, ne pratiquent pas l'alternance de façon identique. Ici, l'espace et le contexte influent comme paramètres déterminants.

---

<sup>101</sup>. P., GARDNER-CHLOROS, 1983 : « Codeswitching : Approches principales et perspectives », *La linguistique*, 19 (2) : pp. 21-53.

- L'AC *conversationnelle* : les glissements s'effectuent à l'intérieur d'un même discours, d'une manière involontaire voire inconsciente, discours adressé à un même locuteur. Dans l'exemple suivant, deux étudiantes pratiquent l'AC, (énoncés 1, 2, 3), puis passent à un code quasi monolingue (énoncés 4, 5, 6) et enfin continuent la conversation en code switching (énoncés 7, 8, 9).

(1) H. : [mā rānī-š ēārfa **comment ça va se passer pour elle...** əllā bəSSaH **elle a des capacités...** wāh εand-hā f-ər-rās...

(2) N. : rānī baġiyə-t-ha tədd-ī **major de promo...**

(3) H. : nšā llah...**bien sûr...** əllā bəSSaH hiya **elle est callée quand même...**

(4) M. : **elle le mérite** ... wāh... (inaudible) likī... likī škūn hādī ? (rire) xəlea-t-nī εla bālkī (rire) hādī-k Naziha wəlla Zahira... tə-Həsbī hiya llī dārə-t əl-Hīdjāb...

(5) H. : ... škūn ?

(6) M. : tə-Həsbī hiya llī dārə-t əl-Hīdjāb...

(7) H. : əllā... hu hu huu... **jamais...**

(8) M. : w-əllah t-šəbah-əl-hā **visagement** (rire)

(9) H. : wāh... **visagement...** gul-t-lə-k Amina **c'est pas son genre... je suis désolée]**

**Traduction :**

H. : (Je ne sais pas) comment ça va se passer pour elle (non mais) elle a des capacités (oui elle a dans la tête).

N. : (J'aimerais bien qu'elle devienne) major de promotion...

H. : (Si Dieu le veut) bien sûr ; (non mais elle) elle est calée quand même.

M. : Elle le mérite (oui)... (Regarde, regarde c'est qui ?... elle m'a surpris tu sais)... (C'est Naziha ou Zahia tu as l'impression que c'est elle qui porte le voile).

H. :(Qui) ?

M. : (Tu as l'impression que c'est elle qui porte le voile).

H. : (Non) ... jamais.

M. :(Je te le jure qu'elle lui ressemble) *visagement*.

H. : (Oui) *visagement* (je t'ai dit que Amina) c'est pas son genre, je suis désolé.

L'AC situationnelle préserve le caractère distinct des codes. Les variations linguistiques apparaissent suite aux changements de situations des interlocuteurs. Le comportement langagier d'un bilingue change conformément aux changements découlant de l'interaction.

La maîtrise des codes linguistiques intervenant dans l'alternance est indispensable. La bonne maîtrise des codes linguistiques est conditionnée par la diversité des usages. Lors du contact de deux langues, des emprunts lexicaux et des constructions calquées interviennent.

Par contre, l'interpénétration de structures grammaticales, plus ou moins recherchées, nécessite un emploi fréquent des deux langues. L'AC repose sur l'association du français et de la langue « maternelle », l'arabe algérien. À titre de simple rappel, la scolarisation s'est faite en arabe scolaire jusqu'à l'université où les cursus durant les quatre années sont majoritairement enseignés en français, notamment dans les disciplines scientifiques. Le phénomène d'alternance codique va croissant, notamment au fil du cursus universitaire, marqué par un usage graduellement plus fluide jusqu'à la pratique intégrale du français. Quand à sa pratique au sein de la société, il prend de plus en plus de place et devient « la langue de la ville ». L'alternance obéit à des conditions précises et en fonction du thème abordé en particulier.

### ***3.5 Quelques modalités d'Alternance codique***

L'alternance codique se produit généralement entre pairs en raison des nécessités de communication et de compréhension. La notion de confiance intervient comme facteur crucial dans une conversation en alternance codique.

Ainsi, les principales conditions de l'AC sont :

- Le thème de la discussion et le contenu du message représentent des variables importantes qui influent sur le mode d'alternance. Un locuteur ne peut s'adapter au registre linguistique de son partenaire que s'il s'ajuste sur le même profil de codes linguistiques.
- Les sujets bilingues doivent entretenir une relation de confiance mutuelle. La relation entre les participants à l'interaction est très importante. Lors d'une première rencontre, l'arabe algérien ou le français sera utilisé. Toutefois, la fluidité de l'alternance implique une affinité culturelle et linguistique des locuteurs. Le fait de pratiquer l'AC présuppose que les sujets partagent un statut social apparenté et une prise de position comparable vis-à-vis des langues,. Ainsi, l'AC sera plus fréquente entre deux locuteurs d'origine sociale équivalente qu'entre un citadin et un paysan.

### ***3.6 Bilan***

En conclusion, il convient de noter que la pratique de l'alternance codique n'est pas seulement un simple amalgame de langues. C'est une langue en voie de constitution et de diffusion avec une structure et une logique propres. Ainsi, nous allons voir dans le chapitre suivant que les différentes expressions graphiques bilingues sont tributaires du contexte, des locuteurs

ou encore de la nature du commerce. Nous avons illustré les concepts de bilinguisme, d'emprunt et des mélanges linguistiques avec des exemples tirés de nos enregistrements auprès des étudiants universitaires. L'intérêt pour nous n'est pas de définir le phénomène des langues en contact sur la base de quelques passages oraux en vue de rendre compte des écrits de la ville (les enseignes de commerce notamment) , mais il s'agit plus particulièrement d'introduire ces concepts afin de les rendre beaucoup plus intelligibles et *opérationnels* dans une perspective analytique du bilinguisme graphique des enseignes. De même on cherchera à déterminer si le bilinguisme au plan de l'écrit s'apparente à celui de l'oral tel qu'il est défini et illustré dans le présent chapitre.

**CHAPITRE III**

**PROBLEMATIQUE ET INVESTIGATION  
DU CORPUS**

*L'homme marche pendant des jours entres les pierres(...); les arbres et les pierres ne sont que ce qu'ils sont. (...) Pour finir, le voyage conduit à la ville de Tamara. On y pénètre par des rues hérissées d'enseignes qui sortent des murs. L'homme ne voit pas des choses mais des figures de choses qui signifient d'autres choses.*

Italo CALVINO, 1974, *Les villes invisibles*, Paris, Seuil, p. 19.

## **1. Etude linguistique des enseignes de commerce**

L'étude linguistique des enseignes de commerce prend comme outil d'analyse, dans la présente esquisse, un certain nombre de conventions terminologiques relevant respectivement de l'onomastique, de la morphosyntaxe et de la lexicographie. Notre démarche méthodologique est une tentative de construire un outil de description linguistique opératoire et qui rend compte de façon claire du fonctionnement linguistico-graphique des pancartes. Justement, ces écrits mêlent divers codes voire divers systèmes linguistiques non apparentés génétiquement.

A vrai dire, il s'agit de proposer une modélisation analytique et opérationnelle d'une *linguistique des langues en contact*<sup>102</sup> (cf. notamment U. Weinreich, 1951, qui fut à notre sens le principal initiateur et précurseur dans ce domaine). Une linguistique susceptible d'expliquer le plurilinguisme dans sa dynamique synchronique et à travers son évolution (diachronie), en vue de prédire l'orientation et l'amplitude du changement

---

<sup>102</sup> Actuellement le besoin se fait sentir, nous semble-t-il, de favoriser l'émergence d'un modèle descriptif de la *variationalinguistique* (nous définirons plus loin en quoi consiste cette notion). Parler de la linguistique des langues en contact serait une nouvelle manière de concevoir la linguistique « des langues les plus parlées et connues au monde ». Une linguistique du plurilinguisme qui s'intéresse au phénomène d'*interpénétration* et de *fusion* des codes. En un mot, il s'agit de définir une linguistique des langues en circulation, au plan de l'écrit et de l'oral, dans un espace géographique donné.

linguistique, chose que la sociolinguistique cherche à explorer et à comprendre.

## ***2. Analyse du contenu et de la forme linguistique des enseignes de commerce en Algérie***

Habituellement, dans le milieu urbain algérien, nous lisons des pancartes dans lesquelles figurent des expressions et des noms qui renseignent à la fois sur des métiers divers, des activités commerciales données, des services sanitaires ou des agences particulières dont le rôle est d'offrir des prestations à sa clientèle.

Dans la perspective de comprendre le fonctionnement linguistique de l'espace urbain à travers ses écrits - le regard sera focalisé exclusivement sur des écrits autorisés par opposition aux écrits sauvages - notre démarche s'inscrit dans celle initiée principalement par les travaux des chercheurs canadiens et français sur le phénomène appelé *environnement graphique*<sup>103</sup> et/ou *écrits de la ville*.<sup>104</sup>

Nous pouvons vraisemblablement considérer ces études comme une référence incontournable dans la mesure où la réflexion autour d'une question pareille interpelle à la fois le géographe social, le sociologue de l'urbain, l'onomasticien et le sociolinguiste.

Ce thème demeure, cependant, un domaine qui suscite un questionnement : « approcher les villes par les mots qui les désignent et en désignent les

---

<sup>103</sup> Nous empruntons cette notion à Louis-Jean CALVET qui la mentionne et la développe dans son ouvrage intitulé *Pour une écologie des langues du monde*. Nous allons utiliser, tour à tour, dans notre analyse les deux concepts « environnement graphique » et « écrits de la ville », comme termes complémentaires, puisqu'ils renvoient au même phénomène.

<sup>104</sup> Cf. notamment les travaux réunis dans la *Revue de l'Université de Moncton*, 2005 et Vincent LUCCI, 1998.

différentes parties »<sup>105</sup>, chose qui nous a suffisamment motivé pour entreprendre cette recherche. Ce constat s'articule autour d'une problématique selon laquelle *la structuration de l'espace urbain de n'importe quelle ville, qui se manifeste à travers les diverses configurations graphiques produites par les acteurs sociaux éventuels, révélerait une volonté de se démarquer des autres villes, voire de se construire et de se dire dans une expression linguistique et identitaire pertinente et distinctive.* Par ailleurs, lorsqu'on évoque une réalité sociolinguistique dans sa complexité tel que le phénomène de l'environnement graphique dans les villes algériennes ou celles du Maghreb, il se trouve que notre démarche consiste à morceler cette difficulté de façon à élucider un aspect problématique, fruit du croisement de plusieurs variables aussi bien de nature sociale que linguistique. Expliquer et analyser cet aspect, requiert *a priori* une méthodologie qui retrace l'ensemble des contours de ce sujet, à savoir une démarche et une planification<sup>106</sup> rigoureuse.

De plus, appréhender une partie de l'environnement graphique d'une ville à travers ses inscriptions graphiques nécessite ainsi, de la part d'un linguiste de terrain, l'engrangement d'un corpus représentatif lié aux enseignes de commerce par exemple, riche d'informations qui, au-delà de l'écrit orthographique, rend compte de façon plastique d'une réalité toponymique fort complexe.

---

<sup>105</sup> J-Ch., DEPAULE et T., CHRISTIAN, 1996, « La ville à travers ses mots », *Enquête. Sociologie, histoire, anthropologie*, n° 4 (La ville des sciences sociales), p.01

<sup>106</sup> Notre souci primordial est l'élaboration d'un protocole d'enquête approprié à la réalité étudiée. Une démarche facilitant l'accès aux instances qui dépendront de chaque paramètre sociolinguistique.

L'observateur attentif à cette réalité que l'on qualifiera de « sémioplurilingue » se présente comme une problématique dans la mesure où le *consommateur* (ici le lecteur de l'affiche) ainsi que son *scripteur* (ici l'*enseignant*<sup>107</sup> et le commerçant qui délimite symboliquement son territoire à travers l'affichette), puisent dans une compétence tridimensionnelle, autrement dit une orthographe bi/plurilingue, un substrat socioculturel commun et une sémiologie particulière.

Si nous interrogeons notamment le regard du *lecteur-consommateur* d'une enseigne donnée, nous nous apercevrons systématiquement qu'il manifeste une certaine *carence* de déchiffrage ou d'interprétation vis-à-vis de ce support exposé, ceci étant dû en partie à l'*inadéquation* des deux langues renseignant, probablement, sur un *dysfonctionnement structurel* lors du transfert d'une langue à l'autre, d'une graphie à l'autre.

Généralement, le *repérage-interprétation* de l'enseigne de commerce serait saisi<sup>108</sup> par le lecteur consommateur *potentiel* selon quatre ordres de considération : le premier dans l'icône que véhicule l'enseigne (repérage plastique), le deuxième dans un « monographisme dupliqué<sup>109</sup> » (repérage sémantico-orthographique), le troisième dans un monolinguisme restreint<sup>110</sup> (repérage linguistique minimal) et enfin dans un plurilinguisme étendu (repérage linguistique maximal).

---

<sup>107</sup> Celui qui réalise l'enseigne avec ses écrits et ses dessins. C'est aussi l'installateur de l'enseigne.

<sup>108</sup> C'est à partir d'une pré-enquête auprès de quelques lecteurs et lectrices d'enseignes que nous avons pu formuler cette classification hypothétique. Nous abordons ce point en détail dans la section « Etude sociolinguistique des enseignes de commerce ».

<sup>109</sup> Nous entendons par *monographisme dupliqué*, la présence d'une seule graphie dans une enseigne et cette graphie se traduit habituellement à travers deux alphabets, soit un alphabet arabe servant à transcrire un nom doublement, soit un alphabet français reproduisant et transcrivant le même nom (voir fig.02 ci-dessous pour le cas de la graphie latine).

<sup>110</sup> Par opposition à monographisme dupliqué, le monolinguisme restreint relèverait probablement d'une lecture monolingue, réduite à une compétence de lecture-interprétation à sens unique, autrement dit une lecture de droite à gauche ou de gauche à droite. Un sujet informateur âgé de 56 ans, déclare : « je lis en français les enseignes... mais en arabe [Fosha] (littéraire) je (ne) comprends rien...même si le mot arabe est écrit en français... c'est plus fort que moi, je suis beaucoup plus francisant qu'arabisant... ».

A l'intérieur des enseignes, la violation des règles orthographiques est très fréquente dans les deux langues, respectivement arabe et français.

Le mécanisme de transposition linguistique ne fait pas exception, ce qui génère une situation discutable dans l'environnement scriptural algérien. La langue des enseignes ainsi que les éléments d'ornement plastique constituent l'objet par excellence dans notre recherche.

### **2.1. Un flâneur face à une enseigne ?**

Inaccoutumée et séduisante, l'enseigne interpelle non seulement la sensibilité des lecteurs, ce qui a été constaté auparavant dans les travaux des chercheurs<sup>111</sup>, mais elle l'invite aussi à s'initier à un réseau de signification « sémiographique »<sup>112</sup>. L'*écriture* de l'enseigne, entre autres, s'avère une reproduction et une restitution d'une réalité commerciale indiquant en partie l'activité en question et la *publicité-invitation* du public demandeur du produit commercialisé. En tant qu'élément fondamental dans la précision du commerce exposé sur l'enseigne, l'« image-dessin » contribue davantage à en spécifier la nature et à rapprocher, sur le plan représentationnel, le *lecteur-consommateur* de la marchandise. Cet état de faits nous conduit à nous poser un certain nombre de questions : pourquoi y a-t-il un affichage bilingue dans les villes de l'Algérie ? Comment se présente le système graphique dans un affichage bilingue et / ou trilingue ? Dans quelle mesure l'enseigne contribue-t-elle à orienter le regard du lecteur ? Autrement dit,

---

<sup>111</sup> LUCCI, V. et SAUTOT, J.-P., 2001, « Lire dans l'espace urbain : les paradoxes des enseignes commerciales », in Branca-Rosoff, S. (dir.), *Espaces urbains, analyses lexicales et discursives. Langage et société* 91, p. 29-45.

<sup>112</sup> Ce néologisme est forgé à partir des deux termes 'sémiologie' et 'graphie' (Sautot et Lucci, 2001). C'est parce que la graphie de l'enseigne, outre la taille de police, présente une alternance dans les couleurs, une disposition géométrique particulière et une sédimentation de signes : symbole, icône et linguistique ; F., SAUSSURE, (de), 1916/1972, *Cours de linguistique générale*, Paris, Payot [Edition critique préparée par Tullio de Mauro]. C. S., PEIRCE, C. S., 1958, *Collected Papers*, vol. 7-8, Cambridge, Harvard University Press.

quels sont les éléments qui attirent le plus la réceptivité des lecteurs (la couleur, le motif, la graphie, la luminosité de l'enseigne, la taille de l'affiche, le support...) ? Quelle est la propriété matérielle du support sur lequel le scripteur réalise la pancarte (écriture et dessin sur le mur, sur la devanture, des plaques en bois, en métal ou autre matière) ? La localisation des écrits de la ville est-elle un facteur de variation linguistique (centre de la ville Vs périphérie – quartier résidentiel vs quartier populaire...) ? Les écrits urbains sont-ils sensibles à l'effet de mode ?

Quelle(s) fonction(s)<sup>113</sup> peut (peuvent) accomplir ces traces *sémiographiques* dans l'environnement graphique algérien (par exemple la fonction *chromatique* de l'enseigne : le rapprochement couleur-produit...) ?

Non seulement la collecte d'un certain nombre d'enseignes au profit d'une stratégie de normalisation de toute l'entreprise nominative de l'espace urbain algérien semble utile, mais la totalité des enseignes étudiées, jusqu'à maintenant, restent exclusivement cantonnées dans une vision conflictuelle<sup>114</sup> ou de classification... Aujourd'hui le besoin se fait sentir d'approcher les écrits de la ville (socio) linguistiquement, et la demande sociale, en vue de réorganiser la dénomination de l'espace urbain, s'avère plus que jamais d'une extrême importance. Notre entreprise envisage d'aller au-delà de cette vision *rudimentaire*, celle de Rabah Kahlouch (cf. supra), en articulant à juste titre la problématique de l'environnement graphique avec d'autres pistes de recherche, susceptible de nourrir le champ global de l'onomastique au Maghreb et d'apporter des éléments de réponse selon une approche sociolinguistique des écrits urbains en Algérie.

---

<sup>113</sup> Parfois nous rencontrons un affichage d'enseignes « orientatrices » faites justement pour rabattre la clientèle, par exemple « ici opticien, ici pharmacie... médecin cardiologue à 200 mètres... ».

<sup>114</sup> KAHLOUCHE, R., 1997, « Les enseignes à Tizi-Ouzou, un lieu d'un conflit linguistique », In N. Labrie(Ed), Etudes récentes en linguistique de contact, Bonn.

## **2.2. Protocole de recherche**

Il s'agit de définir et de repérer les différentes variables susceptibles d'être exploitées, dans le cadre d'une enquête sociolinguistique, à savoir : 1. Le lieu comme espace « physique » de l'inscription graphique de l'affiche ; 2. L'objet principal de l'enquête : « les enseignes de commerce en Algérie et surtout celles de la ville de Mostaganem », et 3. « les sujets informateurs », en l'occurrence les scripteurs ainsi que les lecteurs potentiels qui contribuent directement à construire et faire du sens dans ce type d'écrit.

### **2.2.1. Espace physique**

Le lieu<sup>115</sup> comme espace physique, constitue pour nous une variable pertinente dans la mesure où les enseignes, par exemple, présentent des caractéristiques fluctuantes liées à l'espace. Or, l'espace détermine et autorise un type d'affiche donné<sup>116</sup> et concourt notamment au *raccordement* du *maillage* de l'espace urbain. Ainsi le positionnement de ces traces écrites est-il un facteur de variation linguistique.

### **2.2.2. Le « visage de la ville »**

En plus de la disparité des signes intrinsèques aux expressions graphiques<sup>117</sup>, la langue mise en affichage comme variable linguistique s'avère l'élément problématique, puisqu'elle présente un certain nombre d'irrégularités relatives au code usité et à l'orthographe mise en visualisation. Dans le contexte de la ville de Mostaganem, notre constat

---

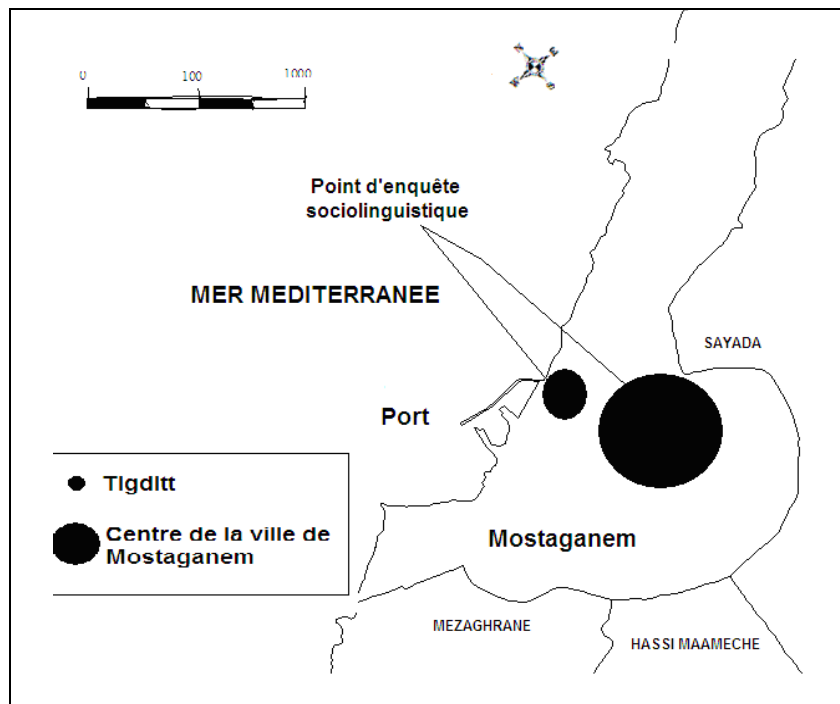
<sup>115</sup> « Le lieu serait de l'ordre de l'immuable, de l'être là, repères visuels, lieux commémoratifs, monuments, magasins » ROMAIN, L. et C. MOÏSE, 2005, « Enseignes commerciales, traces et transition urbaine. Quartier de Figuerolles, Montpellier », in Revue de l'Université de Moncton, vol. 36, n° 1, p. 97-127.

<sup>116</sup> MORSLY, D., 1989 : « Espace de paroles : pratiques et enjeux », In Espaces maghrébins : Pratiques et enjeux. Actes du colloque de Taghit 23-26 Novembre 1987. Ed. ENAG. URASC, 145-146.

<sup>117</sup> Nous faisons référence, bien évidemment, aux tags, graffitis, enseignes et panneau de publicité...

porte prioritairement sur les particularités lexico-sémantiques et sémiologiques véhiculées par les différentes enseignes répertoriées.

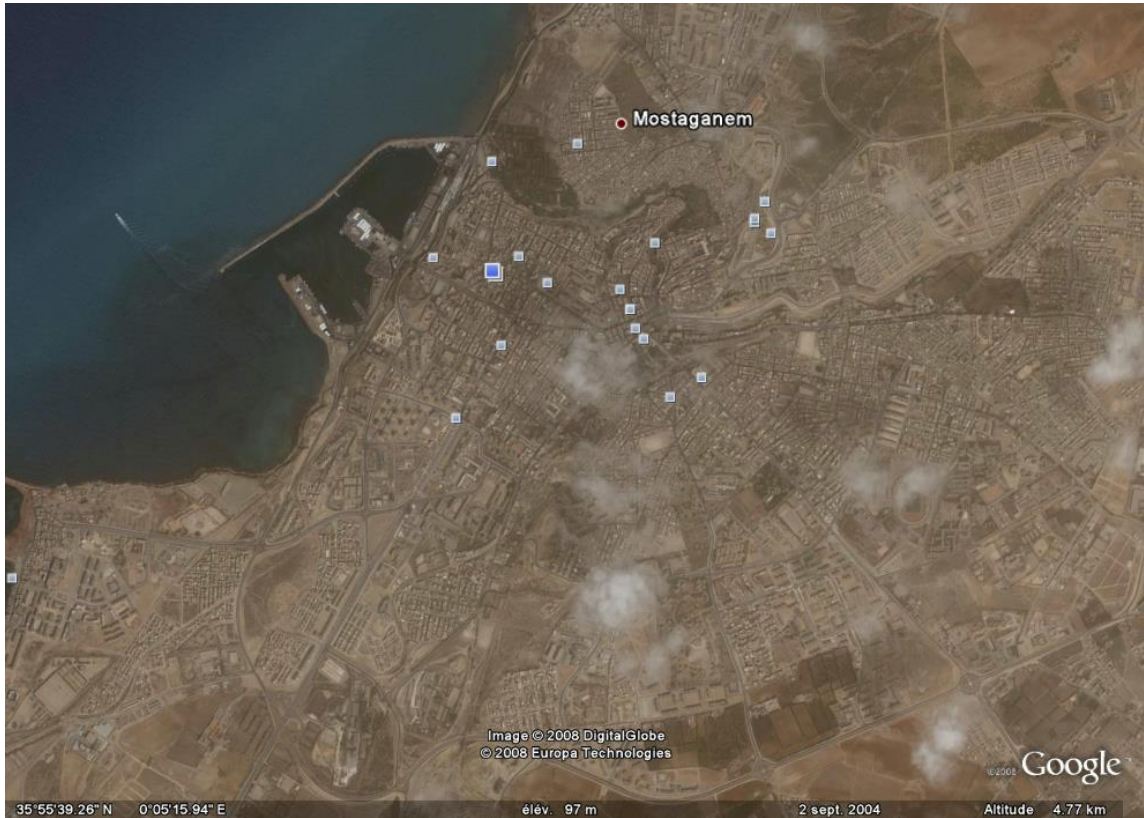
À cet effet, nous avons inventorié un corpus de 500 enseignes de commerce répartis sensiblement sur différents emplacements de la ville de Mostaganem<sup>118</sup>, en vue de cerner un aspect de l'écrit urbain un indicateur sociolinguistique pertinent que nous définirons plus loin.



Carte 2 Carte de la commune de Mostaganem (chef-lieu)<sup>119</sup>

<sup>118</sup> Il s'agit d'un lieu circonscrit dans la zone urbaine surtout (centre ville de Mostaganem et le quartier populaire de Tigditt).

<sup>119</sup> Dessin réalisé par nos soins à l'aide du logiciel MapInfo.



**Photo 6** Mostaganem vue aérienne (chef lieu) Google Earth octobre

### ***2.2.3. Sujets informateurs***

Le choix des informateurs obéit à des critères que nous énumérons comme suit :

- a. prendre en considération les différentes catégories socioprofessionnelles<sup>120</sup> dans cette ville ;
- b. sélectionner des sujets informateurs, dans le cadre de la présente enquête, sur la base de la méthode de l'échantillonnage fortuit, c'est-à-dire l'origine des participants importe peu ; toutefois le lieu de résidence des acteurs sociaux doit impérativement correspondre à l'aire géographique algérienne ;

---

<sup>120</sup> Les variables sociodémographiques peuvent être un facteur beaucoup plus pertinent par rapport à d'autres variables.

- c. collaborer à l'aide d'un guide d'entretien semi-dirigé, autrement dit chaque informateur doit faire des commentaires<sup>121</sup> sur quelques enseignes.

L'enjeu de cette étude sociolinguistique sur les écrits urbains en Algérie, qui fonde la totalité de notre projet de thèse, vise à définir deux aspects ;

1. les caractéristiques « sémio-léxicales » des affiches et;
2. la manière dont une langue comme le français demeure toujours présente dans l'environnement graphique algérien et imprègne la quasi-totalité des milieux urbains.

## **2.3. Présentation de l'enquête**

### **2.3.1. Objectifs/problématique**

Nous nous sommes fixé comme objectifs de collecter un certain nombre d'enseignes, en vue d'une investigation portant sur la forme et le contenu d'un affichage urbain (de manière à faire apparaître les particularités de la langue des enseignes commerciales). Il s'agit de repérer les enseignes les plus parlantes, autrement dit le nombre de plaques de commerce importe peu, mais là où on constate que l'affichage est problématique, du fait de la présence d'un bilinguisme graphique dans le même support, des erreurs orthographiques ou des inexactitudes dans la traduction d'une langue à une autre, il sera pertinemment retenu puisqu'il présente une *particularité*

---

<sup>121</sup> Nous entendons par « commentaire » le discours tenu par les informateurs sur les différentes formes des pancartes dont la langue constitue l'aspect le plus perceptible.

*linguistique significative socialement*<sup>122</sup> dans la précision du commerce exposé sur l'enseigne.

Il semble cependant que le relevé systématique des occurrences bilingues sur les enseignes, et leur classement en fonction des trois paramètres, à savoir les indices graphiques, les éléments d'ornement plastique et les formes géométriques, constitue pour nous un objet d'étude important, dans la mesure où nous arrivons à déceler les propriétés d'un discours publicitaire plurilingue dont la signification est construite dans les discours des *flâneurs* et dont la langue est *insérée à l'intérieur d'une syntaxe bilingue exhibant en filigrane une variation diatopique*. Notre problématique à ce stade tente de questionner la lecture-interprétation des passants face à un affichage bilingue des magasins de la ville de Mostaganem, à travers notamment *la mise en mots* (comme un procédé discursif en construction), et d'interroger, par la suite, leurs dires en focalisant notre attention sur les *dénominations*, les *catégorisations* et les *hiérarchisations* des écrits de la ville à l'aide des entretiens directifs.

### **2.3.2. Méthodologie**

Il est important de faire la distinction entre deux démarches qui renvoient, nous semble-t-il, à deux attitudes différentes dans les recherches en sciences humaines. D'ailleurs, il est des aspects de conception qui balisent dès le départ le terrain d'investigation au chercheur en favorisant une progression adaptée à son programme d'étude (dans ce cas là on adopte une posture propre à la *méthodologie*). Alors que dans la *méthode*, on cherche à proposer une stratégie à visée *heuristique*, autrement dit « aider à penser » en vue de morceler la difficulté et comprendre « la complexité des problèmes » étudiés.

---

<sup>122</sup> Cette constatation découle d'une enquête réalisée auprès de lecteurs d'enseignes que nous avons interrogés.

Edgar Morin, à cet effet, distingue clairement les deux visions, dans son ouvrage de référence intitulé « La Méthode » :

Les méthodologies sont des guides *a priori* qui programment les recherches, alors que la méthode qui se dégage de notre cheminement sera une aide à la stratégie (laquelle comprendra, certes, des segments programmés, c'est-à-dire « méthodologiques », mais comportera nécessairement de la découverte et de l'innovation). Le but de la méthode, ici, est d'aider à penser par soi-même pour répondre au défi de la complexité des problèmes.<sup>123</sup>

Dresser les différentes étapes d'une méthodologie ne se fait pas de façon aléatoire, puisque notre démarche programmatique doit prendre en considération, en amont, l'adéquation objectifs / enquête et collationner, en aval, les paradoxes et les problèmes liés à l'enquête en passant bien sûr par le travail sur le terrain. Avant de passer aux différents aspects de la méthodologie, nous présenterons les schémas élaborés par Philippe Blanchet lors d'un séminaire de méthodologie, dans le cadre de l'EDAF à l'Université de Rennes II en 2007, pour les protocoles d'enquêtes en sociolinguistique. Le chercheur doit adopter deux postures en méthodologie : l'une face au terrain et l'autre face aux données.

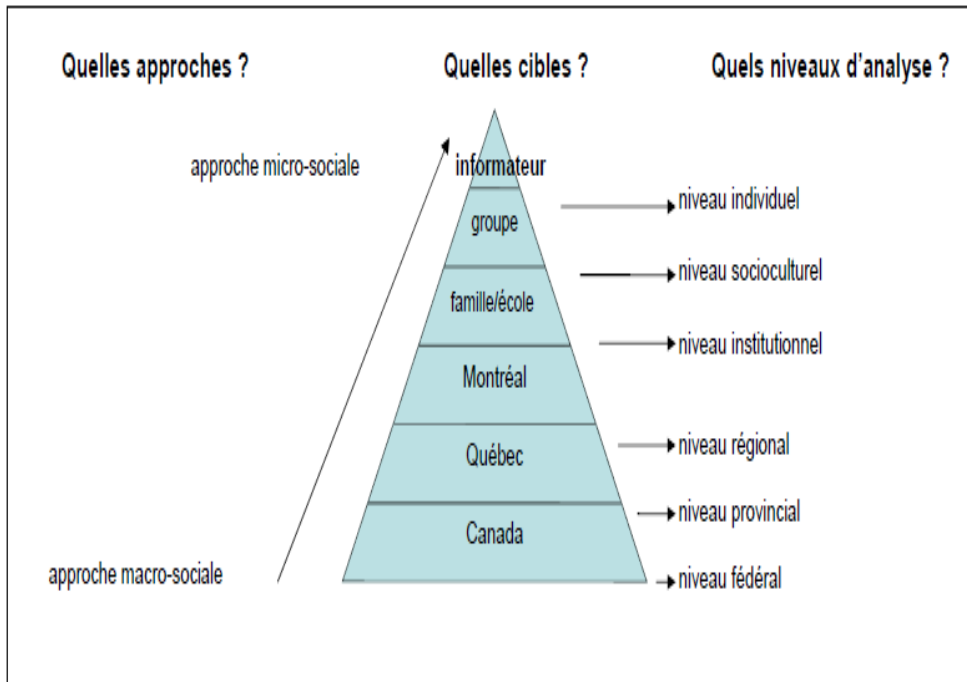
---

<sup>123</sup> . E., MORIN, 1986, *La Méthode (tome 3), La Connaissance de la Connaissance*, Seuil, éd° de poche, coll. Points : 1990, 244 pages vol. 3, p. 27. Cité par Roseline LE SQUERE dans sa thèse de doctorat soutenue en 2007, intitulée : *Une analyse sociolinguistique des marquages du territoire en Bretagne : toponymie, affichage bilingue, identités culturelles et développement régional*.

## Face au terrain

Le profil de la cible prédéfinie implique :

- un mouvement de focalisation dans l'approche adoptée
- plusieurs contextes s'imbriquent
- plusieurs niveaux d'analyse interdépendants



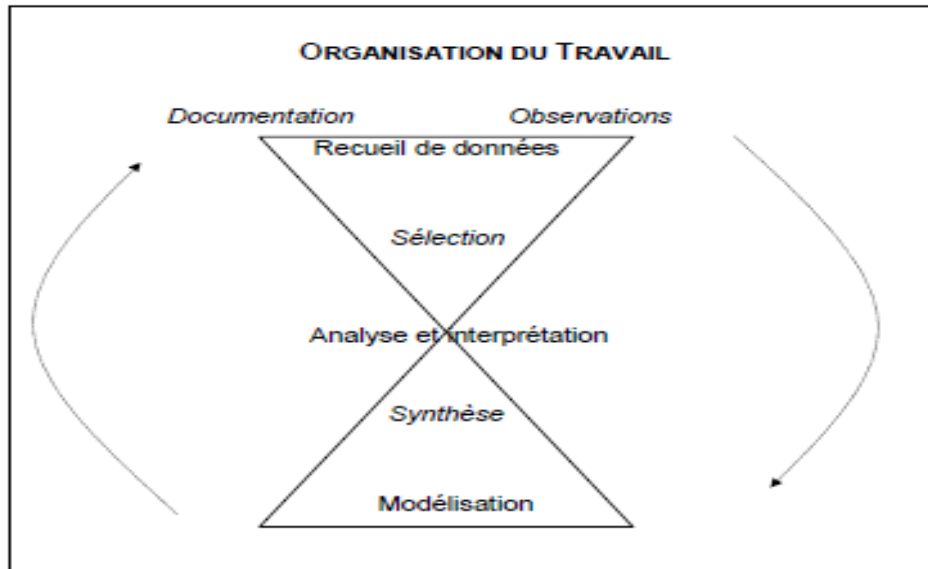
Choix définitif établi en fonction des données, des réponses aux propositions de collaboration et des réponses aux questionnaires :

- Approche macro et micro (présentation allant du plus général au plus précis : société – individu) ;
- Cible - multiple : questionnaires individuels, mise en corrélation avec différents types de groupes (âge, classe, sexe, origine, résidence, préférences...);
- Niveaux – multiple : perspectives comparatives et explicatives mettent en lumière les différents niveaux d'analyse.

### Modélisation 2 Le chercheur face au terrain

## Face aux données

Méthode « empirico-inductive » : méthode de type ethnographique



**Modélisation :** rendre lisible et compréhensible la complexité, les complexités observées sur le terrain.

- Programmation avec une succession d'étapes :
  - 1<sup>ère</sup> étape : collecte de données, documentation
  - 2<sup>ème</sup> étape : analyse et organisation des données, enquêtes de terrain
  - 3<sup>ème</sup> étape : modélisation, rédaction, correction, finalisation
  - 4<sup>ème</sup> étape : évaluation, modifications, exploitation, diffusion
- Système de rotation interne à chaque étape de travail : optique dynamique

### Modélisation 3 Le chercheur face aux données

#### 2.3.3. Adéquation objectifs/enquêtes

Il n'est pas facile de définir, au préalable, la congruence entre les objectifs attendus et les enquêtes en cours. Sur la base de l'intuition, de telles entreprises risquent de biaiser les résultats et provoquent un handicap au cours de l'investigation (c'est-à-dire que l'on sera amené à réguler de façon continue notre démarche méthodologique pour échapper à ces distorsions systématiques). Mais ce travail de régulation demeure un inconvénient pour le chercheur puisqu'il est un consommateur potentiel de temps. A cet effet, le protocole d'enquête prévoit, à notre sens, cette corrélation puisqu'il

retrace, dès le départ, les contours de la recherche<sup>124</sup>. Les sujets informateurs interrogés alimentent graduellement notre réflexion en collaborant, autrement dit plus la collaboration des enquêtés est massive, plus l'adéquation objectifs/enquêtes est clarifiée.

### **2.3.4. Individus enquêtés**

Les sujets informateurs constituent les voix de la ville<sup>125</sup> et la ville mise en mot est délimitée par des frontières symboliques<sup>126</sup>. Cependant, là où on cherche à dresser une liste pour le choix des sujets informateurs, on se heurte à ce que l'on appelle la taille de l'échantillon et le nombre de sujets. L'idéal serait un choix classificatoire basé sur des critères retenus à bon escient par l'enquêteur en vue de prendre en considération les résultats et donc de les valider scientifiquement soit de façon quantitative ou qualitative.

---

<sup>124</sup> Philogène et Moscovici (2003, 42) précise à propos de l'importance du « protocole de recherche » que cette « expression [...] renvoie à la stratégie fondamentale de la recherche et à la logique sous-jacente, ce qui permettrait d'en tirer des conclusions. Le besoin d'un protocole de recherche approprié devient évident chaque fois qu'un chercheur souhaite généraliser à partir de ses conclusions ». Donc le souci d'extrapoler les résultats obtenus en aval, le travail de recherche n'aura pas de sens ou de crédibilité scientifique s'il n'a pas été mené à bien en amont, selon une démarche protocolaire bien ficelée. Cf. PHILOGÈNE, G., et MOSCOVICI, S. 2003, « Enquête et sondage », in *Les méthodes des sciences humaines*, Moscovici, Serge et Buschini, Fabrice (dirs), Paris, PUF, p. 42.

<sup>125</sup> CALVET, L.-J., 1994, *Les voix de la ville (Introduction à la sociolinguistique urbaine)*, éd PAYOT, Paris, 309 pages.

<sup>126</sup> BULOT, T., 2003, « Matrice discursive et confinement des langues : pour un modèle de l'urbanité », dans BLANCHET, Philippe, DE ROBILLARD, Didier, (dirs), *Langues, contacts, complexité, Perspectives théoriques en sociolinguistique*, Cahiers de Sociolinguistique n° 8, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, pp. 99-110. BULOT, T. (Dir.), 2004 (6), *Lieux de ville et territoires - Perspectives en sociolinguistique urbaine. Volume 2*, Paris, L'Harmattan, 197 pages. BULOT, Thierry, 2005, « Discours épilinguistique et discours topologique : une approche des rapports entre signalétique et confinement linguistique en sociolinguistique urbaine », dans : BOUDREAU, Annette, BULOT, Thierry, DUBOIS, Lise, LEDEGEN, Gudrun, (Dirs.), 2005, *Signalétiques et signalisations linguistiques et langagières des espaces de villes (configurations et enjeux sociolinguistiques)*, Actes de la 4ème journée internationale de sociolinguistique urbaine, Moncton, septembre 2005, Revue de l'Université de Moncton, vol. 36, n°1, Québec, pp. 219-254.

Définissons, d'abord, nos sujets enquêtés :

1. Ce sont des lecteurs d'enseignes, des passants dans la ville. L'activité de lecture ne renvoie pas exclusivement à la lecture au sens pédagogique<sup>127</sup>, mais une lecture-déchiffrement puisque nous allons voir que l'informateur identifie un affichage selon la graphie, les couleurs, les dessins et la luminosité, etc.
2. Le niveau d'instruction, la situation socioprofessionnelle sont importants dans la présente étude

### **3. Spécificité de l' « onomastique commerciale » en Algérie**

L'onomastique commerciale en Algérie se présente pour l'essentiel au marquage des éléments grammaticaux mis en visualisation dans les écrits de la ville. Il s'agit en particulier de repérer deux langues en contact, voire deux systèmes grammaticaux génétiquement différents dans les enseignes de commerce (l'arabe avec ses dérivés face au français et ses registres, ajoutant à cela l'anglais).

L'étude introduit d'abord la série, relativement localisée, des usages linguistiques attestés dans les enseignes en vue d'aboutir à une typologie des procédés lexicographiques et sémantiques mis en œuvre dans ce genre d'écrit urbain. Elle se focalise ensuite sur l'emploi fréquent de certaines marques, comme celles de la téléphonie mobile (*Djezzy, Nedjma, Mobilis*)

---

<sup>127</sup> Il s'agit de définir le *statut du signe* des écrits de la ville. Lucci, dans sa présentation de l'ouvrage *Des écrits dans la ville*, souligne la nature de ces lectures qui « peuvent ainsi être observés comme une manifestation créative et foisonnante du fondement sociologique et sémiologique où sont prises en compte certaines dimensions(...) où la main des auteurs s'accroche, re-surgit, comme pour lutter contre la vague des écrits standardisés par la machine », à savoir l'écriture formatée. V. LUCCI, 1998, « Présentation », In. *Des écrits dans la ville. Sociolinguistique des écrits urbains : l'exemple de Grenoble*, Dir., Vicent Lucci et Agnès Millet et Alii., Ed. L'Harmattan, Paris. pp. 16-17.

qui sont, actuellement, en plein essor ; nous allons proposer la catégorisation suivante : syntagme *publicitaire*<sup>128</sup>.

L'étude insère également la contextualisation linguistique des enseignes comme une *mise en syntaxe* qui fournit le cadre dynamique du fonctionnement linguistique des lexèmes de ce syntagme.

A cet effet, Rastier<sup>129</sup> mentionne dans la partie intitulé « La lexie en contexte : de la signification au sens »

En passant de la lexie comme contexte à la lexie en contexte, nous ne quittons pas la syntagmatique. On retrouve entre les mots les mêmes types de relations contextuelles que l'on discerne entre les morphèmes, ce qui montre tout à la fois combien est arbitraire la frontière du mot et combien utile une typologie des relations contextuelles. Il est en outre douteux que le mot soit perçu isolément autant pour son contenu que pour son expression. Nous formulons l'hypothèse qu'il en va de même, corrélativement, pour le signifié des mots, qui serait perçu par des activations contextuelles.

L'affiche qui comporte un syntagme publicitaire serait, pour reprendre l'expression de Rastier, « une activation contextuelle » de signification et de sens. La lecture de l'enseigne comportant ce syntagme semble facile pour la rétention et se lexicalise rapidement.

Le syntagme publicitaire est visiblement présent dans un nom de commerce relevant d'un produit ou d'un service. Nous avons pu établir les caractéristiques linguistiques et fonctionnelles de ces noms commerciaux à partir d'un échantillon d'occurrences. Celles-ci présentent souvent des types de « ligature lexicale », propre peut-être au domaine linguistique algérien.

---

<sup>128</sup> Comme une première approche de l'onomastique commerciale, ce terme peut, à notre sens, définir et expliquer la nature grammaticale de chaque constituant des langues en contact à l'intérieur même de l'enseigne; puisque notre référence au modèle syntaxique de Chomsky dépasse largement le cadre d'une théorie descriptive monolingue et par voie de conséquence, cette démarche syntaxique s'inscrit dans ce que nous appelons « la mise en syntaxe du plurilinguisme » qui cadre parfaitement avec l'esprit de notre analyse ; Cf. notamment la théorie syntaxique de Chomsky ; CHOMSKY, N, 1969, *Structures syntaxiques*, Paris, Seuil. CHOMSKY, N, 1971, *Aspect de la théorie syntaxique*, Paris, Seuil.

<sup>129</sup> Cf. notamment l'article de RASTIER, F., M. CAVAZZA et A. ABEILLÉ, 1994, *Sémantique pour l'analyse*, Paris, Masson, 240 p.

C'est la raison pour laquelle nous tenterons de définir la nature de ce terme forgé dans le cadre de l'approche *apothiconymique*<sup>130</sup>, en dehors d'une acception « syntaxico-normative »<sup>131</sup>. En outre, il s'agit plus particulièrement de lui donner une certaine *opérativité* relevant du domaine de l'onomastique commerciale.

### **3.1. Le « Syntagme publicitaire »<sup>132</sup>**

En syntaxe, la notion de « syntagme » est habituellement assimilée à l'axe horizontal qui favorise un lien phrastique respectant un enchaînement homogène et ordonné<sup>133</sup>. Généralement, l'agencement des lexèmes constitue un regroupement grammatical appelé traditionnellement 'Groupe Prépositionnel', 'Groupe Verbal', 'Groupe Nominal', etc. Ces dénominations seront remplacées respectivement par 'Syntagme Prépositionnel', 'Syntagme Verbal', 'Syntagme Nominal', désormais SP, SV, SN, du fait de leur *opérativité* syntaxique<sup>134</sup>. L'idée d'emprunter cette notion et de l'introduire dans la présente étude, découle d'un constat selon lequel l'ensemble des enseignes que nous avons inventoriées, introduit des langues regroupées au plan syntaxique de façon empaqueté et fréquemment sous forme d'un SN. Donc, la seule catégorisation que nous estimons opératoire serait la notion de « syntagme ». Nous avons ajouté à cette

---

<sup>130</sup> VAXELAIRE, J.-L. 2005, *Les noms propres, une analyse lexicologique et historique*, Paris, Ed. Champion, p. 351.

<sup>131</sup> Autrement dit, appréhender ce syntagme en dehors de son extension linguistique interne et restrictive dépourvue de sens.

<sup>132</sup> Loin de l'analyse en constituants immédiats, le syntagme publicitaire tel qu'il se manifeste dans les enseignes de commerce, présente des variations et des spécificités relatives aux éléments contigus qui le composent, relevant respectivement de l'arabe, du français, de l'anglais et se présente le plus souvent dans sa forme nominale.

<sup>133</sup> C'est la successivité des unités séquentielles (les monèmes) dans une logique grammaticale propre aux langues à *concaténation*.

<sup>134</sup> Cf. notamment les théories syntaxiques de Chomsky : CHOMSKY, N., 1987, *La nouvelle syntaxe*, Paris, Seuil. CHOMSKY, N., 1991, *Théorie du gouvernement et du liage: les conférences de Pise*, Paris, Seuil. HARRIS, R. A., 1993, *The linguistics wars*, Oxford, O.U.P. RADFORD, A., 1988, *Transformational syntax, A student's guide Chomsky's extended standard theory*, Cambridge, C.U.P. RUWET, N., 1967, *Introduction à la grammaire générative*, Paris, Plon. HARRIS, R. A., 1993, *The linguistics wars*, Oxford, O.U.P. NEWMAYER, R., 1980, *Linguistic theory in America*, New York, Academic Press.

dernière le qualificatif de «publicitaire<sup>135</sup> » pour définir dans une séquence intégrale et déterminante les caractéristiques de ce syntagme ne relevant pas d'une *syntaxe comme contexte*, mais d'une mise en syntaxe des langues en contact, voire une *syntaxe en contexte*<sup>136</sup>.

Les *syntagmes publicitaires* seront classés désormais dans la catégorie des noms de marques et de produits<sup>137</sup> qui, eux aussi, relèvent de la classe des noms propres et noms communs<sup>138</sup>. L'une des caractéristiques qui fait que ce syntagme présente des similitudes avec d'autres noms de désignation commerciale comme les marques, est d'ordre beaucoup plus morphosyntaxique que sémantique ; c'est-à-dire la plupart des enseignes, à l'initiale et même à l'intérieur du syntagme, s'écrivent avec une majuscule et parfois la marque du pluriel et des signes diacritiques sont quasi-inexistants ; par exemple les deux écrits d'enseignes ci-dessous illustrent nos postulats :



Photo 7[L'Espace du Chantier ELECTRIQUE]

---

<sup>135</sup> Lorsque nous avons demandé à des sujets informateurs de nommer une enseigne donnée, leur catégorisation est l'expression suivante : «ça, c'est une publicité », et ce qui légitime d'ailleurs notre choix de forger le concept de « publicité » dans le cadre de l'onomastique commerciale.

<sup>136</sup> Cf. RASTIER, François, 1994, *Ibid.*

<sup>137</sup> Pour plus d'information voir les rudiments de « marquologie » élaborés pas R. GALISSON & ANDRE J-C (1998). *Dictionnaire de noms de marques courants - Essai de lexiculture ordinaire*, Paris, Didier Erudition, 342 p.

<sup>138</sup> R. GALISSON & ANDRE J-C., 1998. *Ibid.*, p 19.



**Photo 8 [CYBER ES SALAM. PHOTOCOPIE, IMPRESSIONS, RELIURES, SAISIES, MEMOIRES, CARTE DE VISITES / SCANNER, VENTE ET GRAVURE DE CD, VENTE CARTOUCHES COULEURS]**

De plus, nous avons pu relever parmi les items répertoriés, des irrégularités relatives à la formation orthographique et syntaxique de cette « syntagmatique » mise en affichage. Il s'agit d'une structuration régie par une logique consistant à *dés-orthographier* le mot en remplaçant ses constituants vocaliques ou consonantiques par des lettres qui correspondent à une langue dominante sur le plan morphosyntaxique (la langue arabe surtout). A cet effet, nous envisageons de dresser une typologie des anomalies les plus fréquentes dans ces syntagmes. Ces écarts s'opèrent, notamment, au niveau de la *transposition* d'une langue à une autre (paradoxe de traduction) parfois au plan des *interférences* (calques de structure) et, dans la plupart des cas, l'écart ou la déviation dans l'écrit par rapport à l'orthographe normalisée semble la caractéristique essentielle de la nature même de *la syntagmatique des enseignes en Algérie*.

Il s'agirait, peut-être, de l'émergence d'une variation linguistique qui revendique ses droits par le biais de la transgression d'un standard linguistique de référence : *un français écrit à coloration algérienne*.

### 3.2. « Dés-orthographisation » comme facteur de variation via le syntagme publicitaire.

Par dés-orthographisation, nous entendons l'ensemble des procédés lexicographiques et morphosyntaxiques mis en œuvre par un scripteur dans une enseigne de commerce. Ces procédés se manifestent sur trois plans : phonématique, graphématique et lexématique. Parfois la modification provient de deux procédés en interaction, autrement dit comme un rapport d'interdépendance se traduisant à travers le phénomène de la *variation phonographique* dont nous tenterons d'analyser la nature du fonctionnement linguistique ci-dessous.

#### 3.2.1. Variation phonématique / graphématique

Dans les enseignes de commerce, le scripteur réalise esthétiquement et artistiquement ses écrits de façon à attirer les regards des passants. Mais, il se trouve parfois que cette visibilité plastico-graphique trahit une partie de sa compétence en tant que bilingue. Sous l'emprise d'un *phonogramme*<sup>139</sup> relevant d'un système linguistique dominant, le scripteur, sans se rendre compte, créerait un lexème ne relevant ni de l'arabe ni du français.

Il s'agit de la néologie au plan *graphique* sollicitant la jointure de deux codes en vue de déboucher vers une *mixité lexicographique*<sup>140</sup>. Les exemples ci-dessous illustrent parfaitement cette formation lexicale, fruit d'un mélange entre des graphèmes distincts conventionnellement.

---

<sup>139</sup> D'après Nina Catach dans son ouvrage intitulé *L'orthographe française*, ce terme renvoie aux graphèmes chargés de transcrire les phonèmes. N. CATACH, 1980, *L'orthographe française. Traité théorique et pratique*, Nathan.

<sup>140</sup> Blanchet et Martinez catégorisent ces situations comme suit : « Ces situations de « contacts » mettent en relief le paramètre de l'hybridation ou du « métissage » comme moteur de ces innovations émergentes, et ce paramètre est indissociable des conditions socio-historiques et socio-spatiales de son fonctionnement. » Ph. BLANCHET et P. MARTINEZ, 2010, « Présentation. Emergences et prise en compte de pratiques innovantes en situations francophones plurilingues : quels enjeux ? », In *Pratiques innovantes du plurilinguisme : Émergence et prise en compte en situations francophone*, Sous la direction de Philippe Blanchet et Pierre Martinez. Paris, éditions des archives contemporaines, pp. 11-12.



Photo 9[REPARATION DES CHAQUEMENTS. تصليح الشكمانات]<sup>141</sup>

L'écriture du syntagme publicitaire, telle quelle se manifeste dans cette enseigne à travers le mot « chaquelements », est la résultante de deux procédés graphiques qui sont:

- une suppression de la voyelle initiale par l'aphérèse du « é » de 'échappement' ;
- une suppression par la syncope d'un élément consonantique et une commutation de deux unités graphématiques « pp » par deux autres « qu » qui présentent des similitudes graphiques, mais différents sur le plan de l'orientation dans la chaîne écrite (p / q);

<sup>141</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=Oib3RtKuk6g>

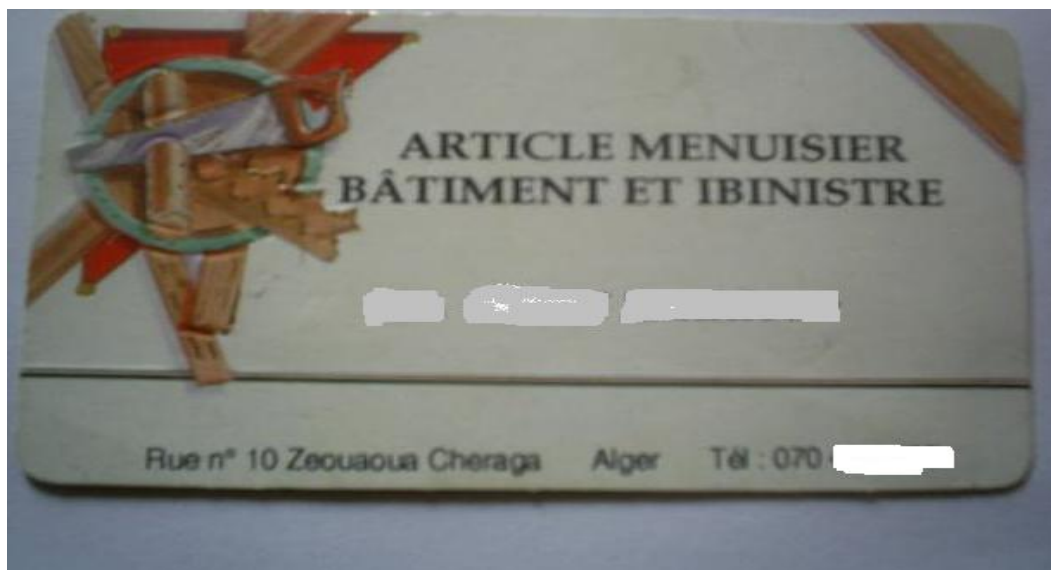


Photo 10[ARTICLE MENUISIER BÂTIMENT ET IBINISTRE]<sup>142</sup>

La composition « Nom + Nom » comme syntagme libre se présente généralement dans une structure de juxtaposition : ARTICLE MENUISIER renverrait à un nom de métier d'ÉBÉNISTE. Notre hypothèse à ce niveau est que : un *article menuisier* serait-il un article de luxe de l'ébénier ou bien un *menuisier ébéniste qui vend des articles de menuiserie*. Cette création graphique –IBINISTRE- n'est pas attestée dans l'usage spontané.

[ARTICLE MENUISIER BÂTIMENT], trois noms juxtaposés entretenant un lien de coordination avec le nom [IBINISTRE] placé à la fin. Nous pouvons considérer, de ce fait, ce nom comme *lexème inédit* du syntagme publicitaire. Sa dés-orthographisation relève des deux procédés : graphématiques et phonématiques :

- La commutation des deux graphèmes « é \* é », phonétiquement mi-fermé, par deux autres fermés « i \* i ».

<sup>142</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=Oib3RtKuk6g>

▪ L'épenthèse, adjonction d'un graphème au milieu du mot : le graphème « R » ;

Il se trouve que la dés-orthographisation semblerait une *stratégie énonciative* invoquée justement pour rabattre la clientèle, voire pour attirer le regard des passants.



Photo 11[TABAC JOURNEAUX]<sup>143</sup>

L'adjonction du graphème ou l'épenthèse de « E » à l'intérieur du lexème « JOURNAUX » relève d'un problème de graphie absente dans le lexème et renseigne sur les formations des noms au pluriel. Donc le scripteur réaliserait cette particularité lexicale par *analogie* :

Cadeau (au singulier) => donne cadeaux (au pluriel).

\* Journeau (au singulier) => donne journeaux (au pluriel).

<sup>143</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=Oib3RtKuk6g>



Photo 12[SALLE FAMILIALE ASS KREM]<sup>144</sup>

Le dysfonctionnement graphique relève d'un élément adjectival de la composition syntagmatique nominale figée « Nom + Adjectif ». L'introduction du graphème « L » dans le qualificatif « FAMILIALE » efface le nom au plan énonciatif bien qu'il soit présent graphiquement ; c'est comme si le scripteur invitait en priorité les familles en disant : « lisez FamilLiale dans mon enseigne, cette crèmerie est faite pour vous, les familles, n'hésitez pas à venir prendre des ASS KREM ».

Dés-orthographier l'expression anglaise « ICE CREAM » en « ASS<sup>145</sup> KREM » semble une stratégie d'écriture mise en place dans le but de racoler et chercher à attirer le regard, d'où le nom d'« Enseigne racoleuse », « Une publicité raccrocheuse ».

---

<sup>144</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=Oib3RtKuk6g>

<sup>145</sup> Le scripteur ignore totalement le contenu sémantique de la séquence anglaise « ass ».

### 3.2.2. Interférence comme facteur de variation via le syntagme commercial.

Dans *Language in contact*, Weinreich<sup>146</sup> définit les phénomènes linguistiques issus des situations de contact des langues dans la catégorie de "*interference phenomena*", c'est-à-dire le phénomène de l'interférence. Nous citons, à cet effet, sa définition qui consiste à considérer que « ces exemples d'écart par rapport aux normes de chaque langue surviendront dans le discours des bilingues, comme le résultat de leur familiarité avec plus d'une langue, i.e. comme une conséquence du contact linguistique. »<sup>147</sup>.

De plus, l'introduction d'éléments d'une langue dans une autre atteste une altération de la seconde langue, et non un mélange des deux langues. L'exemple ci-après témoigne d'un emploi particulier d'interférence au plan de la structure phrastique (calque de structure), avec des lexèmes anglais.



Photo 13[FOOD FAST / AMANE]<sup>148</sup>

<sup>146</sup> WEINREICH, U., 1953-1968, *Language in contact*, The Hague, Mouton & C°.

<sup>147</sup> « These instances of deviation from the norms of either language will occur in the speech of bilinguals as a result of their familiarity with more than one language, i.e. as a result of language contact », U. WEINREICH, *ibid.*, p. 1.

<sup>148</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=Oib3RtKuk6g>

[FOOD FAST] est un calque de structure d'une enseigne arabe [أكل خفيف], mais en anglais un tel ordre de mots n'est pas acceptable. L'une des caractéristiques du syntagme publicitaire en Algérie est de réajuster les syntagmes des autres langues en fonction de son propre moule syntaxique pour produire de l'effet sur celui qui le lit et par voie de conséquence, nous pourrions considérer cette opération linguistique comme relevant d'une stratégie de commercialisation ou de *publicité-invitation* que nous avons évoquée plus haut.

La 6<sup>ème</sup> enseigne :



Photo 14 [مجزرة تقليدية / BOUCHERIE MODERNE]

Cette fois-ci la transposition d'une langue à une autre constitue un paradoxe au niveau du sens et même au niveau de l'énonciation. Nous avons formulé deux hypothèses explicatives pour *désambiguïser* la nature cette transposition linguistique :

*La 1<sup>ère</sup> hypothèse :*

Le syntagme en arabe [مجزرة تقليدية], énoncerait, tacitement aux lecteurs de cette enseigne, les habitus et les coutumes en usage de la Boucherie algérienne : « nous vendons de la viande *Halal*, selon le rite de la tradition musulmane ».

*La 2<sup>ème</sup> hypothèse :*

Le syntagme commercial [BOUCHERIE MODERNE], renverrait au métier du marchand de la viande, une activité qui répond aux exigences de la modernité (prestation de service ; hygiène de santé, autrement dit la comestibilité de la viande n'est pas problématique, (allusion à la peur de la maladie de la vache folle ou de la fièvre aphteuse ; papier d'emballage, livraison à domicile, etc.)

### **3.3. Conclusion partielle**

Pour ne pas conclure prématurément, nous dirons, tout simplement, que le scripteur des enseignes en Algérie recourt à une *syntaxe française à coloration algérienne*. Cette syntaxe est la manifestation sensible d'un syntagme un peu particulier et qui est de l'ordre d'une variation *diatopique*, puisque le français se retrouvant en Afrique constitue précisément un terrain fort propice à la variation linguistique en général.

Dans la perspective de définir les caractéristiques morphosyntaxiques et lexicales des enseignes de commerce en Algérie, désormais on parlera de *syntagme publicitaire* dont la formation résultera de deux langues voire de trois langues en contact sur un support de commerce écrit (Enseignes en arabe, en français et/ou en anglais).

Comme première estimation de l'approche de l'onomastique commerciale, on en est arrivé à dégager deux processus de déconstructions morphosyntaxiques et graphiques caractérisant le syntagme publicitaire :

1. La dés-orthographisation ;
2. l'interférence.

Le premier processus recourt à des principes classiques dans la néologie lexicale, à savoir dans la suppression nous avons l'aphérèse, la syncope ou l'apocope ; et dans l'adjonction nous constatons l'emploi fréquent de la prothèse ou de l'épenthèse.

L'interférence comme deuxième processus de variation se définit à travers le calque de structure et la transposition paradoxale d'une langue à une autre.

Nous examinerons plus loin, d'un point de vue linguistique, les propriétés des enseignes de commerce et nous dégagerons une typologie des différentes formes attestées.

# **DEUXIÈRE PARTIE**

## **LA DENOMINATION COMMERCIALE ENTRE TRAITEMENT DE L'ONOMASTIQUE ET L'ANALYSE SOCIOLINGUISTIQUE**

## **CHAPITRE IV**

### **LE NOM DESIGNATEUR DE COMMERCE ENTRE NOM PROPRE ET NOM COMMUN**

## 1. Introduction

Parmi les lexicographes et sémanticiens français et américains fondateurs de l'analyse des noms propres, c'est Vaxelaire qui s'est inspiré le plus profondément de la tradition classique pour décrire certains constituants de noms propres en contexte. Nous nous proposerons, dans un premier temps, de relever, dans les travaux des lexicographes et grammairiens classiques, les concepts que Vaxelaire a empruntés à Grevisse, à Wilmet et à Searle<sup>149</sup>, et qu'il a réinterprétés dans le cadre de sa propre description des noms propres. Cependant, le terme de « classique » renvoie également à un ouvrage qui « fait autorité » dans son domaine et qu'il dépasse largement son champ d'influence théorique. Nous examinerons, dans un second temps, l'héritage que certains théoriciens du siècle dernier en matière de lexicologie et de sémantique – considérés comme des écoles fondatrices au sens de 'modèles' – ont exercée sur la pensée et les analyses très nuancées de Jean-Louis Vaxelaire.

D'abord, la classe des noms destinés à désigner un commerce (Nom désignateur de commerce désormais NDC) est hétéroclite et ne s'assimile pas, forcément, à des catégorisations lexicales couramment établies. Elle englobe, dans le cas de notre corpus :

- des patronymes et anthroponymes : *BouAli, Belmokhtar, Samir, Mansour, Youcef...*
- des toponymes : *Djurdjura, Saida, Alger, Mostaganem*
- des lexèmes : *Cadeaux, Bébé, Climatiseurs, Algéroise...*

---

<sup>149</sup> Cf. notamment A. GOOSSE, 1986, *Le bon usage. Grammaire française*, Paris-Gembloux, DUCULOT, M. GREVISSE, 1980, *Le bon usage. Grammaire française avec des Remarques sur la langue française d'aujourd'hui*, Gembloux, DUCULOT. J. R. SEARLE, 1963, *Proper Names*, dans *Philosophy and Ordinary Language* (Urbana, University of Illinois Press), p. 154-161.

- des créations morphologiques : *Labophoto, Burotabc, Flexy, la voixdujour...*
- des créations orthographiques : *Familliale, Alimigniom, Minidou...*
- des onomatopées : *Fou-Fou, Chic Optic, Toc Toc...*
- des mots sans signification apparente en français : *Flexy, Gosto, Flachage.*
- des séquences polylexicales, types locutions : *La ville des jouets, La boutique des enfants, Tout va bien, La bonne viande de notre boucher, Tout va bien...*
- des sigles et identifiants numériques : *CNEP, K7, BDL, SMS...*

Ces séquences s'insèrent dans plusieurs catégories, à savoir celle du nom propre de type patronymique et toponymique, celle du nom commun qui sont des unités lexématiques, celle d'une structure phrastique plus au moins longue constituée d'éléments polylexicaux.

D'autres catégories, par ailleurs, sont polyvalentes tels que les sigles et qui demeurent sans classe comme la néologie lexicale à caractère ludique, ou des désignateurs qui imitent les sons et les bruits de la nature, en l'occurrence les onomatopées (Cf. la photo de l'enseigne Mc Fou Fou).

Sur le plan linguistique, la classe des NDC se situe, de façon nuancée, à l'interface des noms propres et des noms communs, autrement dit le long d'un continuum<sup>150</sup>.

L'objectif de cette partie réservée au NDC défini selon la théorie du nom propre et du nom commun, est une tentative de description des procédés d'hybridation et de construction lexicale des NDC qui relèvent à la fois de la langue de spécialité, du nom propre et du nom commun<sup>151</sup>. Il convient

---

<sup>150</sup> . Même si cette conception binaire relève d'une controverse, il s'avère pertinent d'inscrire le NDC dans la zone intermédiaire d'un continuum de dénomination *Nom propre / Nom commun*.

<sup>151</sup> Il convient de noter, au passage, que Kleiber pose la problématique du Npr/Ncm, non pas en fonction d'une taxinomie classique, mais selon le choix de dénomination opérée sur ces unités lexicales. Il souligne d'ailleurs que « ni le critère sémantique en termes d'absence de sens (Noms

d'abord de définir la notion du nom propre, à la lumière des travaux de référence.

## **2. Qu'est-ce qu'un nom propre ?**

Si nous nous référons aux ouvrages théoriques traitant du nom propre, nous nous rendons compte qu'il n'est pas l'apanage d'une doxologie quelconque, mais d'une vision allant au-delà d'une conception classique et réductrice<sup>152</sup>. Dans la préface de l'ouvrage de J-L. Vaxelaire intitulé *Les noms propres*, François Rastier souligne l'importance et l'originalité de l'approche du nom propre adoptée par son auteur. De plus, Rastier considère que la dichotomie<sup>153</sup> nom propre (Npr) / nom commun(Ncm), désormais dans l'entreprise de Vaxelaire, ne sera plus traitée selon les mêmes outils d'interprétations sémantiques des substantifs, ce qui prépare cependant le terrain pour un dictionnaire effaçant les disparités entre Npr et Ncm. La perspective de traduction ouvre une voie très intéressante pour une redéfinition du Npr. Cela étant dit, il nous reste à trouver les indices et les formes, à partir des exemples tirés de notre corpus, qui renforcent la thèse selon laquelle le Npr dispose d'un comportement semblable à une lexie dotée d'un contenu sémantique et d'une enveloppe morphologique

---

propres) vs présence de sens (noms communs), ni la différence de désignation opérée, rigide pour les noms propres, descriptive pour les noms communs, ni encore le caractère unique (nom propre) ou non (nom commun) du référent - toutes options qui continuent avec plus ou moins de bonheur et de variantes, terminologiques ou non, à servir aujourd'hui- ne paraissent pouvoir vider totalement la querelle. Les caractérisations secondaires comme l'intraduisibilité des noms propres opposée à la traduisibilité des noms communs ou la marque formelle de la majuscule des noms propres face à la minuscule des noms communs n'améliorent pas beaucoup le bilan. » G., KLEIBER, 1996, « Noms propres et noms communs : un problème de dénomination », in THOIRON Ph. (éd.), *La dénomination*, Presses de l'Université de Montréal, *Méta*, Journal des Traducteurs, 41, 4, p. 567.

<sup>152</sup> . Pour ces critères Cf. notamment L-J., VAXELAIRE, 2005, *Les noms propres, une analyse lexicologique et historique*, Ed., Honoré Champion, Paris.

<sup>153</sup> Georges Kleiber ramène la distinction entre les deux notions à une problématique de « dénomination », et dans une perspective de la connaissance de l'être, il tente de proposer « de nouvelles propriétés définitoires des noms propres. » G., KLEIBER, 1996, *Ibid.* p. 588.

subissant les différentes déclinaisons et transformations. Mais, d'abord, faisons un petit tour d'horizon dans la littérature traitant du nom propre.

## 2.1 Principes traditionnels de définition

Parmi les ouvrages de référence qui proposent une définition du nom propre que Vaxelaire qualifie de « critère de définition négatif <sup>154</sup> », nous citons le *Bon usage* de Grévisse. Cette acception semble en concordance avec un certain nombre de définitions linguistiques contemporaines. Grévisse et Goosse établissent un critère définitoire selon lequel « *Le nom propre n'a pas de signification véritable, de définition ; il se rattache à ce qu'il désigne par un lien qui n'est pas sémantique, mais par une convention qui lui est particulière* ». <sup>155</sup> Pour la détermination du NDC, nous souscrivons à cette définition dans la mesure où elle pose le critère d'*annexion sémantique*, autrement dit le sens du nom désignateur d'un commerce est dépendant du commerce et / ou de l'activité, puisqu'il renvoie le plus souvent aux propriétaires du commerce et contient, à l'intérieur de sa composante syntagmatique, un terme *générique* et un autre *spécifique*, tel que Boucherie de X ou Y, Pharmacie de X ou Y. en voici un tableau à double entrée illustrant ce constat.

<i>Le générique</i>	<i>Le spécifique</i>	<i>Le générique</i>	<i>Le spécifique</i>
1. <i>La boucherie</i>	<i>du coin Mansour</i>	10. <i>Boucherie</i>	<i>de l'Epoque</i>
2. <i>La boucherie</i>	<i>des Amis</i>	11. <i>Pâtisserie</i>	<i>des Frères</i>
3. <i>Boucherie</i>	<i>de Laid</i>	12. <i>Cafétéria</i>	<i>chez Mansour</i>
4. <i>Boucherie</i>	<i>Hadj Nani</i>	13. <i>Librairie</i>	<i>Sésame</i>
5. <i>Boucherie</i>	<i>de Kara</i>	14. <i>Pharmacie</i>	<i>de Bidai</i>
6. <i>Boucherie</i>	<i>de Volaille</i>	15. <i>Pharmacie</i>	<i>Benguettat</i>
7. <i>Boucherie</i>	<i>spécialité merguez</i>	16. <i>Pizzeria</i>	<i>de Djelloul</i>
8. <i>L'agneau du boucher</i>	<i>Mahmoud</i>		
9. <i>Boucherie</i>	<i>Les Pyramides</i>		

<sup>154</sup> J-L, VAXELAIRE, 2005, *Ibid.*, p. 23.

<sup>155</sup> M. GREVISSE & A. GOOSSE, 1993, *Bon usage*, 13<sup>ème</sup> édition, Paris-Louvain-La-Neuve, Ducrot, p703. (1762 p)

### **2.1.1 Critères morphologiques ou « observables »**

Nous regroupons dans cette section trois principes définitoires du nom propre, à savoir la forme de la lettre initiale, les problèmes de traductions et le traitement lexicographique et dictionnaire.

#### **2.1.1.1 Typographie de la lettre initiale**

L'ensemble des ouvrages traitant du nom propre présente le caractère typographique de la lettre initiale : « la majuscule », comme le principe de définition par excellence du nom propre. Il semble que ce principe constitue, à lui seul, une règle normative<sup>156</sup> pour définir les caractéristiques d'un nom propre.

#### **2.1.1.2 Conception de traduction**

A la différence de la conception qualifiant le nom propre d'intraduisible, surtout dans le domaine de l'interprétariat, la donnée contextuelle impose un certain nombre de critères quant à la traduction ou la conservation du nom propre dans sa langue d'origine. Généralement dans la littérature destinée aux enfants, les noms propres sont traduits<sup>157</sup>. Dans une perspective didactique et interculturelle, on recourt également à ce procédé pour un éventuel rapprochement de cultures ou de langues.

#### **2.1.1.3 Conception des dictionnaires**

Dans les dictionnaires (notamment électroniques, Cf. notamment le dictionnaire Le petit Larousse 2010), le choix opéré dans la classification

---

<sup>156</sup> Cette règle, d'ailleurs, a été standardisée dans les manuels et dictionnaires français.

<sup>157</sup> Exemple « Le Petit Chaperon Rouge » traduit en anglais « Little Red Riding Hood », « Le Chat botté » en espagnol « el Gato con botas ». Dans la littérature maghrébine d'expression française, on trouve des noms propres relevant de l'arabe parlé mais ils ont un équivalent en bas de page, traduit soit par l'auteur de l'ouvrage, soit par la maison d'édition.

des Npr/ Ncm se base sur le *principe de séparation respective*, autrement dit, on y réserve une double entrée pour présenter la catégorie des Npr et celle des Ncm. Déjà, une telle dichotomie renseigne sur les modalités du traitement de ces unités lexicales qui demeure jusqu'à maintenant une question problématique au plan de la classification morpho-lexicale. Il ne s'agit nullement d'une conception basée sur des critères rigides, mais seulement d'une spécificité liée au nom lui-même ; le nom renvoie à une dénomination d'un lieu ou d'une personne, on le classe systématiquement dans sa rubrique de Npr et s'il renvoie à une dénomination générique, la *lemmatisation* de cette unité lexicale garantit son insertion dans la nomenclature des Ncm.

### **2.1.2 Les paramètres morphosyntaxiques**

Les paramètres grammaticaux constituent, en plus du critère de la majuscule, le principal outil de traitement par les grammaires à vocation descriptive et normative du français. Le premier paramètre porte sur la construction du groupe nominal avec le nom propre qui se présente sans déterminant, notamment quand il correspond à un désignant particulier. Le deuxième paramètre, le comportement du nom propre employé sans déterminant au plan syntaxique, est immuable et ne subit aucune altération flexionnelle au plan morphologique.

#### **2.1.2.1 Absence de déterminant**

Par opposition au nom commun, le caractère nécessaire en additionnant une détermination au nom propre lui confère la caractéristique la plus importante en grammaire. Par exemple, si *Rachid rédige une lettre* est grammatical, *\*frère rédige une lettre* est agrammatical et idem pour l'énoncé suivant *J'ai visité Tiaret / la ville* est préférable à *\*J'ai visité le Tiaret*.

Par contre, on peut trouver cette marque de détermination dans certains noms propres faisant partie intégrante de leur morphologie. Dans le cas des toponymes algériens, l'article 'el', l'équivalent des déterminants 'le' ou 'la' en français, forme une unité insécable du toponyme. Par exemple, El-Bayadh الببيض, El-Boulaida البلدية, El-Affroun العفرون, etc.

### **2.1.2.2 Absence de flexion**

L'absence des déclinaisons flexionnelles fonde le caractère nécessaire pour identifier un Npr. Il ne s'agit pas de dire que le comportement morphologique de ces noms s'apparente à une simple lexie. Simplement, dans le cas des Npr à l'intérieur des syntagmes publicitaires des enseignes recensées, on peut relever quelques fluctuations morphologiques dues au bilinguisme graphique.

Exemple :

- Le nom de marque Peugeot est réalisé graphiquement « Pigeouette » marque du pluriel en arabe.
- Le tuyau d'échappement est réalisé « Chatmouette » marque du pluriel en arabe

### **2.1.3 Principes sémantiques et pragmatiques**

A la suite de l'exposition de la morphosyntaxe des noms propres, nous entamerons la présentation de deux critères qui, comme les précédents, portent sur la distinction entre Npr/ Ncm. Le postulat de cette distinction repose sur l'absence de sens pour le premier, et renvoie à une dénomination unique. L'intérêt pour nous, dans la présentation de ces critères définitoires des Npr/ Ncm, est d'évaluer leur validité définitoire.

#### 2.1.4 Typologie des noms propres

En nous inspirant de la typologie élaborée par J - L. Vaxelaire dans son ouvrage (*Cf. infra*), nous avons pu relever quelques remarques, à propos du nom propre, qui posent la problématique de sa classification. En effet, sa typologie ainsi que sa définition demeurent le parent pauvre des travaux dictionnaires, grammaticaux et lexicologiques. Vaxelaire renforce son point de vue par le fait que :

Le problème ne se limite pas à la traduction du nom propre, c'est tout simplement le nom propre en tant que tel qui est traité différemment des autres catégories de mots : que ce soit du point de vue grammatical, dictionnaire ou tout simplement lexicologique, le nom propre semble être une classe à part, peu digne d'intérêt.<sup>158</sup>

L'auteur ajoute plus loin que la définition du nom propre, dans les grammaires normatives, se présente de façon

sommaire [et] elle n'est accompagnée d'aucune typologie qui permettrait de circonscrire [sa] classe. Le nom propre apparaît généralement au hasard des rubriques, il ne semble pas devoir mériter une rubrique particulière.<sup>159</sup>

La définition des noms propres dans les ouvrages de référence s'appuie principalement sur le principe du « désignateur rigide »<sup>160</sup>, ce qui fragilise sa conception terminologique et par voie de conséquence, sa classification dans une rubrique lexicologique appropriée.

##### 2.1.4.1 Nom désignateur du commerce comme *typologie additive*

La dénomination indiquant un commerce renseigne implicitement sur la vie sociale des individus, autrement dit le fait d'attribuer un nom à quelque

---

<sup>158</sup> J-L, VAXELAIRE, 2005, *Les noms propres — Une analyse lexicologique et historique*, Paris, Honoré Champion, p. 11.

<sup>159</sup> J-L, VAXELAIRE, *ibid.* p. 23.

<sup>160</sup> *Cf.* notamment J-L, VAXELAIRE, « Le nom propre en contexte — une approche lexicologique » <http://perso.univ-lyon2.fr/~thoiron/JS%20LTT%202005/pdf/Vaxelaire.pdf>, ainsi que l'article de R. FRANÇOIS, 1983, « La sémantique des noms propres : remarques sur la notion de 'désignateur rigide' ». In: *Langue française*. N°57, pp. 106-118.

chose, à un objet ou à une activité quelconque, nous sommes en train de maintenir son existence symbolique, voire pérenniser le marquage du territoire.<sup>161</sup>

La dénomination d'une enseigne se présente comme un travail de réflexion, préalable. Il s'agit d'établir une corrélation entre le nom-désignateur et la chose à désigner ; une unité lexicale renvoyant, également à un référent. Cette opération dénominative découle d'un procédé consistant à *déconstruire* et *reconstruire* une nouvelle unité lexicale fruit d'un mélange codique (Cf. chapitre II). Ces opérations portent sur des Npr et des Ncm tels qu'ils sont réalisés sur un support d'affichage. Donc, les mots désignateurs de commerce sont des Noms propres et des noms communs.

De plus, la fonction assignée à une enseigne commerciale est l'indication et l'information, voire la signalétique langagière et identitaire.

Aussi dira-t-on que l'espace étiqueté comme *Restaurant*, serait le lieu dans lequel on mange à l'extérieur de chez soi. La même chose pour la dénomination d'un lieu pour l'*Habillement*, endroit où on achète des vêtements.

Cependant, ce n'est pas toujours valable d'envisager la même démonstration pour l'ensemble des enseignes recensées. L'examen attentif d'un certain nombre d'occurrences relevées dans les supports commerciaux de notre corpus exige que l'on adopte une autre posture explicative en vue de définir les caractéristiques de ces écrits. Par ailleurs, il s'avère que l'étiquetage commercial ne renvoie pas systématiquement à la nature de marchandises exposées sur l'étalage, ni aux genres du commerces et encore moins à la spécificité du métier. Les exemples suivants illustrent ce constat:

---

<sup>161</sup> Cf. BULOT, Th., 1999, « La production de l'espace urbain à Rouen: mise en mots de la ville urbanisée », dans Thierry Bulot (Dir.) et Nicolas Tsekos, *Langue urbaine et identité* (Langue et urbanisation linguistique à Rouen, Venise, Berlin, Athènes et Mons), Paris, L'Harmattan, 39-70.

- *Les fleurs du printemps* (parfumerie)
- *Le prince de la ville* (vendeur des instruments de musique)
- *Bab el Mdina* (restaurant)
- *Yasmine* (boutique de cosmétique)

Il est à noter surtout qu'attribuer un nom à un lieu commercial relève d'une réglementation juridique (Cf. la note en bas de page du Chapitre IV). Le caractère indispensable et obligatoire fait potentiellement du nom commercial un moyen d'information et de balisage. En plus de la dimension juridique, le nom désignateur de commerce devrait correspondre à une certaine culture locale puisqu'il en est le produit, bien que certaines enseignes s'inscrivent dans la sphère universelle.

Le cas des enseignes reprenant les noms des firmes « *Coca-cola* » et « *Pepsi* », de marque « *Adidas* » et « *Rey Ban* ». Les effets de la mode, la quête de l'originalité, la volonté de se démarquer des autres, l'expression stéréotypée « ne pas être logé à la même enseigne » sont autant de facteurs de ces choix dénominatifs qui pullulent dans toutes les directions. Conception, calligraphie, alphabet latin et arabe, écritures formatées, les propriétaires de commerce ne cessent d'innover en matière de dénomination et d'ornement plastique d'une enseigne. Divers procédés dénominatifs sont utilisés.

### **2.1.5 Procédés dénominatifs dans l'enseigne**

Dans le domaine du commerce, attribuer une dénomination à caractère commercial à un édifice, relève d'un certain nombre de procédés d'appellation, qui présentent notamment une différenciation notable par rapport aux dénominations des êtres humains et des objets. Les plus

employés et relevés à partir de notre corpus d'enseignes seront rangés comme suit :

- *Les dénominations à caractère commémoratif*<sup>162</sup>
- *Les dénominations de promiscuité.*
- *Les dénominations liées aux métiers*
- *Les dénominations incluant des emprunts*

#### **2.1.5.1 Dénominations commémoratives**

Ce genre de procédé justifie sa dénomination. Il consiste à attribuer à l'édifice commercial des anthroponymes (il s'agit de noms de personnes vivantes ou mortes, comme par exemple le nom de la fille, de la mère, du grand père, etc.). Cette appellation dédicatoire fonctionne à l'intérieur du syntagme publicitaire comme une dénomination de célébrité commerciale, tels que :

- *Pâtisserie **Mina***(le propriétaire de ce commerce utilise le nom de sa fille ainée à titre dédicatoire)
- *Pizzeria la Citadelle **Sarah***(le nom de sa nièce)
- *Boucherie **Hadj Nani***(le nom du défunt, le père)

Ce choix dénominatif n'est que l'expression sensible d'un lien affectif fort à l'égard de la personne choisie, en vue de marquer son commerce jusqu'à ce que l'anthroponyme devienne synonyme d'une activité commerciale célèbre dans une région. Dans plusieurs cas, la dénomination par dédicace à un effet de publicité et de notoriété.

#### **2.1.5.2 Dénominations de promiscuité**

Ce procédé consiste à utiliser un nom déjà présent dans un lieu jouxtant le lieu du commerce, par exemple une esplanade, un édifice institutionnel, un endroit beaucoup plus fréquenté par les gens, etc. Donc le lieu-fille<sup>163</sup> de commerce est baptisé comme le lieu-mère.

---

<sup>162</sup> Barouchi parle de dénomination dédicatoire. Cf. M. BAROUCHI, 2008, *Approche linguistique de l'enseigne commerciale dans la ville de Sétif*, mémoire de magistère sous la direction de DERRADJI Yacine.

<sup>163</sup> L'usage de cette métaphore *Lieu-fille / Lieu-mère* permet d'explicitier le procédé dénominatif.

- *Cafétéria de l'Univers* (il s'agit d'une cafétéria à coté de l'Université de Mostaganem ex-ITA)
- *Pâtisserie des trois ponts* (une boutique à quelques mètres des trois ponts au centre ville).
- *Pizzeria de la Gare* (une pizzeria au niveau de la gare)

Le rôle de cette dénomination consiste à faciliter une localisation dans l'espace, faire office d'une adresse ou d'une balise.

### **2.1.5.3 Dénominations liées aux métiers**

Ce choix dénominatif garantit une grande correspondance entre le métier exercé et les services commerciaux proposés. Notre constat, à ce stade, conforte l'hypothèse selon laquelle l'onomastique commerciale décrirait un discours commercial qui se traduit à travers de telles dénominations en vue de dégager, dans une séquence globale et concluante, les caractéristiques d'une forme des parlers du métier<sup>164</sup>, voire de la langue de spécialité.

- *Le cordonnier du quartier,*
- *Le coiffeur des amis*
- *Le tôlier de Mazagran*

### **2.1.5.4 Dénominations incluant des emprunts**

Ce phénomène relève de l'effet de mode et de marque. Il se trouve, d'ailleurs, que le syntagme publicitaire contient des séquences qui posent problème quant à leur catégorisation descriptive. Les éléments insérés dans le moule dénominatif, sont-ils effectivement des emprunts ou s'agit-il simplement d'un mélange entre deux ou trois langues ? D'abord, la notion d'emprunt demeure problématique (cf. Chapitre II) dans la mesure où nous la corrélons à la dichotomie langue/parole. Il est difficile de trancher définitivement sur cette question. Les exemples ci-dessous illustrent nos propos.

- *Boutique Rey Ban* (boutique où on vend des lunettes de soleil)
- *Cosmétique Sephora* (magasin de cosmétique)
- *Etoile filante* مطعم (restaurant)

---

<sup>164</sup> Ce qu'on appelle dans le jargon des sociolinguistes un « technolecte »

### **2.1.6 Publicité et désignateur commercial**

Analyser une enseigne c'est aborder inévitablement la publicité comme support d'affichage. Il s'agit du *recto* et du *verso*, un tout consubstantiel, d'une même réalité commerciale. D'ailleurs, le contenu d'une enseigne interpelle, de la même façon que le phénomène publicitaire, les passants pour une lecture-interprétation. Cette lecture, aussi banale soit-elle, sillonne notre chemin et guide notre curiosité jusqu'à ce qu'elle soit complètement informée. En outre, ce type d'affichage constitue un déclencheur de curiosité de lecture et du regard, un objet de rêve qui interpelle les passants. Ainsi dira-t-on que cette opération de lecture sociale donne sens au commerce et elle le valorise en quelque sorte.

L'enseigne comme affichage commercial présente quelques analogies avec l'affichage publicitaire (comme les panneaux, les calicots à caractère publicitaire). Le syntagme publicitaire de l'enseigne communique en silence avec les flâneurs. De plus, le contenu morphologique et sémantique du SP est sobre, mais riche en information du fait du choix économique des séquences écrites. Si on s'attarde davantage sur la notion d'économie du langage comme contenu du SP, nous serons obligé de redéfinir le contexte à partir duquel l'enseigne tire sa signification. Les mots ne suffisent pas dans cet écrit, la couleur ne dit pas autant, les images et les dessins non plus. Il s'agit, surtout de la combinaison simultanée de plusieurs éléments, selon une façon de présentation bien déterminée (l'installation de l'enseigne en applique, sur la façade de l'établissement en haut ou sur la devanture, suspendue, etc.).

Différentes techniques sont utilisées sur une enseigne de commerce. D'ailleurs, les commerçants tentent d'exercer une certaine attraction sur les passants en réalisant des combinaisons syntaxiques inimaginables, autrement dit une syntagmatique propre à la dénomination commerciale

adoptant un mode de désignation transgressif des règles grammaticales d'une langue donnée.

Focalisons notre attention maintenant sur celui qui écrit une enseigne de commerce. L'enseigne est-elle réalisée par un commerçant ou quelqu'un d'autre ? S'agit-il d'une personne qualifiée pour réaliser cette pancarte ? Quels sont les répertoires linguistiques mobilisés par le scripteur d'une enseigne ? Pour répondre à ces interrogations, nous avons réalisé une entrevue avec un scripteur d'enseigne à Mostaganem, un trentenaire, niveau d'instruction « terminal ». Ce monsieur nous a livré sa méthode de travail qu'il qualifie d'art. Voici l'entretien.

**Enq.** : *Vous êtes un enseignant ?*

**Script.** : *C'est quoi « enseignant » ?! Non !! Je suis un peintre, un artiste, et .... Je dessine également des plaques pour les boutiques de commerce...*

**Enq.** : *Comment faites-vous ça ? C'est quoi votre méthode de travail ? Vous avez un matériel spécialement pour cela ou bien n'importe qui peut le faire ?*

**Script.** : *Ben... j'écris en français, en anglais, en arabe. Le commerçant me demande de faire une enseigne de boucherie, d'alimentation, de cosmétique, de restaurant, etc. je lui dis tu veux que j'écrive en français ou en arabe ? C'est le commerçant qui me livre son point de vue, ses goûts et moi, en fonction de ce qu'il veut, je dessine l'enseigne. Bon, pour le matériel, c'est vrai, je n'ai pas grand-chose, mais je dois chercher des objets traceurs robustes, surtout les pinceaux, la peinture et j'ai aussi un petit livre pour s'inspirer des dessins et des objets, à vrai dire c'est un dictionnaire de français et arabe (bilingue).*

**Enq.** : *Ok ! C'est bien. Mais il n'y a pas que le français et l'arabe ?*

**Script.** : *Je sais, je sais... l'anglais, l'italien et l'espagnol, je connais les sonorités des langues, mais l'écriture c'est soit en caractère arabe, soit en caractère français (latin).*

**Enq.** : *Tu écris des enseignes pour des lecteurs d'enseignes ou bien juste pour la décoration d'un magasin ?*

**Script.** : *D'abord moi je n'écris pas, je dessine sur une surface. Je mets du blanc comme fond de tableau ou bien du noir et j'applique ensuite les couleurs ; je mélange les dessins avec l'alphabet ; je crée des correspondances entre la langue et le dessin ; j'essaie de satisfaire le commerçant- le propriétaire de la boutique- et les passants ou les clients, je me mets à leur place, j'essaie d'anticiper leurs goûts, leurs choix. Voilà, c'est mon point de vue.*

Il ressort de cette entrevue que le scripteur répond aux exigences et aux goûts des commerçants, puisque ces derniers sont en contact permanent avec leurs clients.

De façon globale, l'écriture des enseignes relève tacitement d'un compromis universel. La raison est que l'écrit de la ville s'inscrit dans la mouvance du modernisme (la campagne de macdonaldisation, les grandes firmes *Coca Cola* et *Pepsi*, les centres commerciaux et les noms des grandes marques de vêtements, des souliers, des lunettes) ; simplement certaines formes changent en fonction de la culture locale de chaque ville. Les disparités dans la nomination de l'espace urbain restent tributaire également des expériences et des connaissances des individus.

### **3. Conclusion**

En termes analytique, chaque NDC fonctionne de façon identique quant au choix des termes dénominatifs du commerce. Et cette pratique onomastique caractérise, à notre sens, l'environnement graphique maghrébin en général et algérien en particulier.

D'ailleurs, cette dénomination traduit sensiblement une représentation sociale fondée sur le principe *d'annexion symbolique des biens à l'aide d'un désignateur onomastique*. Jusqu'à maintenant, les gens évoquent des boutiques par des noms patronymiques associés à des types de commerce (boucherie, alimentation, bijouterie, etc.), de certaines familles qui demeurent toujours dans la tradition orale des habitants de la ville de Mostaganem. Une enquête en ce sens aurait révélé beaucoup de choses sur l'imaginaire onomastique des individus à l'égard de l'histoire des dénominations des lieux comme espace physique et / ou symbolique.

# **CHAPITRE V**

## **ANALYSE DE L'ONOMASTIQUE COMMERCIALE**

## 1. Introduction

En guise d'introduction à ce chapitre, consacré à l'exposition des éléments principaux à partir desquels nous avons conçu notre thèse de doctorat « l'approche sociolinguistique des écrits de la ville : le cas des enseignes de commerce », l'on se donne pour tâche de définir et de déterminer l'usage de certains concepts, que nous développerons en analyse ci-après, en vue de baliser, dès le départ, le terrain au lecteur. Il s'agit dans la présente étude des notions relevant des approches écolinguistique et onomastique, à savoir l'environnement graphique, l'acclimatement / l'acclimatation, les enseignes commerciales, le digraphisme, les écrits de la ville, les altérations morpho-lexicales. D'abord, ce que l'on entend par ces termes relève simplement de l'approche écolinguistique orientés vers des systèmes d'écriture dans les milieux urbains. D'ailleurs, comme le souligne Calvet<sup>165</sup>

[Conjointement] au système gravitationnel des langues, [on note l'existence d'] un système gravitationnel des écritures, et que de nombreuses personnes sont digraphes, connaissant le système permettant de noter leur langue et un autre système, qui est le plus souvent l'alphabet latin. Or ce digraphisme se retrouve sur les murs de nos villes, dans les inscriptions, les affiches, les panneaux indicateurs. Les plaques indiquant les noms de rues par exemples sont bilingues au Maroc (alphabets arabe/latin) ou dans le quartier de Soho à Londres (alphabet latin/caractères chinois), et le même système peut aussi noter au même endroit différentes langues (l'anglais et l'espagnol aux USA [l'arabe et le français en Algérie] par exemple), avec différentes relations entre signes et sons. Il y a donc un discours des murs de nos villes.

Dans ce même ordre d'idée, et en insistant sur la relation contrastée entre *signe* et *sons* évoquée dans cette citation, on envisagera que les écrits de la ville sont le produit d'une dynamique plurilingue — i.e. plurigraphisme<sup>166</sup> — délimitant le territoire par des signes graphiques, le plus souvent apparentés

---

<sup>165</sup> L.-J. CALVET, 1999, *Pour une écologie des langues du monde*, Ed, Plon, Paris, p. 46-48.

<sup>166</sup> Le *plurigraphisme* est un procédé d'écriture en deux ou trois alphabets différents pour transcrire un nom propre ou une dénomination commerciale.

mais renvoyant à la même référence du commerce. Les écrits de la ville se présentent donc comme une donnée sociale et langagière en perpétuelle mutation, qui regorge dans les différents endroits notamment urbains, à travers des supports diversifiés, et « qui se prête à l'observation directe », pour reprendre l'expression de Haillet<sup>167</sup>. La propriété de ces inscriptions est d'ordre graphique — segments écrits en deux alphabets arabe/latin — à vocation dénomminative de l'activité commerciale, et partant identitaire.

Quant aux deux notions acclimatement / acclimatation développées par L.-J. Calvet dans la perspective d'une approche écolinguistique<sup>168</sup>, l'auteur s'inspire de l'écologie des espèces vivantes et tente de faire un rapprochement avec la dynamique linguistique du changement opérés au cours de l'évolution des mots. Le sociolinguiste définit ces termes comme suit ;

On distingue en écologie, à partir du verbe s'acclimater, deux phénomènes différents, l'acclimatement et l'acclimatation. On parle d'acclimatement lorsqu'une espèce déplacée, animale ou végétale, survit dans son nouvel environnement, et d'acclimatation lorsque cette espèce déplacée non seulement survit mais encore se reproduit, ce qui n'est pas tout à fait la même chose. Il en va de même pour les langues, si nous acceptons de considérer que l'équivalent linguistique de la reproduction est la transmission d'une génération à l'autre de la langue des parents ou d'une langue dominante. Lorsque la colonisation a déplacé des langues vers de nouveaux territoires, certaines n'ont connu qu'un phénomène d'acclimatement, sans lendemain, c'est-à-dire sans acclimatation, sans transmission.<sup>169</sup>

On peut affirmer que l'ensemble des linguistes souscrivent à l'idée selon laquelle les langues naissent, apparaissent et disparaissent, et le principe de l'adaptation linguistique dans les « nouveaux territoires » demeure

---

<sup>167</sup> P. P. HAILLET, 2007, *Pour une linguistique des représentations discursives*, Ed. De boeck, Belgique. P. 9.

<sup>168</sup> L.-J. CALVET, 2006, « La mixité : situation ou résultat ? Fonction identitaire ou véhiculaire ? », Conférence présentée à Tunis, Tunis, Université de la Manouba, 16 février 2006.

<sup>169</sup> L.-J. CALVET, *ibid.*, p. 6.

pertinent, puisque les phénomènes des langues en contact contribuent potentiellement à la diversité des langues et des cultures. Si l'on prend le mot *carrosse* par exemple (mot d'origine française désignant un véhicule) intégré en arabe algérien sous la forme *karroussa* [kaeru:sa] ( processus d'acclimatation) et qui s'apparente au plan de l'articulation au terme italien *karozza* [karrutʃa](désignant transport), on voit que ce mot a subi des avatars morphologiques au fil du temps et a été lexicalisé (processus d'acclimatation) : au pluriel, on a *karroussat* [kaerru:s-ae:t] « des carrosses » ; *karrousti*, *karrousetha*, *karrousethoum* [kaerru:st-i: / kaerru:sə-t-ha: / kaerru:sə-t-hum] « ma carrosse », « sa carrosse », et « leur carrosse ». Il a également un sens générique qui renvoie à tout type de véhicule, comme par exemple : *chrit carrossa jdida*, « j'ai acheté une voiture neuve ».

Dans ce chapitre, nous envisageons aussi de présenter les noms des enseignes de commerce (instrument dénomiatif), en tant que *noms* relevant de l'onomastique. C'est la raison pour laquelle nous les rangerons d'abord dans l'ensemble des dénominations produites dans le domaine commercial, justiciable du désignant de l'*onomastique commerciale*. Ce concept rassemblant les noms de marques et de produits, noms de gamme, noms de services mais également les noms d'enseignes et de magasins, fera l'objet d'une définition opérationnelle en vue d'asseoir un soubassement théorique inhérent à notre investigation de corpus.

Au plan législatif<sup>170</sup>, ces dénominations commerciales relèvent en général des noms déposés : leur usage sert exclusivement à signaler<sup>171</sup> un objet donné et précis.

---

<sup>170</sup> Les noms de commerce sont protégés par la loi, d'où le droit de propriété sur le nom, comme le sont les droits d'auteurs, des noms patronymiques etc. En droit commercial, le développement de la publicité par enseignes à conduit le législateur à réglementer leur usage. La loi de 1909, 1943, 1975, *In Dictionnaire Encyclopédique Larousse*, 1983, limite le lieu et le placement des enseignes, leurs natures, leurs tailles... tout comme cette loi prévoit un assujettissement à une taxe pour celles dites enseignes lumineuses. Cette loi, de plus, définit l'enseigne comme étant un « signe distinctif des établissements de commerce faisant corps avec celui qui l'a adoptée le premier. Une imitation ou une analogie donne ouverture à une action [conduisant certainement à une intervention

Au plan linguistique, l'intitulé de ce chapitre se veut une tentative pour joindre la présente étude aux disciplines connexes de l'onomastique, à savoir la toponymie, l'odonymie et l'anthroponymie, puisque ces domaines, à notre sens, demeurent marginalisés par la linguistique. Nous allons faire, ensuite, une esquisse d'un certain nombre d'outils de la morphologie lexicale ajustés en fonctions de notre analyse de ces écrits, ceci pour rendre compte du fonctionnement linguistique de ces désignateurs en comparaison avec les noms propres.

Les travaux en onomastique commerciale conduisent à établir la distinction entre deux typologies dénominatives : les noms de marques (désormais, Nm<sub>q</sub>) et les noms de produits (désormais, Np<sub>d</sub>). Cette dichotomie serait une approche pertinente dans la mesure où nous arrivons à isoler les paramètres de classement linguistique de chaque typologie. Nous essaierons, par voie de conséquence, de trouver une classe appropriée aux enseignes qui pourrait être assimilée soit aux Nm<sub>q</sub>, soit aux Np<sub>d</sub>, ou bien une classe à part en fonction des critères retenus.

## ***2. Les travaux en onomastique commerciale***

Beaucoup de travaux traitent de l'onomastique commerciale en insistant davantage sur les Nm<sub>q</sub>. D'ailleurs, des études très intéressantes proviennent du domaine du commerce orienté principalement vers le Marketing. Les linguistes ont également travaillé sur le même sujet mais focalisé sur le « nom propre » et ses usages langagiers au sein des sociétés. Nous allons exposer les points de vue de chaque domaine pour une éventuelle synthèse

---

juridique], si une confusion est possible [avec d'autres noms d'enseignes existantes] ». *In* code du commerce en Algérie, 1975.

<sup>171</sup> Le verbe « signaler » ici renvoie beaucoup plus aux enseignes comme instrument de *signalisation langagière*. (Cf. *supra.*, la revue de Moncton, 2005)

de la littérature sur le sujet en question. Le nom propre sera discuté et défini en fonction de notre approche préconisée dans la présente étude, ensuite nous tenterons de dresser une typologie dans laquelle nous isolons les critères définitoires de ce nom dans la sphère de l'onomastique commerciale.

Notre démarche s'inscrit dans les études de la sociolinguistique urbaine qui interroge, d'un côté, le fonctionnement linguistique d'un certain nombre de variables linguistiques et, de l'autre côté, les rapports de causalités de ces écritures dans la société algérienne. Avant de passer en revue les travaux des « markologues », nous voudrions définir la sous discipline qui s'intéresse à ce sujet : l'*apothiconymie*<sup>172</sup>.

Cette branche relève de l'onomastique commerciale<sup>173</sup> et tente de décrire les noms de magasins et d'enseignes, dans le but de dégager des tendances dans les systèmes de dénomination commerciale. Il s'agit, dans ce cas précis, d'une approche typologique conciliant à la fois la morphologie, la sémantique et la pragmatique.

## **2.1. *Éléments de définitions du terme « Enseigne »***

Différentes acceptions existent dans le fond dictionnaire français, qui rend compte du terme « enseigne ». D'après nos remarques préliminaires, nous pouvons classer certaines définitions dans le jargon des architectes-enseignistes, d'autres dans le domaine de la lexicologie et du marketing.

---

<sup>172</sup> B. Pottier, était parmi les premiers à désigner cette branche de l'onomastique par ce terme. B. POTTIER, 1947, « La linguistique des enseignes », *Le français moderne*, Vol. 15, n° 4, pp. 299-302.

<sup>173</sup> Pour donner beaucoup plus de pertinence à cette approche, nous l'inscrivons dans la sphère commerciale, puisque les magasins et les boutiques sont des lieux où on pratique l'échange et les transactions.

Nous allons présenter quelques unes en puisant dans les dictionnaires de la langue française.

Dans le dictionnaire du XIX<sup>ème</sup> siècle, nous lisons :

*Enseigne* : *n.f.*, du latin *insigna*, pluriel du neutre *insigne*, qui est formé de *in*, *en* et de *signium*, signe, et qui est également le primitif du mot moderne *insigne*. Enseigne signifie, en premier lieu, signe, marque distinctive puis indice d'identité, d'authenticité, de diversité [...] c'est ainsi, une indication que l'on met au dessus de l'entrée d'un établissement commercial, pour indiquer la nature du commerce et souvent le nom du commerçant.<sup>174</sup>

Le Dictionnaire du XX<sup>ème</sup> siècle le définit également comme une « *inscription, emblème placé sur la façade d'un établissement commercial* »<sup>175</sup> pour justement signaler ce lieu dit de commerce à l'intention du public.

Dans l'encyclopédie libre le *Wikipédia*, il s'agit d'un

panneau à caractère informatif, publicitaire ou décoratif (voire les trois), généralement à destination du public, portant par exemple un emblème (blason, logotype), une inscription (nom d'un magasin, d'une marque), un objet symbolique (ciseaux du coiffeur) dont il peut éventuellement prendre la forme (carotte du débit de tabac), etc. Le bouquet de feuillage qui servait jadis d'enseigne aux débits de boisson s'appelait le bouchon<sup>176</sup>.

Il existe une autre définition qui renvoie explicitement à l'activité commerciale à proprement parler :

Tableau portant une inscription, une figure, un emblème ou toute autre indication qu'un marchand, un artisan... met à sa maison pour indiquer sa profession.<sup>177</sup>

---

<sup>174</sup> Grand dictionnaire universel du XIX<sup>e</sup> siècle, 1870. p 667.

<sup>175</sup> Dictionnaire Hachette, 2006. P. 542.

<sup>176</sup> <http://fr.wikipedia.org/wiki/Enseigne>

<sup>177</sup> Dictionnaire encyclopédique, Le Quillet, 1979. p. 755.

Après une lecture flottante des définitions proposées dans les dictionnaires pré-cités, nous pouvons relever quelques points communs que nous énumérons comme suit :

1. L'enseigne se présente comme une marque, une inscription (de l'ordre de l'écriture), qui sert à indiquer la présence de tel ou tel commerce ;
2. Elle est conçue de façon à assurer une signalisation langagière ;
3. Elle fait office d'un *panneau servant d'emblème* ou un objet symbolique qu'un commerçant ou un artisan utilise pour son établissement ;
4. D'une part, l'enseigne est une propriété exclusive et elle peut être l'objet de litige ou de différent entre des personnes, et d'autre part toute entrave dans sa conception entraîne des poursuites judiciaires.
5. Les fonctions principales d'une enseigne sont *l'indication*<sup>178</sup>, la *désignation* et la *démonstration* et lors de sa conception on lui accorde beaucoup d'intérêt aussi bien au plan de la graphie que l'icône.

La désignation des commerces à travers des enseignes qui pullulent dans toutes les villes du monde, semble, à première vue, une dénomination triviale. Or, parmi les stratégies de communication de ces écrits commerciaux, on cite la fonction *attractive* incitant les consommateurs à l'achat. En fonction des objectifs commerciaux, on cherche le nom qui exerce une force de « séduction » voire d'interpellation pour rabattre la clientèle. De quelle façon choisit-on des noms pour les différentes

---

<sup>178</sup> Dans la partie analyse du corpus, nous allons dresser des exemples qui renforcent ces catégorisations.

désignations commerciales ? Comment se présente cette dénomination commerciale dans le domaine linguistique algérien ?

Nous allons focaliser notre attention dans cette étude principalement sur les dénominations qui sont contenues dans les divers supports d'affichage commercial, que ce soit des noms de produit, de marque, de personnes, de métier, etc. Il s'agit de mettre en relief les stratégies communicationnelles réalisées par des scripteurs d'enseignes. Les dénominations se présentent sous des formes géométriques variées et des couleurs impressionnantes. L'étude de l'onomastique commerciale s'avère, d'ailleurs, importante dans la perspective de comprendre les mécanismes de construction du sens et de la forme linguistique de ces écrits<sup>179</sup>. La construction du sens telle qu'elle se manifeste à travers les noms des enseignes de commerce demeure un Nom charabia : terrain propice à l'investigation linguistique dans la mesure où ces enseignes constituent un lieu de manifestation du phénomène des langues en contact ; il s'agit là de manifestations qui se prêtent à l'observation directe.

Les études portant sur l'onomastique commerciale sont variées et riches, mais dans la majeure partie on traite davantage des noms de marque<sup>180</sup>. D'ailleurs, les travaux menés par des « markologues<sup>181</sup> » constituent pour nous une lecture pratique et pragmatique apportant surtout un éclairage sur

---

<sup>179</sup> Cf. notamment l'étude de P. SIBLOT, 1995, « Noms et image de marque : de la construction du sens dans les noms propres ». In M. Noailly (éd.), *Nom propre et nomination*, Actes du Colloque de Brest, 21-24 avril 1994, pp. 147-160.

<sup>180</sup> Il existe une littérature abondante relevant du domaine du *Marketing* qui traite de l'onomastique commerciale en insistant beaucoup plus sur les noms de marques et ceux de produits. Les études en linguistique portent ainsi sur le même sujet, on cite, à cet effet, Praninskas (1968), abordant l'aspect créatif des noms, PICONE, 1996, *La dynamique de la création des néologismes* et PLATEN, 1997, *Okonymie : zur Produktnamen-Linguistik im Europäischen Binnenmarkt*.

<sup>181</sup> Les spécialistes en ce domaine se définissent eux-mêmes de la sorte.

la nature des choix dénominatifs qui est à la base des créations linguistiques qui ne cessent d'alimenter le champ de l'onomastique commerciale<sup>182</sup>

Par contre, les linguistes mettent le doigt sur la structuration morphologique des écrits publicitaires en étroite corrélation avec la dimension sémantique des noms de marques, en faisant abstraction du caractère systématique qui préside à la construction du sens. La présente étude tente de faire une ébauche d'une approche conciliant à la fois la morphologie lexicale et la pragmatique dans une perspective qui prend en compte le contexte<sup>183</sup> comme une donnée incontournable.

## **2.2. Outils opératoires**

Deux approches peuvent servir de soubassement théorique et opérationnel pour l'analyse des enseignes : l'*onomasiologique*<sup>184</sup> et la *sémasiologique* relevant de la *linguistique orientée vers la terminologie*. De plus, la dichotomie que nous envisageons d'établir entre dénominations locales (endogènes) et dénominations étrangères (exogènes), exposées sur la même enseigne, semble problématique<sup>185</sup> dans la mesure où nous allons observer des types de *ligature lexicale inédite* voire impressionnante, fruit peut-être de jeu de mots ou de construction juxtaposée de façon *accidentelle*.

---

<sup>182</sup> Cf. BESSIS, M. & BESSIS, P. 1998. *Les noms qui gagnent, l'alchimie des noms irrésistibles*. Paris, LPM.

<sup>183</sup> Le contexte est un élément fondamental dans la construction et l'activation du sens. (F. Rastier, 1994 : *idem*. p. 68).

<sup>184</sup> La première approche dresse les configurations dénominatives et les schèmes les plus récurrents, alors que la deuxième porte exclusivement sur les procédés de formation et de construction de ces désignations commerciales.

<sup>185</sup> Nous avons constaté des combinaisons de mots d'origine étrangère avec des termes relevant de l'arabe classique et de l'arabe algérien.

La donnée contextuelle comme paramètre important dans l'analyse de l'onomastique commerciale permettra, dans une perspective globale, de définir les caractéristiques sémantiques de ces dénominations en vue de rendre compte de la complexité de ce phénomène au plan de la création. Notre intérêt, dans cette étude, est de construire une grille opérationnelle d'analyse proposant une hiérarchisation<sup>186</sup> des unités d'enregistrement les plus récurrentes issues de l'investigation de notre corpus.

### **2.2.1. Formes construites des dénominations commerciales**

Les deux approches évoquées ci-dessus peuvent rendre compte, à notre sens, des procédés de dénomination en onomastique commerciale. Mettre en avant la sémantique référentielle comme éclairage du sens et de la signification de la lexie en question (dénominations commerciales), demeure insuffisant si on ne la combine pas avec une deuxième démarche décrivant la nature morphologique des lexèmes.

Ces deux démarches d'analyse qui s'alimentent mutuellement, donneront certainement des résultats intéressants qui nourrissent le champ global de l'onomastique commerciale<sup>187</sup>. Etablir une liaison entre une construction lexicale relevant d'une dénomination hiérarchisant une série d'objets ou de matières, d'actions ou de propriétés, avec un autre mot, renvoie à l'appellation avancée par Roché<sup>188</sup> : « le schème de nomination ». Pour reprendre les exemples de cet auteur, un poisson est désigné selon une caractéristique des sons émis (un ronfleur), sa conformation physique (Requin marteau), etc. ; un appareil d'après le procès dans lequel il intervient (machine à coudre, perceuse, photocopieuse...). L'onomasiologie

---

<sup>186</sup> Par hiérarchisation, nous entendons une classification précise débouchant sur une typologie.

<sup>187</sup> Ch. FEVRE-PERNET, 2008, *Onomastique commerciale et genre polysémotique : les catalogues de jouets. Thèse de doctorat*, sous la direction de Michel Roché.

<sup>188</sup> Cité également par Ch. FEVRE-PERNET, 2008, *Ibid.*

part du générique vers le spécifique pour définir par voie de conséquence le schème de nomination.

Cependant, la deuxième approche (sémasiologique) prend comme élément de départ la base lexicale en vue de décrire la construction morphosyntaxique. La nature lexicale se définit le plus souvent à travers une morphophonologie, une sémantique propre au lexème et une appartenance à une catégorie grammaticale.

Il se trouve *a priori* que la création d'un nouveau mot obéit à ces trois critères opératoires, à savoir (1) un processus *formel* ou *morphologique*, (2) un travail de *sens*, (3) une opération *catégorielle*<sup>189</sup>. En somme, le lexème construit est le fruit de ces trois processus de formation morphosyntaxique et sémantique et s'insère dans une certaine dimension formelle que nous définirons, dans cette étude, comme « format dénominatif ». Cette appellation relève d'un patron de construction déterminé en fonction des opérations morphosyntaxiques et favorise, par voie de conséquence, une meilleure intelligibilité des créations étudiées sur les supports d'affichage.

La préfixation, la suffixation ou la parasyntèse<sup>190</sup> consistant en l'adjonction simultanée d'un préfixe et d'un suffixe, relèvent notamment des opérations formelles.

Il semble qu'il n'y a pas une différenciation notable entre noms d'enseigne et noms de marque. L'enseigne est catégorisée comme une « étiquette », surtout si on l'aperçoit à travers les devantures des boutiques<sup>191</sup>. Mais un constat pareil demeure simpliste et réducteur puisqu'il n'ouvre pas le

---

<sup>189</sup> Parfois parmi ces opérations l'une d'entre elles n'est pas opérationnelle.

<sup>190</sup> A. LEHMAN et F. MARTIN-BERTHET F. 2005, *Introduction à la lexicologie. Sémantique et morphologie*, Paris, Nathan Université, p.132.

<sup>191</sup> J.-L., VAXELAIRE, 2005, *Les noms propres, une analyse lexicologique et historique*, Paris, Ed. Champion., p. 351

champ d'analyse des noms désignant des commerces. D'ailleurs, Pottier (1947) était le premier à définir cette partie de l'onomastique par le nom « apothiconymie ». De plus, les travaux de Laurian & Laurian (1991)<sup>192</sup> s'inscrivent dans cette branche, faisant une étude comparative entre les noms de café dans deux grandes capitales du monde, Paris et Madrid. Nous nous sommes inspiré de la classification établie par ces auteurs pour en dresser une autre à partir de notre corpus :

### 2.2.1.1. Les noms introduits par un article :

- *La Maison Du Bon Café. Les Rois.* ; الملوك. قهوة بلحاج. (fig.01)
- *La Boucherie Royale* ;(fig. 02)
- *La Maison Moderne.*



Photo 15 *La Maison Du Bon Café. Les Rois* . الملوك. قهوة بلحاج.

<sup>192</sup> A-M., LAURIAN & A., LAURIAN, 1991, « Les noms de cafés en deçà et au-delà des Pyrénées », *La Tribune Internationale des Langues Vivantes*, n° 8, p. 18-19.

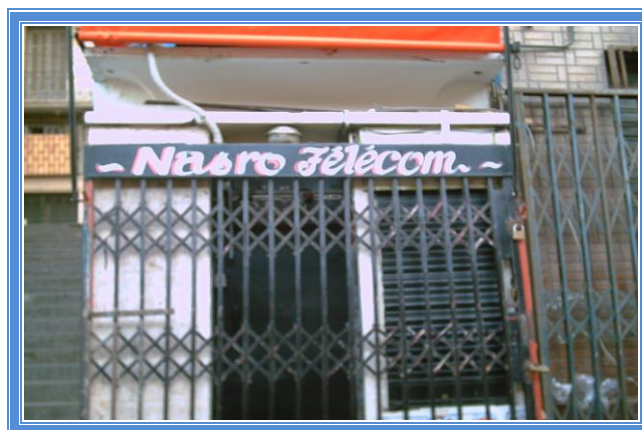


**Photo 16** *La Boucherie Royale*

Ces noms dépassent généralement les trois termes, du fait de la présence de deux ou trois codes, notamment arabe / français.

#### **2.2.1.2. Les noms sans introducteurs :**

- *Nasro Télécom* ;(fig. 03)
- *Boucherie El Widad* ;
- *Location De Voiture Abou El Mokhtar* ; (fig. 04)
- *Parfumerie Cosmetique Le Mimosa* ;(fig. 05)
- *Pâtisserie Salva*.



**Photo 17** *Nasro Télécom*



**Photo 18** *Location De Voiture Abou El Mokhtar*



**Photo 19** *Parfumerie Cosmetique Le Mimosa*

### **2.2.1.3. Les noms juxtaposés :**

- *AGENCE IMMOBILIERE AGREÉ-PAR UNAI EL MEKTOUB ;*
- *PATISSERIE-GLACES MOSTA CROISSANTERIE-PIZZERIA (fig. 06);*
- *PIZZERIA FAST-FOOD La Citadelle (fig. 07);*
- *Reparation, Deblocage, Flachage, Vente Mobilis Et Accessoires. Orange. Djezzi.*



**Photo 20** *PATISSERIE-GLACES MOSTA CROISSANTERIE-PIZZERIA*



**Photo 21** *PIZZERIA FAST-FOOD La Citadelle*

#### **2.2.1.4. Les noms accolés ou rapprochés par un trait d'union :**

- *Pizzamis* (fig. 08);
- *Lespace du Chantier ELECTRIQUE* ;
- *BUREAUTABAC, MOBILE, PHONE, JOURNAUX / COSMETIQUES* ;  
(fig. 09)
- *PATISSERIE-GLACES / MOSTA / CROISSANTERIE-PIZZERIA* ;
- *PIZZERIA / GLACES / LIGLOO*. (fig. 10)



Photo 22 *Pizzamis*



Photo 23 *BUREAU TABAC, MOBILE, PHONE, JOURNAUX / COSMETIQUES*



Photo 24 *PIZZERIA / GLACES / LIGLOO*

#### 2.2.1.5. Les enseignes contenant des noms de personnes :

- *Chaussures Samir* (fig. 11) أحذية سمير
- *Pizzeria Bab El Oued Restaurant Chez Youcef*;

- *COSMETIQUE, TABAC, Chez Omar* ;(fig. 12)
- أحذية و ملابس الموضة بلقايد .ع. س
- *PIZZERIA BEBELOUED / Cafeteria / Restaurant Nassim / Glaces*



Photo 25 *Chaussures Samir* أحذية سمير



Photo 26 *COSMETIQUE, TABAC, Chez Omar*

#### 2.2.1.6. Les noms avec le graphème "F" et "M" servant à transcrire deux lexèmes:

- *Mc Fou Fou* (fig.13) ;
- *Informatique, SAISIE, MEMOIRES, RELIURE Micro Mansour* (fig.14) ;
- *La Maison Moderne* (fig.15) ;



**Photo 27** Mc Fou Fou



**Photo 28** Informatique



**Photo 29** La maison moderne

Comme il est visible sur les photos d'enseignes ci-dessus, le « F » dans « Fou Fou » et le « M » dans « Micro Mansour » et « Maison Moderne », ont une fonction esthétique. D'abord, la taille de police est grande et le choix de la couleur (dans fig. 15) est différent des autres graphèmes. Dans la composition du système d'écriture, le scripteur invente des formes, combine des lettres et utilise des couleurs à bon escient en vue d'exercer une attraction sur les passants.

Donc, on voit ici que les enseignes commerciales ont un fonctionnement identique aux supports indiquant le tourisme. Comme un instrument de communication mis en visualisation, l'enseigne informe les flâneurs sur :

1. Le lieu où s'exerce l'activité commerciale ;
2. Le nom de la personne propriétaire du lieu, le gérant de ce commerce ou un membre de sa famille ;
3. Le nom toponymique de l'activité commerciale.

### 2.3. Typologie des enseignes

Quant aux enseignes bilingues français-arabe, les informations en langue arabe favorisent l'identification de l'activité et du nom de la personne exerçant ce commerce. L'inscription en français n'est que l'expression générée par un effet de mode et de modernité. L'arabe n'intervient qu'occasionnellement pour assurer la rime voire pour remplir une fonction poétique.

Notre corpus d'enseignes contient des écritures relevant du français, de l'anglais, de l'italien et de l'arabe (classique et dialectal). Quant aux enseignes écrites en ces langues, nous retrouvons des cas dans les exemples :

- *Pizzeria Les Pyramides*
- *Cosmetica*
- *Pizzeria / Fast-Food/ La Citadelle.*
- *خبز سوري pizzeria la milaneze pizzeria Fidah*
- *مطعم مسمكة قاعة الأعراس قاعة الشاي*
- *Le bon cuisinier مطعم الطباخ النشيط*
- *جزارة السعادة Viandes-poissons. Boucherie du bonheur.*
- *Boucherie de Laid مجزرة الاعياد*
- *Cafétéria Casa fruta*
- *Boucherie de volaille بائع الدواجن*
- *Boucherie de l'époque جزار الاجداد*
- *Boucherie des frères مجزرة الاخوة فلاح*
- *Chaussure de marque Abdou أحذية الموضة*
- *Dolce vita*
- *Pirata*

La quasi-totalité des affiches recensées sont transcrites soit en français, soit en alphabet latin qui correspond<sup>193</sup> à plusieurs langues. Il existe également

---

<sup>193</sup> Parfois nous lisons, sur une affiche, une séquence transcrite en alphabet arabe, mais pour rendre compte d'une phonétique française ou anglaise, comme le cas de « ديزوفو » → *Des enfants*.(Cf. exemple infra.§ 2.2)

d'autres types d'écrits qui, manifestement, présentent des combinaisons de séquences en français avec celles de l'arabe. La variation, dans ce cas, est problématique dans la mesure où nous allons explorer des cas sur le plan phonétique présentant des déformations par rapport au français standard ainsi qu'à l'arabe standard.

### 2.3.1. Affichage « digraphique »

Par affichage digraphique, nous entendons la présence d'éléments linguistiques relevant d'au moins deux langues, quelle que soit la graphie de transcription. Une enseigne bilingue peut être la juxtaposition de deux séquences distinctes au plan de l'alphabet, comme le cas suivant :

- *Restaurant le prince* مطعم الملك
- *Le resto du cour* مطبخ الساحة
- *La librairie du cartier* وراقية الحي
- *Le prince des outils* ملك الادوات
- *La réparation rapide* تصليح مستعجل
- *Alimentation et flexy* مواد غذائية و فليكسي
- *Boutique Nessma* محل نسمة

D'autres cas exposent un seul alphabet avec un contenu sémantique déterminant des noms en arabe parlé, exemple :

- *Pizzeria Bebeloued*
- *Restaurant el ahbab*
- *Makelti*
- *Dar edouyouf*
- *Bilad elatfal les jouets*
- *Pizza aldjazairia*
- *Cafétéria elhilal*

Parfois, il s'agit d'une *transposition littérale des graphèmes*, c'est-à-dire digraphe, d'un alphabet vers un autre, exemple:

- *Adidas, Nike, Lacoste* أديداس، نايك، لاکوست
- *Vidéotech* فيديوتاك

Donc on voit ici que la lettre en français a relativement son équivalente en arabe.

### 2.3.2. Combinaisons et mélange de langue

Le mélange des codes à l'intérieur des enseignes de commerce est très fréquent. Nous avons enregistré un nombre considérable qui, manifestement, traduit une façon d'écriture innovante en code switching (cf. Chapitre II § 3.1), voire originale.

- *La boutique* ديزوفو
- *L'écrivain du peuple* كاتب عمومي سي خطاط
- *Alimentation avec prix* معقول (c'est comme si le scripteur avait remplacé la séquence en français *raisonnable* par celle en arabe « معقول »)

Les différentes réalisations graphiques de certaines voyelles, pourraient être à la base des déformations multiples recensées. Il ne s'agit pas d'une incompétence linguistique du scripteur, mais d'une écriture spontanée qui puise dans *le français à coloration algérienne tel qu'il est pratiqué à l'oral entre les Algériens*. On va retrouver, d'ailleurs, la fameuse variation en arabe dialectal, [e] versus [i], [ɛ] versus [a], [o] versus [u], comme l'attestent les cas suivants :

- *Restaurant chinui* (la marque du masculin « i » final, en arabe algérien, est transposée sur l'adjectif qualifiant la nationalité du restaurant)
- *Listorat bnina* (le « r » initial remplacé par le « l » et la dénasalisation de la voyelle finale. Ce terme est courant en arabe algérien, soit il est le fruit d'une fausse coupe « le restaurant » par contraction, l'article est additionné à l'initial

du mot et nous avons le processus morphologique suivant:  
LE~~R~~ESTAURANT — LEESTORAT — LISTORAT.)

- *Mon tiléfone reparation* (le « é » remplacé par le « i » pour le mot téléphone relève probablement d'une faute d'inattention)

Des cas de déformation ([œ] versus [u]) ou bien « clin d'œil<sup>194</sup> » volontaire ? Dans l'exemple suivant :

- *Le grond Ristaurant* (c'est la réalisation du « é » ouvert en « i », on peut supposer la neutralisation de ce « é » en arabe algérien en « i », ainsi que la nasale « on » à la place du « an » dans *grand*.)
- *Resto du cour* *مطعم الساحة* (peut-être un clin d'œil aux restaurants du cœur implantés un peu partout en France, mais l'équivalent en arabe renvoie à la *cour*, un espace rattaché à une habitation)

### 2.3.3. Problèmes de transcription et de translittération

Les écritures altérées telles quelles se manifestent sur certaines inscriptions de commerce, ont amplement contribué à modifier des noms propres. Ces orthographe, que nous qualifierons parfois de lacunaire et parfois de volontaire, exercent une double action sur le nom du commerce: une action sur le signifiant phono-acoustique du nom en transformant, à des degrés variables, sa consonance initiale, voire son phonétisme. De ce fait, nous rangerons ce genre de mutation dans la catégorie des altérations phonétiques. D'autres cas opèrent des altérations sur le signifiant graphique, au plan de la linéarité des segments; nous catégoriserons alors ce genre de déviation graphique par le processus du changement phonético-morphologiques. Les différentes formes cacographiques attestées dans notre corpus relèvent exclusivement des procédés classiques de la morphologie lexicale, à savoir la chute ou l'amuïssement d'un phonème ou d'une syllabe, la commutation d'un phonème par un autre, l'adjonction d'un ou plusieurs phonèmes au mot, la métathèse, l'agglutination et le plus souvent

---

<sup>194</sup> Haillet définit le clin d'œil comme « [...] un mécanisme d'association dont on peut avancer qu'il n'est pas nécessairement partagé par tous les francophones [...] », et il est de l'ordre du calque structurel et sémantique avec un jeu de mots. P.P. HAILLET, *ibid.*, pp. 16-17.

les fausses coupes. Pour une meilleure compréhension, nous les avons collationnés et illustrés par des exemples tirés de notre corpus, en vue d'une analyse pertinente et fiable.

#### 2.3.4. La déglutination

Le procédé d'altération le plus saillant, dans cette catégorie, est la déglutination comme suppression ou omission<sup>195</sup> de l'initiale, ou celle du milieu ou à la fin. Quand on parle de l'omission d'initial du nom, nous sommes en présence d'une aphérèse ; par contre l'amputation finale est décrite en termes d'apocope. L'hapaxépie<sup>196</sup>, quant à elle, consiste en l'effacement d'une lettre consonantique ou vocalique à l'intérieur du mot, dans le souci de réduction graphique, en vue d'alléger la prononciation.

LING. Procédé d'abrègement des mots polysyllabiques qui consiste à supprimer une ou plusieurs syllabes à l'initiale ou, plus souvent, à la finale. Dans la langue populaire, la troncation s'accompagne parfois de l'addition de la voyelle -o: un prolo (prolétaire), un apéro (apéritif) (Ling. 1972).<sup>197</sup>

Nous allons commencer par illustrer la première catégorie, à l'aide des exemples tirés de notre corpus ; il s'agit bien évidemment de l'aphérèse.

#### 2.3.5. La suppression du graphème initial ou aphérèse

L'aphérèse est un procédé morphologique opérant au niveau du phonème initial. Les causes de cette amputation correspondent à des problèmes liés à l'audition, autrement dit le filtre perceptif d'un certains sons ne reconnaît

---

<sup>195</sup> La nature du segment qui chute varie entre une lettre jusqu'à une ou deux syllabes.

<sup>196</sup> Comme synonyme à cette notion l'« haplologie, subst. fém. « Omission d'une syllabe à cause de sa ressemblance (ou, le plus souvent, son identité) avec la syllabe voisine; *tragi-comique* pour *tragico-comique*; *minéralogie* pour *minéralologie* » (L. HJEMSLEV, *Le Lang.*, trad. par M. Obsen, Paris, éd. de Minuit, 1966, p. 77) » <http://www.cnrtl.fr/definition/haplologie>.

<sup>197</sup> <http://www.cnrtl.fr/definition/troncation>, *ibid.*

pas des segments qui demeurent non-perçus par le locuteur ou le scripteur dans notre cas. Une erreur accidentelle lors de la transcription, comme des cas attestés dans notre corpus d'ailleurs, ou une volonté délibérée de former un néologisme pourraient être génératrice d'une telle déficience. L'aphérèse concerne et les voyelles et les consonnes. On peut classer quelques-unes dans la catégorie des aphérèses phonético-morphologiques et les autres seulement dans celle des aphérèses phonologiques.

### **2.3.6. Le cas de quelques lettres initiales**

La plupart des termes débutant par la lettre « a », « é » et les voyelles nasales « an » « am », « in » et « im » subissent une aphérèse dans quelques inscriptions des enseignes en français ou en anglais. Cette amputation, tout d'abord, s'explique par le fait que le système phonétique arabe ne dispose pas de voyelles nasales, ceci d'une part, et le [a] initial est presque toujours omis, parce qu'il n'est pas l'équivalent direct de la glottale « ء » la *hemza* du fait de la force articuloire de ce dernier, d'autre part. Cette altération génère des termes qui n'existent ni en français ni en arabe, et parfois demeure l'incompréhension totale, exemple :

- *Pizzeria style miricain* (pour dire américain)
- *Réparation des chaquement* (?) (pour dire échappement)
- *La portation des produits laitiers* (pour dire l'importation)
- *Vêtement taliani* (pour dire italien avec un « t » emphatique)
- *Boutique magination club* (pour dire imagination)
- *Le batoir de hadj Miloud* (pour dire l'abattoir)

### **2.3.7. Le cas de suppression-commutation**

Nous avons relevé un cas d'aphérèse un peu particulier, puisqu'il s'agit de deux lettres qui changent d'identité articuloire et graphique lors de la transcription. Les lettres « v » et « p » seront commutées par d'autres et nous assistons à un changement phonographique. L'inexistence des deux sons dans le système phonétique arabe dicte, spontanément, au scripteur

d'une enseigne le remplacement par d'autres sons proches au plan articulatoire. Parfois on tombe sur des cas de jeu de mot, comme l'exemple suivant : *Frai boucherie* (le mot *frai* renvoie ici à deux acceptions, soit il qualifie la viande fraîche, soit la vraie viande, c'est-à-dire de qualité, pas de surgelé ; donc une commutation-amputation de l'initiale « v » par la lettre « f », pour produire de l'équivoque). Le « p » sera remplacé aussi par un « b » dans *librairie-bapetrie* (cette transcription relève d'une faute, puisque le scripteur a marqué le 2<sup>ème</sup> « p » de la 2<sup>ème</sup> syllabe). *Réparation des félos* (pour dire vélos).

### 2.3.8. Fausses coupes ou aphérèse de l'article.

L'aphérèse de l'article défini « le » ou « la » se déguise, dans les exemples qui suivent, à travers une morphologie d'*addition syllabique*<sup>198</sup>. Par analogie à l'orthographe arabe, le scripteur d'enseigne considérerait que les articles sont collés au nom auquel il se rapporte, et de ce fait ils forment un groupe morphologique raccordé. La démarche préconisée ici en morphologie procède généralement selon une approche de la « morceaologie » élaboré dans les travaux sur la morphologie flexionnelle<sup>199</sup> du français.

- *Pizzeria Glace Ligloo* (pour dire l'Igloo)
- *Lagneau du boucher Mahmoud* (pour dire l'agneau)
- *Alimentation ducoin* (pour dire du coin)
- *Lelectricien de la ville* (pour dire l'électricien)
- *Laccessoire pour les femmes* (pour dire l'accessoire)

<sup>198</sup> L'addition syllabique renvoie à une opération consistant à insérer au début d'un monème un article, qui devient partie intégrante du mot, exemple : « zalamit » c'est cette marque de liaison qui compose le terme allumette au pluriel en arabe algérien.

<sup>199</sup> En renvoyant à une explication de la morphologie qui se contenterait d'un découpage des mots en séquences ou « morceaux » pour décrire les mécanismes de la formation. Or d'un côté tout n'est pas sujet à découpage en morceau (liberté n'est morphologiquement pas découppable) et d'un autre côté on peut construire des néologismes autre que par la façon d'ajouter des morceaux (orange N— orange Adj, souris (animal) — souris (ordinateur)...).

Nous passons maintenant à la présentation de la série des apocopes attestées. Le plus souvent, le scripteur d'une enseigne reprend le procédé classique de la troncation, à savoir l'addition de la voyelle -o en final des termes génériques, comme *resto*, *buro*...

### 2.3.9. L'apocope et la troncation

Il s'agit dans ce cas de procédé d'amputer les lettres finales du monème et de créer de nouveaux termes, susceptibles de générer des incompréhensions quant à leur étymologie. Le plus souvent, cette altération opère sur des noms d'enseigne composé morphologiquement, exemple :

- *Burosta* (pour dire bureau du standard)
- *Burotech* (pour dire bureau du contrôle technique)
- *Caféresto* (pour dire cafétéria et restaurant)
- *Chauss mode* (pour dire chaussure de la mode)
- *La boucher du coin Mansour* (pour dire boucherie)
- *Cafétéria de l'Univers* (pour dire l'Université)

Ces enseignes recensées ont été créées pour abréger la forme composée des noms. Nous pouvons avancer l'hypothèse d'une dénomination *siglique*<sup>200</sup>

### 2.3.10. Apocope par dénasalisation

On peut avancer les mêmes causes de lacune en matière de perception auditive de certains sons, le phonème /ã /-/õ/-/ẽ/ sont le plus souvent dissimulés en finale dans la transcription des noms, produisant ainsi une réduction morphologique des noms, ainsi nous assistons la chute totale de la finale.

- *Boutique de vêtements* ملابس للرجال و النساء
- *Cafétéria du sala*
- *Magazin du Ramadhane*

---

<sup>200</sup> Ce qualificatif renvoie, dans cette catégorisation, à l'opération qui consiste à réduire au maximum le signifiant graphique d'un monème.

Ces suppressions auraient être attribuées à la créativité du scripteur ou à une hypoacousie<sup>201</sup> des voyelles nasales dont l'articulation est sensiblement peu perceptible par les Algériens non scolarisés notamment. L'apocope est parmi les procédés morphologiques les moins répétitifs dans la liste que nous avons recensée.

### 2.3.11. La réduction des lettres

Outre les phénomènes de la chute des lettres initiales et finales, les écritures des enseignes ont aussi subi des altérations par contraction. Il s'agit plus particulièrement de la syncope<sup>202</sup> consistant en la chute d'un ou de plusieurs phonèmes ou syllabes à l'intérieur d'un nom. Pour un français, par exemple, la contraction des segments internes d'un monème pourrait générer une cacophonie et une incompréhension sémantique lorsqu'il aperçoit une enseigne en Algérie. Tel que :

- *Mac mode* (Boutique de cosmétique ; le premier terme renvoie à maquillage de la mode)
- *Cycaf* (correspond à un salon de cyber café)
- *Alimtaion et flexy* مواد غذائية و فليكسي

Nous avons deux types de syncope, l'une qui porte sur les voyelles et on parlera de syncope vocalique, et l'autre portant sur les consonnes, il s'agit de syncope consonantique ou haplogogie.

### 2.3.12. La syncope vocalique

La réduction vocalique est une opération fréquente dans les transcriptions des noms ; le plus souvent on recourt à la contiguïté consonantique, c'est-à-

---

<sup>201</sup>Le terme ici ne renvoie pas à la pathologie auditive, mais à une inertie perceptive.

<sup>202</sup> « En phonétique, la syncope (substantif féminin), du grec *συγκοπή*, *sygkopè* ("retranchement") est un métaplasme consistant en l'amuissement d'un phonème ou plus à l'intérieur d'un mot. Ainsi, prononcer *msieur* pour *monsieur* procède de la syncope. *Monsieur* a par ailleurs subi une syncope à partir du mot *mon seigneur* qui a donné *mon sieur* puis *monsieur*, le « r » final subissant pour sa part une apocope. » [http://fr.wikipedia.org/wiki/Syncope\\_\(linguistique\)](http://fr.wikipedia.org/wiki/Syncope_(linguistique))

dire une succession de consonnes avec amuïssement des voyelles. La suppression d'une voyelle ou plus pourrait entraîner des incompréhensions et le terme pourrait changer de sens.

- Réparateur de frigo (réparateur)
- Toli (tolier)



**Photo 30** Toli (tôlier)

### **2.3.13. La syncope consonantique**

L'absence des consonnes à l'intérieur des mots correspond à une forme d'écriture propre à l'arabe. La gémiation marquée en arabe avec le signe diacritique « w » réduit le dédoublement de la consonne et ce procédé n'existe pas en français. Alors le scripteur automatiquement opère une suppression d'une ou de deux lettres, exemples :

- *Installation de climatiseur* (installation)
- *Equilibrage et parallélisme des voitures* (parallélisme)

Les différentes altérations morphologiques ont une incidence importante sur la sémantique des noms désignateurs de commerce. L'intérêt scientifique d'une telle démonstration réside en ce que la langue source (le français, notamment), une fois empruntée, l'acclimatation s'opère de façon systématique et c'est à ce niveau précisément que l'on peut évoquer la variation diatopique. Ainsi dira-t-on que la plupart des termes ont tendance à se réajuster en fonction du moule morphosyntaxique de la langue d'accueil, en fonction du phonétisme également, ceci en vue de cohabiter harmonieusement avec la langue emprunteuse. Le chapitre suivant sera consacré à une analyse sociolinguistique des discours sur l'affichage commercial. Il s'agit de déterminer les différentes hiérarchisations, catégorisations émanant d'un groupe d'échantillon et nous allons traiter les données selon une approche quantitative et qualitative.

**CHAPITRE VI**

**ANALYSE**  
**SOCIOLINGUISTIQUE**

## 1. Introduction

La « linguistique de terrain »<sup>203</sup> concentre ses investigations sur des corpus oraux ou écrits, autrement dit sur des données observables (de la parole) à l'aide d'un mode de collectage, relevant d'une technique de l'enquête conçue pour une population donnée (échantillonnage). Le choix<sup>204</sup> de la technique relève principalement de trois postures adoptées par le chercheur : soit l'observation directe, soit l'administration d'un questionnaire, soit l'élaboration d'un entretien. De plus, cette démarche de collecte constitue la phase primordiale à tout travail en sociolinguistique, parce qu'elle s'inscrit à l'interface de l'abstrait et du concret des phénomènes socio-langagiers. Dans le présent chapitre, nous tenterons à travers les travaux s'appuyant sur les usages linguistiques qui se prêtent l'observer directe, d'interroger les représentations linguistiques de quelques sujets informateurs sur la perception et la lecture d'une enseigne de commerce, dans une perspective purement qualitative ; est-ce que cette lecture-interprétation identifie l'enseigne comme un jeu de mots et de couleurs ? L'orthographe de ces écrits interpelle-t-elle le regard des passants ou non ? Peut-on parler d'une fonction identitaire de l'enseigne comme le souligne Sautot ;

Au-delà du simple fonctionnement toponymique, l'enseigne propose aussi un affichage identitaire. Dans un même espace graphique se mêlent diverses composantes de l'enseigne (aspects plastiques, iconiques, verbaux, orthographiques) qui construisent cette fonction identitaire de l'enseigne. Elle est la marque d'un lieu certes mais aussi l'indicateur d'une spécificité forte et cela influence la lecture qui en est faite.<sup>205</sup>

---

<sup>203</sup> C. BAYLON, 1996 : *Sociolinguistique : société, langue et discours*, Ed. Nathan (2<sup>ème</sup> édition), p. 25. Cf. également Ph. BLANCHET, 2000, *La Linguistique de terrain. Méthode et théorie. Une approche ethno-sociolinguistique*, Rennes : Presses Universitaires de Rennes.

<sup>204</sup> Le sociolinguiste, le plus souvent dans sa démarche méthodologique, combine ces trois techniques pour avoir des résultats plus au moins exhaustifs et pertinents.

<sup>205</sup> J.-P. SAUTOT & V. LUCCI, 2001 : « Lire dans l'espace urbain : les paradoxes des enseignes commerciales », *Langage et Société*, n°96, p. 34

On pourrait parler d'une construction identitaire de l'enseigne en vue de définir une forme des écrits urbains sous le rapport d'un indicateur sociolinguistique que nous analyserons dans le présent chapitre.

L'intérêt scientifique est de cerner finalement une forme de l'imaginaire linguistique des acteurs sociaux<sup>206</sup> qui se traduit à travers le discours déclaratif, alimenté par la dynamique interactive<sup>207</sup> de l'entretien.

### **1.1. Les étapes de mise au point d'un entretien**

Cette section se propose de donner une vision d'ensemble de la manière de procéder, pour mettre en place la technique de l'entretien depuis son choix jusqu'à la transcription des données recueillies. Nous nous inscrivons *de facto* dans une méthode qualitative, qui privilégie l'approche d'ethnographie de la communication<sup>208</sup>. Nous avons opté pour la méthode de l'entretien libre ou directif dans la mesure où l'interviewé se sent à l'aise et par voie de conséquence collabore activement. Nous nous sommes approché des sujets informateurs, dans un premier temps afin de connaître leur point de vue sur l'objet social(les écrits de la ville), ensuite nous avons pu concevoir quelques questions de façon à identifier les éléments de réponse les plus problématiques et exploitables.

---

<sup>206</sup> Cf. A-M., HOUDEBINE, 2002, *L'Imaginaire linguistique*, Paris, L'Harmattan.

<sup>207</sup> L'interaction semble le catalyseur à produire une parole libre. À cet effet, Clavet et Dumont précisent que « si l'interaction est la réalité première de toutes les pratiques langagières alors elle est également le seul lieu d'authenticité de la parole » J.-L. CALVET et P. DUMONT, 1999 : *L'enquête sociolinguistique*, Ed. L'Harmattan, Paris, p 68.

<sup>208</sup> Cette approche prend en considération les situations et les événements de communications, leurs normes ainsi que le choix des codes. Ces objets et lieux d'analyse constituent un espace commun à la linguistique et à la socio-ethnologie. La perspective est à la fois globale (des types de situations, d'événements, de normes) et locale (analyse de situations concrètes) et relie une macro- et une micro-socio-langagière. Les méthodes d'observation sont celles de l'Ethnographie de la communication et permettent d'observer en situation le *nouage des activités pratiques et symboliques orales et écrites et de décrire des pratiques socio-langagières*. Cf. notamment J.J. GUMPERZ et D. HYMES. (éds), 1964 : « The Ethnography of Communication », *American Anthropologist*, special publication, vol. 66, n° 6, part. 2, Washington DC, American Anthropological Association, 186 p.

## 1.2. *Le matériau de l'enquête*

L'analyse sociolinguistique se focalise exclusivement sur une enquête de terrain permettant l'engrangement systématique des informations. Cette analyse se propose, à l'aide d'un entretien mais aussi d'observations directes des enseignes ainsi que des articles scientifiques et thèses<sup>209</sup> traitant du même phénomène des écrits de la ville, de cerner le point de vue des individus à l'égard d'un affichage publicitaire. Ce travail méthodologique de terrain a pu consolider certaines représentations intuitives préalablement formulées. Il a également, et notamment, participé à affiner graduellement une problématique plus vérifiée. Ce mouvement dynamique entre la théorisation et l'expérimentation, entre les conjectures du chercheur et le matériau de l'enquête, a préparé le terrain pour concevoir la grande question problématique. L'énonciation de cette dernière a connu des réajustements suite à l'émergence des informations collectées au cours de l'enquête.

Le guide d'entretien a été effectué conformément à une grille de questions élaborée dans ce cadre (voir *infra*). Cette grille s'inscrit dans une logique méthodologique particulière qu'il est nécessairement important d'expliquer ici. Le rôle des entretiens ne se résume pas à un jeu dyadique, c'est-à-dire de questions/réponses, mais simplement nous avons opté pour un choix de questions relativement ouvertes au plan du thème déclencheur de la parole. Notre démarche analytique n'a pas la vocation d'infirmier ou de confirmer coûte que coûte le questionnement hypothétique *ex ante*, pour ne pas réduire le corpus soumis à l'analyse à une problématisation déterminée à l'avance.

---

<sup>209</sup> Cf. notamment le mémoire de BAROUCHI, M. 2008, *Approche linguistique de l'enseigne commerciale dans la ville de Sétif*, Mémoire de magister Sous la direction du professeur Derradji Yacine et de FEVRE-PERNET, Ch. 2008, *Onomastique commerciale et genre polysémotique : les catalogues de jouets*. Thèse de doctorat, sous la direction de Michel Roché.

Subséquentement, les questions du guide d'entretien ont été dressées et listées de façon semi-directive : nous avons tenté de nous familiariser avec l'interviewé plutôt que de le contraindre à suivre une série de questions. Notre objectif est d'obtenir une parole fluide et riche d'information. Les raisons qui ont motivé ce choix sont de trois ordres, à savoir ;

1. Un entendement théorique au départ : dans les questions méthodologiques, l'idée d'affiner la question problématique a subi des fluctuations tout au long de l'analyse, et l'aboutissement à un développement final a été concomitant avec l'achèvement de l'enquête. Mettre en place une grille très directive dès le départ de l'investigation empirique semblerait une tâche ardue.
2. Un entendement pratique du terrain d'étude : avant l'entame de l'enquête sur la population cible, on ne connaissait rien du tout de ce groupe choisi fortuitement. L'entreprise s'avérait difficile du fait de l'absence de collaboration des sujets informateurs. Alors les entretiens réalisés restaient individuels et les thèmes abordés étaient larges en vue d'obtenir des informations exploitables.
3. Un entendement relatif à l'objet d'étude en question : le groupe témoin a été interrogé sur une activité de préférence et de goût (questionner le goût des personnes comme lecteur-consommateur sur une affiche de commerce) qui, pour la plupart, relève d'une pratique socioculturelle et langagière.

La grille d'entretien utilisée<sup>210</sup> se présente comme suit. La transcription des entretiens et traduction sont réalisées par nos soins en français.

---

<sup>210</sup> Toutes les questions posées à travers *l'ensemble* des entretiens sont recensées ici. Mais l'ensemble de ces questions n'a pas été posé à *chaque* entretien.

Est-ce que vous lisez des enseignes ? Qu'est-ce que vous voyez à l'intérieur d'une enseigne de commerce ? Connaissez-vous la personne qui fait ces enseignes ? Combien y a-t-il de langues dans une affiche ? Y a-t-il une distinction entre une enseigne installée au centre ville avec celle dans un autre endroit ?

### 1.3. Présentation des éléments recueillis

L'échantillon est composé de dix sujets interrogés dont l'âge varie entre 19 et 63 ans. Ils résident tous dans la ville de Mostaganem. Le choix des informateurs est purement fortuit. L'objectif étant de recueillir des informations potentiellement riches pour conforter nos hypothèses formulées dans le chapitre III.

Données sociologiques	Age	Sexe	Niveau d'instruction	Profession	Lieu de résidence
Sujets informateurs					
<i>Informateur A</i>	42	Masculin	Analphabète	Simple employé	Centre ville
<i>Informateur B</i>	57	Masculin	Licence	Enseignant	Centre ville
<i>Informateur C</i>	36	Féminin	Primaire	Sans	Mazagran
<i>Informateur D</i>	22	Masculin	Universitaire	Etudiant	Salamandre
<i>Informateur E</i>	44	Féminin	Universitaire	Secrétaire	Centre ville
<i>Informateur F</i>	31	Masculin	Lycéen	Sans	Centre de la ville
<i>Informateur G</i>	63	Masculin	Analphabète	Retraité	Cité 5 juillet
<i>Informateur H</i>	42	Masculin	Universitaire	Médecin	Centre ville
<i>Informateur I</i>	19	Masculin	Lycéen	Sans	Tigditt
<i>Informateur J</i>	37	Masculin	Licence	Commerçant	Beymout

Tableau 2 Données sociodémographiques des sujets informateurs de l'entretien

L'idée de travailler sur le discours des acteurs sociaux développé autour d'un objet social (la manière d'identifier des enseignes de commerce) nous

a permis de bien cerner notre problématique et d'affiner nos hypothèses, comme nous l'avons souligné plus haut.

Il se trouve que la perception<sup>211</sup> de cet objet, en milieu urbain, présente un clivage dans la lecture- interprétation de ce support mis en visualisation. Et nous avons émis les quatre hypothèses relatives à la reconnaissance et l'identification des enseignes quelle que soit leur forme ou leur taille. Par ailleurs, nous avons pu établir des catégorisations à partir du discours déclaratif des sujets interviewés, en l'occurrence la catégorie du repérage plastique ou iconique, la catégorie du repérage sémantico-orthographique, la catégorie du repérage linguistique minimal et la catégorie du repérage linguistique maximal. Un corpus<sup>212</sup> de réponses écrites à la question<sup>213</sup> centrale : *Expliquer comment vous lisez et vous identifiez les enseignes, par exemple dans la ville de Mostaganem ?* a été recueilli. Nous allons présenter les réponses en fonction des catégorisations que nous avons établies. Commençons d'abord par l'iconique.

### **1.3.1. Repérage iconique**

Il est vrai que les passants dans les rues des villes sont attirés beaucoup plus par les couleurs et les dessins affichés un peu partout. On dirait que l'affichette exerce une sorte d'attraction spontanée dont la finalité dépendra de chaque expression mise en visualisation. Nous pouvons dire, même confirmer que l'iconique et le symbolique demeurent un langage universelle puisqu'ils n'ont pas besoin de traduction linguistique ou de déchiffrement.

---

<sup>211</sup> Perception ici est dans un sens large, à savoir l'identification, la lecture, le déchiffrement, l'interprétation...

<sup>212</sup> . Ce corpus collationne des réponses spontanées (parfois le sujet s'exprime en arabe algérien et parfois il alterne entre l'arabe et le français), enregistrées en notes manuscrites et en dictaphone, auprès de quelques sujets informateurs résidant à Mostaganem.

<sup>213</sup> . La question ci-dessus était posée et expliquée par l'enquêteur en arabe algérien. (La majorité des sujets informateurs donnent la dénomination suivante à l'enseigne : [plae:kae].

Quand on repère par exemple, dans une enseigne le dessin d'une cuillère et d'une fourchette, on songe systématiquement à un restaurant. Idem pour les couleurs et les dessins renvoyant respectivement aux métiers de la boucherie, de l'alimentation, de la cosmétique, etc. A cet effet, nous avons interrogé le regard de quelques lecteurs d'enseignes de commerce, pour voir de quelle manière arrivent-ils à identifier la nature d'un commerce ou d'une activité commerciale donnée. En voici un sujet informateur qui développe l'idée suivante :

*moi, je ne sais pas lire (...) mais je peux identifier une plaque « enseigne » comme correspondante à une « Boucherie », par exemple ou bien à une boutique d' « Alimentation » (Sujet A)*

Ce monsieur de 42 ans, habitant dans le centre ville de Mostaganem, nous livre sa façon d'identifier une enseigne à l'aide de deux éléments révélateurs, à savoir la couleur et le dessin comme outil de perception plastique. Il ajoute ;

*et beaucoup de « Taxiphones », je peux les identifier à travers la couleur, rouge et bleu, c'est pour les communications téléphoniques... par exemple une boucherie, la tête d'un mouton est un signe révélateur pour moi, c'est la publicité comme la publicité à la télévision... des fois la publicité imité par les plaques comme la vache qui rit, etc. même ma grand-mère qui n'a jamais fait l'école elle connaît les boutiques je pense que c'est grâce à ces couleurs qui se ressemblent à travers toutes les boutiques à Mostaganem... (Sujet A bis)*

Au plan de sa représentation, les dessins et couleurs dont il parle ne sont que la reproduction d'un modèle diffusé dans les médias. Il renforce, en outre, ses propos par l'expression « la publicité à la télévision ». Autrement dit, la conception des enseignes puise dans le modèle publicitaire via l'instrument médiatique (la télévision comme exemple cité ici). De plus, l'informateur souligne un point de ressemblance entre les enseignes abordant des mêmes couleurs, constat que même un membre de sa famille a enregistré.

Un autre sujet s'inscrit dans la même représentation et il affiche effectivement ses impressions à l'égard d'une enseigne « *toutes les enseignes me plaisent, surtout l'élément couleur* ». Quant à l'identification d'une affiche, cette femme de 36 ans évoque sa technique qui consiste à enregistrer le prototype d'un écrit commercial se trouvant dans son quartier pour en repérer un autre ailleurs.

*Toutes les enseignes me plaisent, surtout l'élément couleur, mais je ne comprends pas ce qui est écrit sur les enseignes, et cela ne m'empêche pas d'identifier une boutique à travers l'écriture, comme celle d' « Alimentation » (...) c'est que je mémorise le modèle d'écriture d'une enseigne de mon quartier et j'observe de loin... pour repérer une boutique semblable (...) (Sujet C)*

De plus, cette femme développe une idée selon laquelle les magasins destinés à vendre de l'alimentation ont la même exposition. La vitrine telle qu'elle se présente, apporte des informations sur le commerce exposé, ajoute l'informatrice. Cependant, ce sujet faisait un constat pertinent relatif au changement linguistique d'une enseigne qui n'est pas systématique avec celui de l'activité commerciale. Autrement dit, les commerçants changent d'activité commerciale et gardent toujours la même enseigne qui renseigne sur l'activité antérieure. *Voici un exemple d'enseigne qui garde la première étiquette* : Le constat de la femme consolidé par une photo d'enseigne renseigne effectivement sur ces pratiques.



**Photo 31** Une enseigne paradoxale

Il s'agit d'un marchand de fruits et légumes mais qui garde l'ancien nom commercial (vendeur de pain) en graphie arabe.

Le commentaire du même sujet résume cette situation :

*Généralement, toutes les boutiques d'Alimentation, à Mostaganem, se ressemblent, elles ont presque la même devanture... la devanture renseigne sur la nature du commerce, vous savez pourquoi? Parce que j'ai vu des enseignes dans lesquelles est écrit un type de commerce et à l'intérieur de la boutique tu trouves autre chose... donc on nous montre une chose et on nous vend autre chose qui n'a rien à voir avec la publicité de l'enseigne... (Sujet C bis)*

En marquant son étonnement, ce sujet de 44 ans souligne un point commun qui caractérise les enseignes de la ville de Mostaganem : le principe de ressemblance, au plan de l'icône et des termes usités.

*Moi je suis vraiment étonnée en lisant les enseignes dans la ville de Mostaganem, elles sont toutes semblables, chaque commerçant imite son confrère, surtout les boucheries, (Sujet E)*

La terminologie commerciale présente obligatoirement des invariants, à savoir le terme générique, mais l'élément variable demeure le terme spécifique.

*Ils mettent tous la tête d'un mouton ou celle d'un boeuf, et ils ajoutent (Boucher El Amel) -l'espoir... le terme boucher est obligatoire dans les enseignes, je n'ai jamais lu ou trouvé une enseigne de boucherie où ce terme est absent... boucherie el hourria »la liberté, boucherie el Asdiqa' « des copains », boucherie es salam « la paix » et j'en passe... (Sujet E bis)*

Du point de vue des lecteurs d'enseignes, un jeune homme de 31 ans développe une attitude non-identificatrice du sens dans les affiches. Du point de vue du concepteur de l'enseigne, il considère que la conception même d'une enseigne, en Algérie, se fait de façon anarchique, voire en dehors de toute norme. Du point de vue du commerçant, il réduit la fonction d'une enseigne à son aspect « esthétique » et décoratif. Le commerçant n'accorde pas beaucoup de crédit à son enseigne, la finalité étant de mettre un nom au fronton de sa boutique.

*Je pense que les enseignes n'ont pas un sens en Algérie, d'après ma vision des choses, puisque la majorité des gens ne lisent pas ce qui est écrit la dedans, et je pense que le monsieur qui a une boutique installe une enseigne pour l'esthétique c'est tout. Il faut prendre en considération tous ces paramètres pour la simple raison que je dois faire de la publicité mais cette publicité n'obéit pas à une norme, on écrit n'importe comment, on dessine ce qu'on veut dessiner, on installe de façon anarchique l'essentiel, j'ai une boutique disposant d'un nom. (Sujet F)*

De l'identification iconique on passe à celle de la graphie et du sens, ceci pour la simple raison que quelques sujets ont un certain niveau d'instruction.

### 1.3.2. Repérage sémantico-orthographique

La lecture-interprétation d'une affiche commerciale requiert forcément une compétence orthographique et sémantique. Ceci pour la simple raison que l'enseigne est conçue « pour être lue »<sup>214</sup>. A cet effet, Sautot souligne que « *la figure orthographique est capable d' [...] installer l'identité du commerce [...] En utilisant l'orthographe comme argument rhétorique, l'enseigne s'attaque aux représentations sociales que l'orthographe véhicule* »<sup>215</sup>. En outre, cette capacité orthographique façonne la culture et la citoyenneté de l'individu, elle en fait un « bon citoyen » ; l'auteur ajoute que « *l'orthographe fait partie du patrimoine historico-culturel de la nation. Par extension une bonne compétence orthographique révélerait un bon citoyen [du monde]* ».<sup>216</sup>

Un enseignant de 57 ans développe un discours autour de l'orthographe utilisée dans une enseigne donnée. Il rejoint, dans sa perception, le groupe de la catégorie iconique, quand il évoque la boucherie, en voici un extrait :

*Quand je vois, par exemple, une tête de veau, c'est-à-dire dessinée sur une enseigne, cela veut dire, systématiquement pour moi, c'est une « Boucherie » (...)(Sujet B)*

Par contre, il éprouve des difficultés en lisant une enseigne en caractère arabe. Une non-identification de la forme orthographique et sémantique est pondérée par un caractère alphabétique latin. Il souligne ;

*parfois je n'arrive pas à déchiffrer des enseignes écrites en arabe, mais quand elles sont transcrites en français, je comprends aisément (...) et parfois aussi des mots en anglais, j'arrive à les lire parce qu'ils sont écrits dans l'alphabet français... (Sujet B bis)*

---

<sup>214</sup> Il s'agit d'une expression d'un sujet informateur B.

<sup>215</sup> J.-P. SAUTOT & V. LUCCI, *ibid.*, p. 39

<sup>216</sup> J.-P. SAUTOT & V. LUCCI, *ibid.*, p. 39

De la lecture il passe à un constat de l'écriture des enseignes. Il considère que ces écrits sont entachés d'erreurs<sup>217</sup> puisque le scripteur n'a pas la qualification pour cette pratique. Une enseigne installée dispose de deux fonctions, à savoir la présentation iconique et plastique (fonction esthétique) et la lisibilité inhérente à l'orthographe et la langue utilisée (fonction pédagogique). Il tente, par ailleurs, d'amener l'enquêteur à adhérer à son point de vue « *je ne sais pas si vous êtes d'accord avec moi ou pas ?!* ». Le problème de ces dysfonctionnements, au plan de l'écriture de ces supports commerciaux, est dû à la formation du scripteur. Nous souscrivons à cette idée dans la mesure où les enseignes recensées présentent des anomalies orthographiques aussi bien en français qu'en arabe (Cf. Chapitre III).

*mais vraiment les fautes d'orthographe sont beaucoup fréquentes en français... ça montre quoi ? Ça montre que celui qui écrit l'enseigne n'a pas fait une formation dans ce domaine, ce n'est pas n'importe qui (bis) vient et il prend le pinceau pour écrire, pour moi l'enseigne est faite pour être vue, voire pour être lue, je ne sais pas si vous êtes d'accord avec moi ou pas ?! L'essentiel, celui qui écrit l'enseigne c'est un simple peintre c'est tout, il dessine des caractères et des formes, il mêle des couleurs, il s'en fout pas mal de la langue des enseignes... c'est pour cela il y avait ce problème... (Sujet B bis)*

L'informateur parle, dans ce cas, d'un scripteur peu expérimenté qui maîtrise quelques rudiments de la peinture, pour reprendre l'expression du sujet B.

---

<sup>217</sup> V. LUCCI, dans sa présentation de l'ouvrage *Des écrits de la ville*, a relevé également le même constat et l'a présenté comme suit : « il n'est qu'à prêter l'oreille à ces adultes inquiets devant ces affiches et enseignes où "on fait des fautes d'orthographe", où l'image "pervertit" l'écrit, et où "tout semble permis", comme s'il y avait risque de contamination des valeurs enseignées à l'école. Ce besoin d'attirer le regard, de le capter (relevant d'une fonction attractive), qui prime sur le texte qui dit, fait des citoyens des "sujets" qui voient probablement une part de leur liberté de lecture restreinte. » V. LUCCI, 1998, « Présentation », In. *Des écrits dans la ville. Sociolinguistique des écrits urbains : l'exemple de Grenoble*, Dir., Vicent Lucci et Agnès Millet et Alii., Ed. L'Harmattan, Paris. p. 16.

Manifestement, Le sujet D déclare être capable de déchiffrer l'ensemble des enseignes à l'échelle mondiale, à une seule condition qu'elles soient transcrites en caractère latin et / ou arabe. De plus, il s'interroge sur la pratique de l'écriture de certaines enseignes en caractère latin alors que le terme est de consonance arabe.

*Je peux lire toutes les enseignes du monde, mais elles doivent être écrites soit en arabe, soit en français (...) parfois tu trouves des mots dans des enseignes écrites dans un alphabet français, mais c'est des mots arabes (...) pourquoi ils n'écrivent pas ces mots dans un alphabet arabe ? (Sujet D)*

Dans une autre réflexion pour appuyer ses arguments, il fait le parallélisme avec la façon d'écriture d'une enseigne en France. Il estime que les Français n'installent pas des plaques dans lesquelles figure l'écriture en alphabet arabe, parce qu'ils ne savent pas déchiffrer les lettres en arabe.

*En France, on écrit des enseignes en arabe !? Impossible... je ne suis pas sûr que tous les français comprennent les enseignes écrites en arabe, mais nous oui, il y a une grande majorité qui est bilingue, elles comprennent et le français et l'arabe... (Sujet D bis)*

Ensuite, il thématise le plurilinguisme en évoquant le statut des langues au sein de la société. Il illustre le cas du français en Algérie en énumérant les différents domaines d'usage et il conclut avec une idée de rapport de force, une sorte de « concurrence » entre l'arabe et le français, au plan de la répartition fonctionnelle. Ainsi la langue française occupe-t-elle une place importante dans l'environnement sociolinguistique algérien.

*mais de toute les façons presque toutes les sociétés du monde connaissent ce phénomène de l'existence de deux ou plusieurs langues, ce n'est pas nouveau et puis soit la reconnaissance de ces langues soit elle est officialisée par l'état soit légitimée par la société ou le peuple en la pratiquant , c'est ça qui donne un statut, à mon sens, à une langue dans une société, en Algérie par exemple, même le français n'est pas reconnu comme une langue officielle, mais elle est présente dans notre environnement, elle est dans la presse, dans les*

*conversations de tous les jours, dans les écrits administratifs, dans les supports d'affichage, dans tous les domaines, c'est la seule langue qui rivalise la langue arabe, c'est la réalité on ne peut pas nier ça ... (Sujet D bis)*

### **1.3.3. D'autres lectures et d'autres lecteurs**

Le sujet G exprime sa façon d'identifier un commerce par une incapacité de déchiffrement, autrement dit il est victime d'un handicap que Sautot et Lucci le définissent comme « *le fait d'adultes en difficultés vis-à-vis de l'orthographe. Le rapport que le lecteur entretient avec l'orthographe est projeté dans l'enseigne. Un vécu difficile, scolaire puis professionnel, avec le code écrit incite le lecteur à la méfiance dès lors que l'objet de son apprentissage imparfait s'offre publiquement à la vue* ». <sup>218</sup> Voici les déclarations de ce sujet :

*Je ne lis pas et je ne comprends pas ce qui est mis sur une enseigne. Je me dirige directement vers le vendeur et je lui demande, de me donner telle chose ou telle autre... c'est plus fort que moi, je ne sais pas lire... (Sujet G)*

Donc le fait de déclarer devant l'enquêteur cette incapacité de déchiffrement, conforte l'idée d'une catégorie de consommateur non ratifié, autrement dit absent du schéma de communication pour saisir la signalétique urbaine.

*La plupart des enseignes se trouvent au centre ville, mais elles ne sont pas lumineuses pendant la nuit, parce que, à Mostaganem, centre ville surtout, les boutiques ferment généralement à 18h:00mn (...) moi, ce qui me plaît, c'est les écrits des jeunes sur les murs, surtout dans les cités –bâtiments- (Sujet I)*

Voici un témoignage d'un jeune qui thématise les écrits sauvages et leur fonction sociolinguistique. Donc, pour lui, l'enseigne n'a pas une grande importance puisqu'elle ne véhicule pas une certaine expression de

---

<sup>218</sup>J.-P. SAUTOT & V. LUCCI, *ibid.*, p 05.

contestation ou d'indignation comme les tags et les graffitis. Ce jeune explique, d'ailleurs et sans qu'on lui demande, la situation socioéconomique d'une tranche d'âge de la population (les jeunes) estampillant en filigrane la précarité de leur situation sociale et identitaire. Ce sujet considère les remparts de la ville comme le lieu d'extériorisation des revendications légitimes, mais il conteste la façon de dire ce genre d'écrits sur les murs.



**Photo 32 Jeune**

*(...) tu trouves les insultes, les obscénités, des noms de rappers, comme R.N.B, 2Pac. (...) mais ce n'est pas bien les insultes, nous sommes musulmans (...) mais qu'est ce que tu veux que je te dise, ces jeunes n'ont pas de travail, c'est des chômeurs, l'impécuniosité, donc ils insultent l'Etat sur les murs... (Sujet I)*

De l'expression de la jeunesse révoltée à celle d'un commerçant portant un discours positif sur l'importance d'installer une enseigne de commerce. Ce vendeur estime que l'affichage commercial, outre sa fonction esthétique, attire les regards des flâneurs et s'impose à la visibilité et à la lisibilité des lecteurs dans l'espace public. Voici ces déclarations.

*Les gens passent et ils n'accordent pas d'intérêt aux enseignes, mais moi malgré tout je dois afficher une, c'est obligatoire, ça fait beau aussi... je me suis rendu compte finalement que une enseigne donne beaucoup de sens à notre commerce, c'est-à-dire quand tu mets par exemple 'alimentation ou boucherie ou pizzeria' ce n'est pas gratuitement ça, ça a un sens, elle oriente le regard des passants, elle s'impose et parle d'elle-même... (Sujet J)*

Un autre sujet insiste davantage sur la question de la normalisation des écrits d'enseigne et sur les objets traceurs. Dans sa représentation, et c'est un constat que nous avons fait, les enseignes de commerce sont écrites selon une manière chaotique, à l'exception de quelques unes relevées par le sujet informateur qui présentent les qualités requises d'une enseigne commerciale.

*Je te dis une chose mon ami, il n'y a pas une technique d'écriture qui obéit à une norme...tu as un pinceau, tu peux écrire ce que tu veux,...dommage !! Excepté les enseignes des Cybercafés ou bien des Bijouteries, des Parfumeries...Je pense qu'elles sont bien écrites, bien présentées ; moi je parle ici des enseignes qui existent au centre ville, parce que dans d'autres lieux loin du centre ville comme par exemple à Tigditt, ou la Cité 5 juillet, il n'y a pratiquement pas de plaques, c'est le désert... (Sujet H)*

## **1.4. Analyse quantitative**

Par analyse quantitative, nous entendons l'ensemble des opérations statistiques pour décrire les caractéristiques sociodémographiques des sujets informateurs, en vue d'une meilleure visibilité des données recueillies concordant, plus au moins avec l'esprit de notre démarche méthodologique tracée initialement. La finalité étant de garantir une fiabilité scientifique des résultats et d'interpréter ainsi les données. Notre choix porte sur une construction des échelles combinées avec des graphes et des camemberts.

### **1.4.1. Dépouillement du questionnaire**

Nous avons administré une centaine de questionnaires rédigés en français et en arabe. On en a collecté quatre vingt deux et les sujets informateurs sont de différents âges allant de 16 à 80 ans des deux sexes confondus, à savoir 36 de sexe féminin contre 46 de sexe masculin. La profession des sujets relève de plusieurs métiers, du libéral au fonctionnaire de l'état en passant par les retraités et ceux qui mènent une vie oisive (soit des chômeurs, soit des personnes limogées). Voici ci-dessous un modèle de questionnaire administré à l'échantillon.

		Sujet Informateur n°
DONNEES SOCIO-DEMOGRAPHIQUES		Age
		sexe
		Lieu de résidence
		Niveau d'éducation
		Situation familiale
		Profession
QUESTIONS	Selon vous, dans une enseigne de commerce, quelle est la chose qui attire votre regard le plus ?	<i>Ce qui est écrit à l'intérieur</i>
		<i>Les couleurs</i>
		<i>Les dessins</i>
		<i>Les motifs</i>
		<i>Autre (précisez)</i>
	Les langues qui sont utilisées à l'intérieur des enseignes relèvent-elles	<i>De l'arabe</i>
		<i>Du français</i>
		<i>De l'anglais</i>
		<i>De l'arabe de la Daridja</i>
		<i>Autre (précisez)</i>

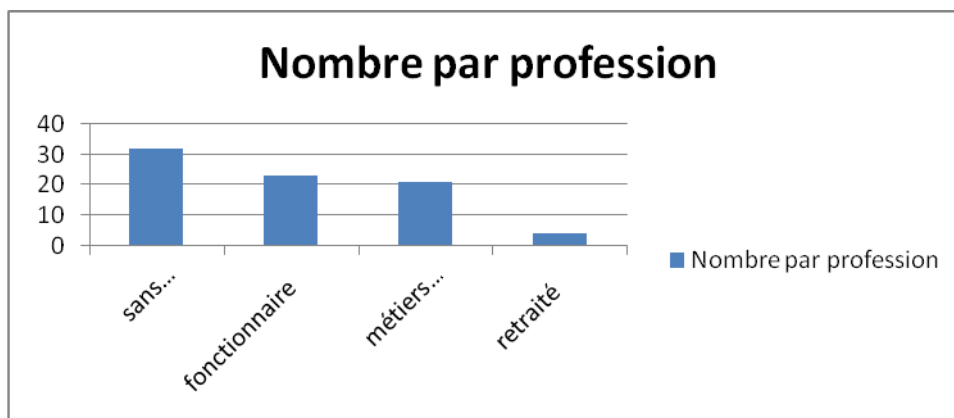
Tableau 3 Modèle du questionnaire administré aux sujets informateurs

### 1.4.2. La profession des sujets informateurs

Nous avons opté pour un choix contrasté des sujets informateurs, quant à leur profession. L'intérêt pour nous est d'accroître la possibilité d'avoir des réponses nuancées en étroite corrélation avec la nature de la profession. Cependant, pour les réponses motivées pour la lecture-interprétation du contenu de l'enseigne de commerce, il s'avère que la chose la plus importante chez les individus des métiers libéraux, pour ne pas tirer des conclusions hâtives, serait l'écriture et les éléments d'ornement plastique, à savoir la couleur et les dessins. En deuxième position, nous retrouvons les fonctionnaires de l'état qui, manifestement, sont intéressés par les écritures comme moyen de déchiffrement des enseignes.

Nature de la profession	Nombre par profession	Pourcentage
Sans profession	32	40%
Fonctionnaire	23	29%
Métiers libérales	21	26%
Retraité	4	5%
Total	80	100%

**Tableau 4 Répartition des professions selon le nombre des sujets**



**Graphe 1** *Nombre par profession des sujets*

Donc, on voit sur l’histogramme que la catégorie dominante des répondants au questionnaire est de 40 % de la population en chômage contre celle qui se trouve en activité, soit 29 % relatif aux fonctionnaires et 26% relatif aux métiers libéraux; la catégorie des retraités étant peu représentative s’assimile, par défaut, à la catégorie sans profession, ce qui donne 45% de la grande catégorie(A) sans profession face à 55% de la grande catégorie(B) en activité(Cf. *supra*. tableau 1). Ce clivage semble pertinent, dans la présente analyse, puisque la représentation sociolinguistique d’un individu inactif face à celui qui travaille pourrait constituer un facteur de variation linguistique, notamment au plan de la lecture-interprétation. A la question : *Selon vous, dans une enseigne de commerce, quelle est la chose qui attire votre regard le plus ?* 56 réponses émanant des sans professions déclarent qu’ils sont interpellés davantage par les couleurs et les dessins d’une enseigne de commerce (contenu chromatique), ensuite la perception du contenu graphique semble secondaire, à savoir 14 réponses.

Par contre, la catégorie (B) atteste, en priorité, une lecture du contenu graphique des enseignes, soit 27 réponses. L’identification des couleurs et des dessins, visiblement, n’attire pas beaucoup leur attention comme l’écriture. (Voir tableau. 2).

		Profession des sujets informateurs			
		Professions libérales	Fonctionnaires de l'état	Retraités	Sans professions
Selon vous, dans une enseigne de commerce, quelle est la chose qui attire votre regard le plus ?	<i>Ce qui est écrit à l'intérieur</i>	17	19	4	14
	<i>Les couleurs</i>	14	10	1	20
	<i>Les dessins</i>	11	5	∅	19
	<i>Les motifs</i>	3	∅	∅	2
	<i>Autre</i>	∅	∅	∅	1

**Tableau 5** Nombre de Réponses des sujets à la première question croisé avec la variable profession

A la question : les langues qui sont utilisées à l'intérieur des enseignes relèvent-elles de : 1- l'arabe ; 2- du français ; 3- de l'anglais ; 4- de l'arabe de la daridja, nous avons pu récolter les réponses suivantes croisées avec la variable *profession*, à savoir 32 réponses des sujets qui travaillent identifient que la langue arabe est omniprésente dans les affichages commerciaux contre 15 réponses des sujets qui sont inactifs. La langue française bat le record puisqu'elle demeure la langue la plus visible pour les passants, à savoir 43 réponses pour les travailleurs avec ceux des métiers libéraux et 29 réponses pour ceux qui ne travaillent pas.

		Profession des sujets Informateurs	
		Professions libérales & Fonctionnaires de l'état	Retraités & Sans professions
Les langues qui sont utilisées à l'intérieur des enseignes relèvent-elles	<i>De l'arabe</i>	32	15
	<i>Du français</i>	43	29
	<i>De l'anglais</i>	∅	6
	<i>De l'arabe dardja</i>	3	5

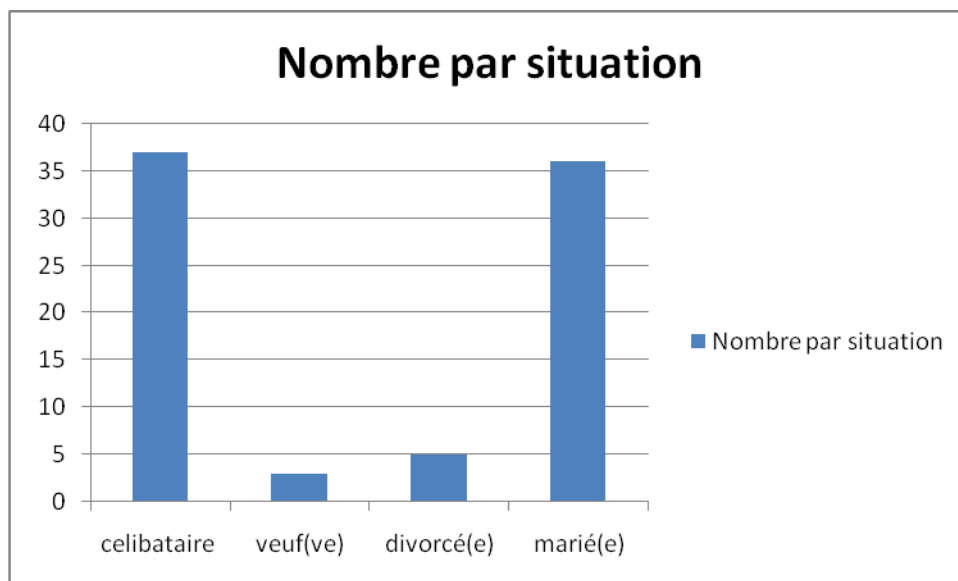
**Tableau 6** *Nombre de Réponses des sujets à la deuxième question croisé avec la variable profession*

L'identification des langues est à dominante française. On ne perçoit que de l'alphabet français là où on se dirige à telle enseigne que même des expressions en arabe sont retranscrites en caractères latins. La langue arabe est moins visible sur les supports d'affichage, à savoir 47 sujets déclarent avoir identifié l'arabe à travers les enseignes, face à 71 réponses identifiant le français comme langue ubiquitaire. Cette identification traduit la puissance attractive du français telle qu'elle se trouve dans l'environnement graphique algérien.

#### 1.4.3. La situation familiale des sujets informateurs

Situation familiale	Nombre par situation
Célibataire	37
Veuf (ve)	3
Divorcé(e)	5
Marié(e)	36

**Tableau 7** *Classification et Répartition des sujets par nombre de situation*



**Graphe 2 Représentation graphique de la situation familiale des informateurs**

D'après le tableau et le schéma ci-dessus, la situation familiale des sujets informateurs semble équilibrée, en l'occurrence le nombre de mariés est quasiment identique à celui des célibataires.

**Situation familiale des sujets Informateurs**

		Célibataires	Marié(e)s	Divorcé(e)s	Veuf (ve)s
Selon vous, dans une enseigne de commerce, quelle est la chose qui attire votre regard le plus ?	<b><i>Ce qui est écrit à l'intérieur</i></b>	22	31	3	1
	<b><i>Les couleurs</i></b>	24	21	2	1
	<b><i>Les dessins</i></b>	19	13	2	1
	<b><i>Les motifs</i></b>	2	2	2	∅

**Tableau 8 Nombre de Réponses des sujets à la première question croisé avec la variable situation familiale**

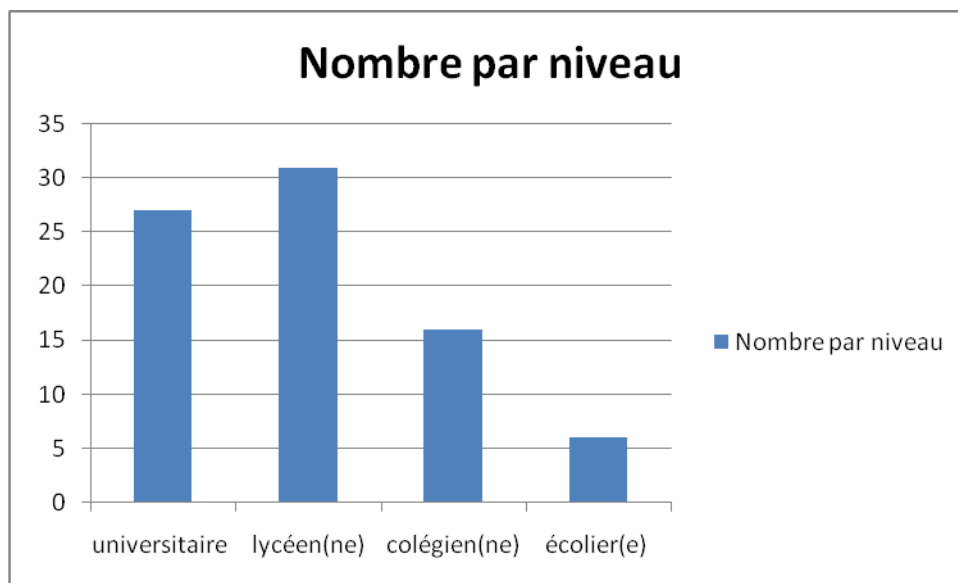
La catégorie des divorcés et des veufs, paradoxalement aux autres grandes catégories précitées, semble peu représentative. Les réponses que nous avons pu recueillir offre des données intéressantes, quant aux choix de

lecture des enseignes. La catégorie des mariés est attirée par le contenu écrit des enseignes, soit 31 réponses contre 22 des célibataires. Les couleurs et les dessins, à l'intérieur d'une enseigne, interpellent davantage les célibataires que les mariés, soit 46 réponses contre 34.

#### 1.4.4. Le niveau d'éducation

Niveau d'éducation	Nombre par niveau
Universitaire	27
Lycéen(ne)	31
Collégien(ne)	16
Ecolier(e)	6

**Tableau 9** Classification et Répartition des sujets par niveau d'éducation



**Graphe 3** Représentation graphique du niveau d'éducation des informateurs

Les lycéens et les universitaires sont la population la plus représentative de l'échantillon. Les deux catégories, d'ailleurs, renvoient à la tranche d'âge jeune, à savoir entre 20 et 35 ans.

### Niveau d'éducation des sujets Informateurs

	Primaire	Collège	Lycée	Université	
Selon vous, dans une enseigne de commerce, quelle est la chose qui attire votre regard le plus ?	<b><i>Ce qui est écrit à l'intérieur</i></b>	4	7	22	21
	<b><i>Les couleurs</i></b>	5	9	20	11
	<b><i>Les dessins</i></b>	4	2	14	8
	<b><i>Les motifs</i></b>	∅	1	1	3

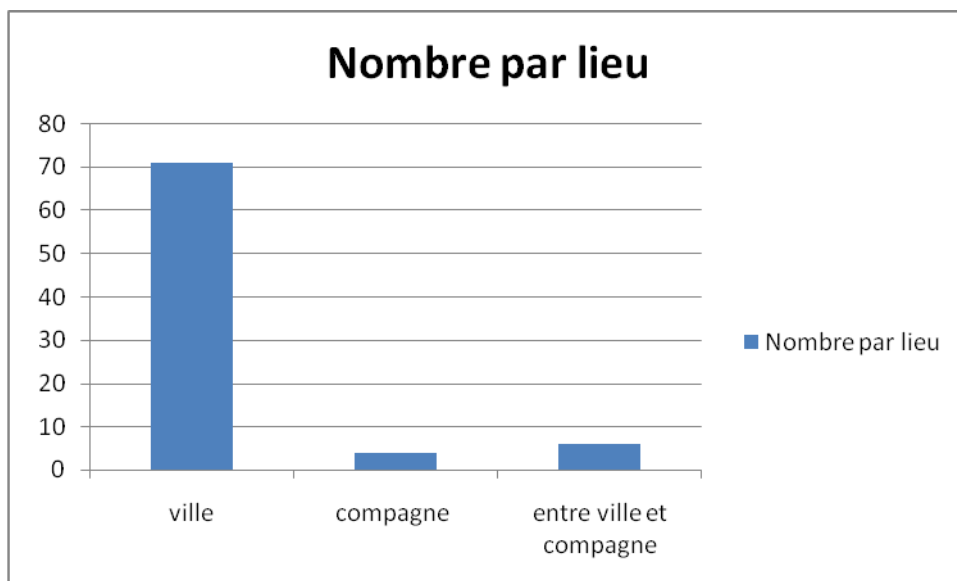
**Tableau 10** *Nombre de Réponses des sujets à la première question croisé avec la variable niveau d'éducation*

Les deux grandes catégories représentées dans le schéma 3-3. Lisent le contenu écrit des enseignes ; outre la lecture du contenu écrit, les lycéens sont beaucoup plus sensibles aux couleurs et aux dessins qui correspondaient, probablement, à leur psychologie.

#### 1.4.5. Le lieu de résidence

Lieu de résidence	Nombre par lieu
ville	71
campagne	4
entre ville et campagne	6

**Tableau 11** *Classification et Répartition des sujets par lieu de résidence*



**Graphe 4** Représentation graphique du nombre par lieu de résidence des informateurs

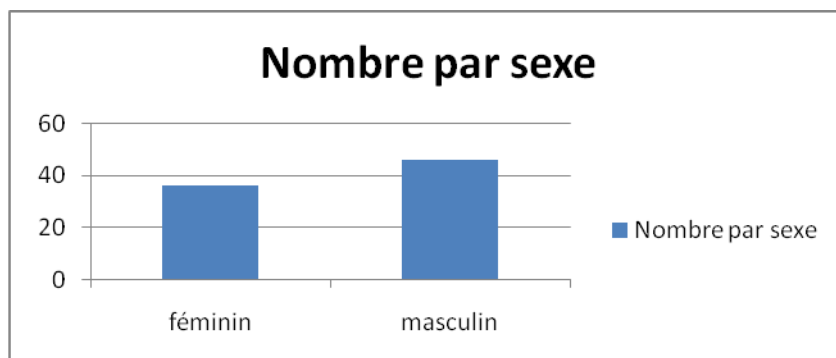
Pour la variable « lieu » croisée avec les réponses des informateurs, nous dirons que la majorité des répondants sont issus d'un milieu urbain, ce qui donne un résultat unipolaire, à savoir les passants dans les villes sont, par définition, consommateurs actifs des affiches commerciales. Donc, une comparaison fructueuse n'aura pas lieu d'être en l'absence d'un deuxième pôle et ce paramètre semble peu pertinent.

#### 1.4.6. Le sexe des sujets informateurs

Sexe des informateurs	Nombre par sexe
féminin	36
masculin	46

**Tableau 12** Nombre des sujets informateurs par sexe

La composante des sujets informateurs est à dominante féminine, mais le schéma ci-dessous reflète une répartition numérique assez proche. L'idée de croisée la variable « sexe » des informateurs et la question pourrait être intéressante dans la mesure où les femmes et les hommes ont des choix tendancieux à l'égard des objets.



**Grphe 5 Représentation graphique du nombre par sexe des informateurs**

Interrogés sur l’objet d’attraction d’une enseigne donnée, les deux sexes manifestent un clivage dans la sélection et la perception des contenus ; chez les sujets de sexe féminin, l’identification des éléments contenus dans une affiche sont en priorité l’écriture, soit 29 réponses ; les autres éléments d’ornement plastique sont peu importants, soit 30 réponses. Par contre, pour les sujets de sexe masculin, l’identification se fait exclusivement via la perception des couleurs et des dessins<sup>14</sup>, soit 50 réponses ; ensuite, en deuxième position, vient le contenu graphique, soit 27 réponses.

Le sexe des sujet informateurs			
	Féminin	Masculin	
Selon vous, dans une enseigne de commerce, quelle est la chose qui attire votre regard le plus ?	<i>Ce qui est écrit à l'intérieur</i>	29	27
	<i>Les couleurs</i>	14	31
	<i>Les dessins</i>	14	19
	<i>Les motifs</i>	2	4

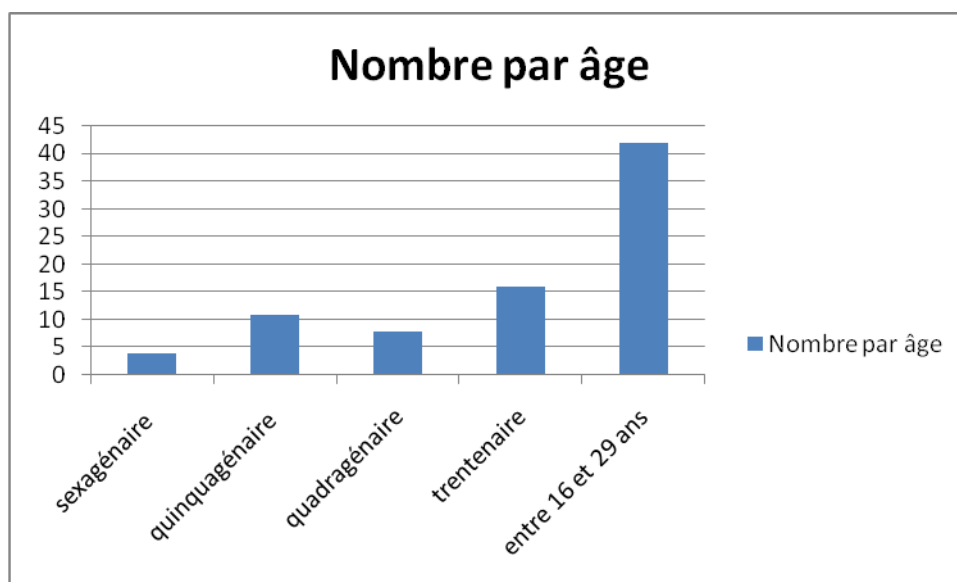
**Tableau 13 Nombre de Réponses des sujets à la première question croisé avec la variable sexe des informateurs**

#### 1.4.7. La tranche d'âge des informateurs

Age des informateurs	Nombre par âge
sexagénaire	4
quinquagénaire	11
quadragénaire	8
trentenaire	16
entre 16 et 29 ans	42

Tableau 14 *Nombre des sujets informateurs par tranche d'âge*

L'âge des informateurs est dominant dans cet échantillon. En d'autres termes, plus de 60% de la population interrogée s'inscrit dans la catégorie jeune et l'autre catégorie (quarante ans et plus) ne représente qu'une minorité. Nous tenterons de montrer que l'âge des deux catégories constitue un facteur de variation. Voici l'histogramme représentant la répartition des groupes d'âge en fonction d'un critère homogène.

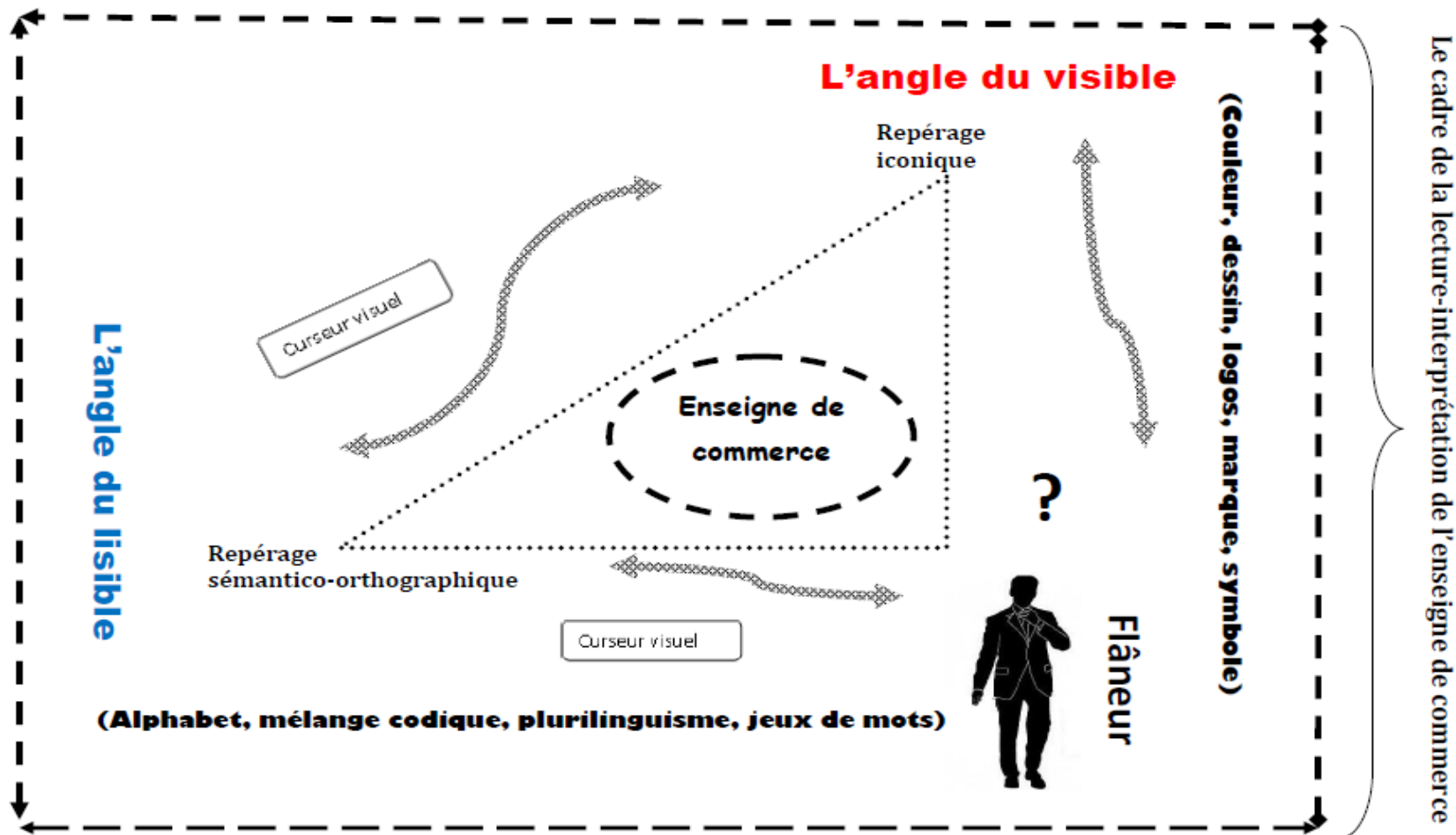


Graph 6 *Représentation graphique du nombre par tranche d'âge des informateurs*

		Age des sujets Informateurs				
		Sexagénaire	Quinquagénaire	Quadragénaire	Trentenaire	Entre 16 et 29 ans
Selon vous, dans une enseigne de commerce, quelle est la chose qui attire votre regard le plus ?	<b><i>Ce qui est écrit à l'intérieur</i></b>	1	9	8	11	27
	<b><i>Les couleurs</i></b>	2	5	2	11	30
	<b><i>Les dessins</i></b>	1	3	2	12	19
	<b><i>Les motifs</i></b>	∅	∅	∅	1	5

**Tableau 15** Nombre de Réponses des sujets à la première question croisé avec la variable sexe des informateurs

La catégorie jeune (entre 16 à 36ans) accorde beaucoup plus d'importance à tous les éléments contenus d'une enseigne commerciale, soit 127 réponses. Comme une première explication à ce phénomène, cette tranche d'âge apprend, machinalement, à identifier l'environnement, dans sa dimension la plus étendue. L'enregistrement des images, des écrits et des motifs par les jeunes déterminent l'une des formes du rapport de l'homme à son environnement immédiat, voire à sa niche écologique. Il s'agit d'un passage incontournable pour tout individu s'inscrivant dans un contexte social, d'où *l'individuation sociolinguistique* façonnant les personnalités des individus.



Modélisation 4 *La dynamique de lecture-interprétation de l'enseigne de commerce par un flâneur*

## 1.5 Bilan

Au plan théorique et méthodologique, l'enquête menée auprès des sujets informateurs<sup>219</sup> a pu livrer des résultats intéressants puisqu'elle revêt un double intérêt. D'une part, une modélisation globale sur l'activité de lecture-interprétation d'un support d'affichage commercial (enseigne de commerce) en interaction directe avec un *flâneur simulé*, collationne les différentes instances susceptibles de nourrir notre réflexion théorique en dégagant des conclusions pertinentes, en vue de valider les hypothèses formulées dans le chapitre III (tester le choix méthodologique de la démarche hypothético-inductive, entre autres). D'autre part, la modélisation hypothétique présentée ci-dessus traduit fidèlement les catégorisations émanant des acteurs sociaux interrogés *in vivo*.

Il s'agit, d'ailleurs, d'une tentative expliquant la dynamique sociolinguistique des discours<sup>220</sup> sur la ville et sur les traces ostentatoires<sup>221</sup> générateurs de significations produites par un *scripteur* d'enseigne et par un lecteur-flâneur de cette dernière.

Premièrement, le lecteur-flâneur d'une enseigne opère un balayage<sup>222</sup> à l'aide de son *curseur visuel* sur une surface plane installée<sup>223</sup>, généralement, à la rentrée d'une boutique ou d'un magasin. Et cette opération, dans la plupart des cas, survient lorsqu'un passant s'apprête à acheter un produit quelconque ou bien quand il oriente son regard vers un

---

<sup>219</sup> . Il s'agit des questionnaires et des entretiens réalisés, en trois ans, auprès d'un public cible défini dans les sections précédentes.

<sup>220</sup> . Le terme *discours* renvoie explicitement aux représentations linguistiques des acteurs sociaux (lecture, catégorisation, déchiffrement, interprétation, identification et repérage des écrits de la ville).

<sup>221</sup> . Cet adjectif qualifie l'ensemble des traces sémiologiques relevées dans notre corpus, qui sont secondaires dans le cadre de la présente analyse, mais constituant un élément non-négligeable dans l'activité de lecture-interprétation. D'un point de vue terminologique, il est vrai que ce qualificatif se déploie sur une acception forte, mais son choix découle indéniablement de son caractère congru.

<sup>222</sup> . Cette action est à prendre dans son sens technique et méthodique du terme consistant à parcourir les différents points à l'intérieur d'une surface.

<sup>223</sup> . L'installation des enseignes diffère d'une boutique à l'autre ; certaines sont suspendues, d'autres au dessus de la boutique, il y a aussi celles qui ornent la devanture, bref la forme des enseignes adopte des positionnements géométriques : oblique et transversal, angulaire, vertical, horizontal, etc.

lieu de commerce, autrement dit le geste qu'il réalise n'est pas programmé à l'avance, mais il relève surtout d'un comportement spontané. Il marque, donc, un temps d'arrêt devant le magasin avant d'y pénétrer et même, en se dirigeant vers l'édifice commercial, l'opération du déchiffrement et de lecture se déclenche simultanément. A ce moment là, nous assistons à une lecture sélective que le curseur visuel enregistre rapidement (le registre de l'information s'opère entre 5 à 40 secondes au niveau cérébral).

Deuxièmement, dans la modélisation, nous préférons utiliser le terme *angle de vue* à la place de points *de vue*, parce qu'il correspond à un acte de lecture à la fois individuelle et plurielle puisqu'il s'agit d'une lecture relevant de la catégorisation du sens social à l'égard des objets sociaux. Par contre, la deuxième expression revêt un caractère éminemment scolaire et savant, et notre propos ici ne vise pas à cerner une compétence acquise dans un processus de formation scolaire ; il s'agit de comprendre la nature des représentations sociolinguistiques à l'égard d'un objet ayant une signification sociale et disposant d'une fonctionnalité de marketing. Pour inscrire, globalement, cette activité de déchiffrement social, nous définissons le champ dans lequel se déroule l'interaction *Flâneur/Enseigne* par *Le Cadre de la lecture-interprétation de l'enseigne de commerce* (cf. À droite de la modélisation en position verticale comme intitulé de l'accolade).

De plus, en fonction du discours déclaratif des sujets informateurs, nous pouvons amorcer une tentative de description relative à la dynamique de cette lecture-interprétation en proposant deux tendances dominantes qui se dégagent de cette activité psycho-sociolinguistique : *l'Angle du visible* et *l'Angle du lisible*<sup>224</sup>.

---

<sup>224</sup> . L'angle du lisible est aussi de l'ordre du visible, simplement il dépasse le premier parce qu'il mobilise d'autres ressources d'encodage et de décodage.

### *L'angle du visible*<sup>225</sup> :

Sous cet angle de vue, nous rangeons diverses propriétés matérielles de type chromatique, figuratif, symbolique et plastique. Il s'agit de déterminer les traces sémiographiques produites par « l'homme sémiologique et sociologique » dont l'identification à l'intérieur de l'espace urbain, d'après Lucci, n'est pas assimilée forcément à un « oral ». Le « visible » et le « lisible » sont envisagés et réalisés à l'aide d'une « *volonté de communiquer* » et de l'existence d' « *une communauté de décodeurs-spectateurs-lecteurs de signe qui leur est inhérent.* ».<sup>226</sup> Nous énumérons, donc, les éléments constitutifs du *visible* :

1. Les couleurs sont l'élément le plus saillant dans le repérage iconique puisqu'elles sont manifestement le reflet de la luminosité perçue par la rétine.
2. Les dessins et les photos possèdent les caractéristiques de chosification<sup>227</sup> comme idéalisation-embellissement de l'objet de perception.
3. Les logos, les marques, les pictogrammes et les symboles fonctionnent comme des estampilles ou des indications potentielles pour s'enquérir de l'identité du commerce.

---

<sup>225</sup> Il s'agit d'un langage spécifique à ce type d'écrit urbain que A. Millet souligne comme un « langage visuel [qui] n'est pas nécessairement assimilable à [l']écrit-même si on parle communément de lecture pour référer à la compréhension de tout message visuel. Ainsi, s'il est vrai qu'une des caractéristiques de l'écrit est d'être perçu par la vue, ce seul critère ne suffit pas à définir le signe écrit. (...)Le signe écrit sera donc défini comme un signe inscrit sur une surface, plane par définition. ». A. MILLET, 1998, « La ville : un espace socio-sémiotique », *In. Des écrits dans la ville. Sociolinguistique des écrits urbains : l'exemple de Grenoble. Dir.*, Vicent Lucci et Agnès Millet et Alii., Ed. L'Harmattan, Paris. p. 29.

<sup>226</sup> V. LUCCI, 1998, *Ibid.* p. 16.

<sup>227</sup> La notion de « chosification » est à prendre dans le sens donné par Hendrik Patroons comme « *la transformation dans notre conscience de toute relation humaine, sociale, en objet naturel, normal, intangible, éternel, indépendant de notre volonté.* » Le Mercredi, 07 Février 2007 [http://www.lcr-lagauche.be/cm/index.php?view=article&id=490:marx-et-la-marchandise-alienation-chosification-et-fetichisme&option=com\\_content&Itemid=53](http://www.lcr-lagauche.be/cm/index.php?view=article&id=490:marx-et-la-marchandise-alienation-chosification-et-fetichisme&option=com_content&Itemid=53) consulté en mai 2012.

Au plan de la perception, l'angle du visible offre une lecture sémiologique du contenu de l'enseigne commerciale. Aussi, dira-t-on que l'*icône* évoque des rapports de causalité classique, à savoir *l'analogie* et la *similarité* (tête de vœux, des poissons, des tasses de café, etc.). Nous pouvons, en définitive, qualifier ce déchiffrement par une **lecture ordinaire ou banale**.

### ***L'angle du lisible***

Nous avons recensé des traces linguistiques et des témoignages inhérents à la forme graphique, au sens et au contact linguistique de ce type d'écrit de la ville. Donc, comme un constat général, une balade dans les villes algériennes signifie une balade bilingue voire plurilingue. Notre observation s'est portée exclusivement sur le contenu linguistique des enseignes et les résultats auxquels nous sommes arrivé rendent compte de cette situation de contact de langue au plan de l'écriture et de la lecture. Il s'agit de théoriser la notion de *syntagme publicitaire* que nous avons développé dans l'esquisse analytique du chapitre III et IV. Ce syntagme publicitaire, désormais SP, a subi une double action ; une action sur le *signifiant* et une autre sur le *signifié*.

1. L'action sur le signifiant du SP se manifeste à travers l'orthographe, la création lexicale et les procédés classiques de troncation, de substitution et d'adjonction.
2. L'action sur le signifié du SP se traduit également dans les types de bilinguisme rencontré, en l'occurrence un bilinguisme subordonné, une traduction paradoxale, des jeux de mots inédits, une désémantisation/resémantisation et des dénominations doublées, etc.

L'intérêt scientifique d'une telle catégorisation réside dans le fait que l'écriture et la lecture d'une enseigne, dans la représentation sociolinguistique des Algériens, outre le procédé de *scripturalisation de l'oral et l'oralisation de l'écrit*, n'est que l'expression identitaire et stylistique du génie créateur des Algériens et de l'appropriation du français diatopique qui serait l'une des formes du *français à coloration maghrébine et africaine*. On peut qualifier cette activité par une **lecture en biais**.

# **CONCLUSION GENERALE**

Pour nombre de personnes, l'enseigne de commerce s'apparente à une affiche dépourvue de sens (en dépit de sa fréquence) sur laquelle il n'y a pas lieu de s'interroger. Dans cette optique, les enseignes comme une forme expressive des écrits de la ville, correspond à un usage créatif de deux langues en présence, autrement dit une « digraphie ».

Notre conclusion conteste ce point de vue réducteur : les exemples proposés au cours de cette modeste analyse montrent l'extrême complexité du phénomène. En effet, de multiples questions demeurent sans réponses satisfaisantes : quels sont les véritables éléments faisant le sens dans un affichage public, à quelle logique obéit l'écriture des enseignes, le code switching ou le mélange des codes obéit-il à des lois qui s'apparentent à l'oral des locuteurs, et dans l'affirmative, lesquelles ? Autant d'interrogations auxquelles il est malaisé d'apporter une réponse définitive dans le cadre d'une recherche qui s'apparente davantage à une macro-monographie qu'à une étude exhaustive.

À partir des exemples proposés, le lecteur a eu l'opportunité de se défaire d'un préjugé selon lequel le recours à des langues diverses ne constitue pas en soi un phénomène problématique. Ainsi, avons-nous pu montrer les redoutables difficultés de l'alternance codique dans la mesure où il s'agit d'un fait de langue situé au carrefour d'interactions complexes ; des paramètres très divers (structures des langues en présence, nature de leurs rapports le plus souvent inégalitaires, niveaux d'instruction de scripteurs des enseignes, contextes commerciaux, nature du commerce, phénomènes de contamination, d'emprunt, d'interférence, statut des codes...)

Ces considérations nous inclinent à penser que ce type de recherche sur le contact des langues, limité à une modeste monographie débouche certes sur des résultats intéressants, mais ne saurait en aucun cas se substituer à une recherche d'équipe, de laboratoire, recourant aux notions des mathématiques statistiques (c'est-à-dire dans une perspective macro-sociolinguistique). Des résultats ne peuvent être considérés comme valides, utilisables et transmissibles que s'ils émanent d'une approche plurielle et collective. Néanmoins, notre étude nous a permis d'aboutir à un certain nombre de résultats partiels et de postuler des hypothèses requérant des recherches plus approfondies.

L'objet du premier chapitre a consisté en un bref aperçu de la situation linguistique en Algérie dominé par les langues que sont l'arabe algérien, l'arabe classique, le français, et le tamazight. La description de quelques particules grammaticales et connecteurs dans les usages linguistiques de Mostaganem nous a permis d'explorer un aspect assez méconnu, à notre connaissance, de la grammaire de l'arabe algérien mais également de présenter au lecteur des formes originales articulant une inter langue en voie de constitution, langue métissée de tous les apports linguistiques et culturels qui traversent l'Algérie.

Le deuxième chapitre visait à établir un bilan synthétique des différentes définitions qui s'articulent autour de la problématique des langues en contact (le bilinguisme, l'emprunt et l'alternance codique). Nous avons noté que le bilinguisme est un phénomène propre à toutes les sociétés ; il se définit comme un usage alternatif ou simultané de deux systèmes linguistiques. Si l'on tente de préciser la signification de ce concept, on en vient à isoler plusieurs types de bilinguisme en fonction de paramètres définis par les chercheurs en ce domaine. La tentative de

dresser une nomenclature des différents types de bilinguisme requiert la collecte d'un corpus exhaustif en vue de mettre en place des critères définitoires adéquats à chaque type. Ainsi, les recherches en ce domaine ont pu isoler une typologie fondée sur la parenté génétique des langues et sur les capacités cognitives et langagières du sujet ; cette typologie comprend le bilinguisme coordonné, le bilinguisme composé et le bilinguisme subordonné ...

Quant au sujet bilingue, nous le définissons comme une personne utilisant fréquemment deux langues. De plus, il est patent que le bilinguisme a été abordé selon plusieurs perspectives de recherche, se fondant sur les langues du bilingue comme point de départ. Or, ce que nous avons essayé de cerner de prime abord ce sont les compétences langagières du bilingue qui lui permettent, s'il s'agit d'un bilingue idéal, de pratiquer aisément deux langues dans diverses situations. Nous n'avons pas développé profondément l'aspect du degré de maîtrise du bilingue dans chacune des langues, mais nous nous sommes focalisés davantage sur les usages verbaux qui relèvent de la notion d'alternance codique. C'est ainsi que nous avons été amené à établir une distinction nette entre l'alternance codique et l'emprunt. Cette distinction entre ces notions apparentées a suscité une intense controverse entre les spécialistes en ce domaine : l'emprunt, comme sa dénomination l'indique, se distingue par son aspect exceptionnel, il est essentiellement d'ordre lexical.

En revanche, l'alternance se déploie sur des segments élargis du discours : elle porte sur des syntagmes, des propositions, des phrases voire des énoncés qui peuvent constitués une unité. Pour simplifier, nous pourrions nuancer l'usage de l'emprunt comme pratique courante alors que celle de

l'alternance demeure une forme expressive et discursive bilingue trop controversée<sup>228</sup>.

Dès le départ, s'est posé à nous un problème de définition. La notion d'emprunt comme deuxième point a été abordé de façon technique, en ce sens que nous avons polarisé notre intérêt sur la nature des procédés agissant sur le signe linguistique lors du transfert de la langue source vers la langue cible ; il s'agit des modifications morphologiques, phonologiques et sémantiques. Nous sommes parvenus à la conclusion suivante, selon laquelle, l'adoption de termes étrangers subit l'influence du substrat local lors de son acclimatement dans son nouveau contexte linguistique. Il est, en effet, extrêmement rare qu'un emprunt soit exempt de l'influence de la langue substrat. Cette proposition se vérifie également pour les anglicismes du français (ex : *kitchen*, *beefsteak* donnent respectivement en français : kitchenette et bifteck). Ces altérations manifestent la vitalité de l'intégration du lexique adopté. En dépit des nombreuses analyses consacrées au phénomène de l'emprunt, cette problématique demeure encore largement ouverte au débat.

Le dernier point de ce volet concerne l'alternance codique dans son aspect théorique. Afin d'éviter l'amalgame entre les différentes désignations inhérentes à ce concept, on a attribué à chaque terme une acception distincte qui permet d'établir une discrimination entre les notions voisines que sont : le *code mixing*, le mélange de langues. Bien que ces termes recouvrent un sens générique commun, ils n'en demeurent pas moins séparés par des nuances qu'il convient d'éviter de négliger. Par exemple le terme de *code mixing* inclut usuellement les phénomènes *créoles*, les *pidgins*, les emprunts, l'alternance codique etc.

La définition opératoire de Myers Scotton rend intelligible d'une manière systématique les différentes composantes de l'alternance codique ; sa

---

<sup>228</sup> Cf. le livre de Blanchet et Martinez en bibliographie.

démarche consiste à définir les deux langues en alternance, la langue matrice et la langue enchâssée. Une fois les deux langues déterminées, il a été possible d'exploiter des passages de notre corpus en vue d'illustrer l'opposition, alternance intra phrastique / alternance inter phrastique.

Il convient de récuser l'opinion assez largement répandue que le mélange codique résulte du hasard. Ainsi, les facteurs contextuels, les locuteurs / scripteurs ou bien encore les langues mises en jeu, interviennent comme paramètres déterminants dans la logique des mixtes linguistiques.

Ensuite, dans le troisième chapitre, nous avons tenté de répondre à un certain nombre d'interrogations concernant les particularités graphiques et sémiologiques marquées dans notre corpus. Selon une perspective de type variationniste, le français écrit dans les enseignes de commerce présente une variation linguistique caractérisant le phénomène des langues en contact en Algérie. Le scripteur des enseignes use d'une forme expressive correspondant à une *syntaxe française à coloration algérienne*. Nous avons pu définir dans cette syntaxe la particularité d'un syntagme relevant d'une variation *diatopique*, puisque le français se retrouvant en Afrique constitue précisément un terrain fort propice à la variation linguistique en général. On catégorisera désormais, d'ailleurs, les caractéristiques morphosyntaxiques et lexicales des enseignes de commerce en Algérie, sous le terme de *syntagme publicitaire* dont la formation est la résultante de deux langues voire de trois langues en contact sur un support de commerce écrit (Enseignes en arabe, en français et/ou en anglais). A partir de l'approche de l'onomastique commerciale, nous sommes en mesure de dégager deux processus de déconstructions morphosyntaxiques et graphiques du syntagme publicitaire :

1. la dés-orthographisation correspondant à une dé-linéarisation de l'orthographe française ;
2. l'interférence.

Le premier processus examine les principes classiques de la néologie lexicale, en l'occurrence la suppression telle que l'aphérèse, la syncope ou l'apocope ; et l'addition avec l'emploi fréquent de la prothèse ou de l'épenthèse. L'interférence, quand à elle, constitue un deuxième processus de variation déterminant notamment le calque de structure et la transposition paradoxale d'une langue à une autre.

Selon une analyse de l'onomastique commerciale, le chapitre quatre dresse une typologie linguistique de ces écrits commerciaux. Une caractéristique fondamentale de cet affichage commercial est la présence de deux graphies, latine et arabe ; le scripteur éprouve une nécessité pour réaliser, en deux langues, l'activité commerciale. On constate également les problèmes de transcription et de combinaison des monèmes qui demeurent problématique, d'où l'absence de norme. A partir des discours des passants de la ville de Mostaganem, nous avons pu collationner un certain nombre de remarques d'ordre synthétique :

1. Les rues algériennes sont bilingues pour ne pas dire presque plurilingues.
2. L'alphabet le plus saillant est celui de l'arabe et du français. Malgré les textes de lois interdisant l'écriture en français dans les lieux publics, l'usage d'un bilinguisme français/arabe demeure toujours présent dans l'environnement graphique algérien.
3. Cette petite monographie a pertinemment mis le doigt sur ce sujet en relevant le même constat, à savoir l'écrit de la ville est digraphique. Il se trouve que la dynamique du milieu urbain a favorisé aussi l'utilisation massive du français et a fini par imposer un standard linguistique à tous les usagers de la langue locale (emprunt, calque, alternance et mélange des codes en sont des preuves tangibles de cette pratique linguistique du français).

4. Cette situation traverse les trois principaux pays du Maghreb, dans lesquels le français a connu des avatars après l'indépendance jusqu'à nos jours (il s'agit surtout du Maroc, de l'Algérie et de la Tunisie).
5. L'intervention de l'état pour aménager<sup>229</sup> linguistiquement l'environnement graphique algérien, s'est heurtée à une forte résistance sociolinguistique, surtout de la ville. L'usage de la signalisation linguistique fonctionne en deux langues.
6. Le milieu urbain absorbe des variétés, dialectes, parlers et recrache une « varialinguistique<sup>230</sup> » qui régule le *baromètre des langues*<sup>231</sup>.

Le caractère « ubiquitaire » de la langue française en Algérie caractérise l'environnement graphique algérien en particulier et maghrébin en général. D'un point de vue de l'onomastique commerciale, l'on peut maintenant définir l'enseigne commerciale comme *un support contenant une inscription ou un tracé combinant des images et des couleurs en vue de rabattre la clientèle et d'attirer leur attention.*

*Enseigne, calicot, fronton, affiche, affichage, pancarte, visualisation, plaque publicitaire, nom de boutique, syntagme publicitaire, orthographe, digraphisme, devanture, magasin, commerce, flâneur, passant, lecteurs d'enseigne, scripteur, commerçant,* sont autant de catégorisations qui alimentent le champ lexical des écrits de la ville, et qui participent également dans la dynamique du changement linguistique. C'est que la ville s'exprime à travers ces écrits et participe en même temps à orienter la force des tendances sociales.

---

<sup>229</sup> « Par exemple, à Alger, en une nuit, on a remplacé presque toutes les inscriptions françaises. L'objectif sera atteint dans l'ensemble du pays, avec des résultats inégaux il est vrai: les zones rurales ont été presque complètement arabisées, mais les villes du Nord ont résisté davantage ». [http://www.tfq.ulaval.ca/AXL/afrique/algerie-3Politique\\_ling.htm](http://www.tfq.ulaval.ca/AXL/afrique/algerie-3Politique_ling.htm). Consulté en aout 2012

<sup>230</sup> Cette notion définit la dynamique synchronique et diachronique des différents standards linguistiques attestés dans une aire géographique donnée, et qui est constamment en interaction avec des acteurs sociaux.

<sup>231</sup> Le site de L-J. Calvet : <http://portalingua.org/fr/poids-des-langues/>

**REFERENCES**  
**BIBLIOGRAPHIQUES**

1. BAROUCHI, M. 2008, *Approche linguistique de l'enseigne commerciale dans la ville de Sétif*, Mémoire de magister Sous la direction du professeur Derradji Yacine.
2. BAYLON, C. 1996 : *Sociolinguistique : société, langue et discours*, Ed. Nathan (2<sup>ème</sup> édition).
3. BEARDSMORE, B. 1982: *Bilingualism: Basic Principles*, Tieto Ltd.
4. BESSIS, M. & BESSIS, P. 1998. *Les noms qui gagnent, l'alchimie des noms irrésistibles*. Paris, LPM.
5. BISSON, J. et SIGNOLES, P. 1985, « Nations et régions : vers une nouvelle structuration de l'espace », *Le Maghreb. Hommes et espaces*, sous la direction de Jean-François Troin, Paris, Armand Colin, 360 p.
6. BLANCHET, Ph., 2000, *La Linguistique de terrain. Méthode et théorie. Une approche ethno-sociolinguistique*, Rennes : Presses Universitaires de Rennes.
7. BLANCHET, Ph., ET MARTINEZ, P. (Dir.). 2010, *Pratiques innovantes du plurilinguisme : Émergence et prise en compte en situations francophone*, Paris, Editions des archives contemporaines, (264 p).
8. BOUCHERIT, A. 2006, *L'arabe parlé à Alger*, Alger, Editions Anep.
9. BOUHADIBA, F. 2003, « Traduction et structures syndétiques en arabe : le cas de la particule 'WAW' », *In Modélisation, systématique, traductibilité*, BULAG, n° 28.
10. BOUKOUS, A. 1995, *Société, langues et cultures au Maroc : enjeux symboliques*, Casablanca - Ed. Ennajah, El Jadida.
11. BOUTET, J., 1997 : *Langage et société* - Collection Mémo, Ed. Seuil, Paris.
12. BULOT, Th., 1999, « La production de l'espace urbain à Rouen: mise en mots de la ville urbanisée », dans Thierry Bulot (Dir.) et

Nicolas Tsekos, *Langue urbaine et identité* (Langue et urbanisation linguistique à Rouen, Venise, Berlin, Athènes et Mons), Paris, L'Harmattan, 39-70.

13. BULOT, Th. 2001, « L'essence sociolinguistique des territoires urbains : un aménagement linguistique de la ville ? », In *Sociolinguistique Urbaine : Variations linguistiques : images urbaines et sociales*, Sous la direction de Thierry Bulot, Cécile Bauvois et Philippe Blanchet, *Cahiers de Sociolinguistique* n°6, Presses Universitaires de Rennes.
14. BULOT, T., 2003, « Matrice discursive et confinement des langues : pour un modèle de l'urbanité », dans BLANCHET, Philippe, DE ROBILLARD, Didier, (dirs), *Langues, contacts, complexité, Perspectives théoriques en sociolinguistique*, Cahiers de Sociolinguistique n° 8, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, pp. 99-110.
15. BULOT, T. (Dir.), 2004, *Lieux de ville et territoires - Perspectives en sociolinguistique urbaine. Volume 2*, Paris, L'Harmattan, 197 pages.
16. BULOT, Th. et VESCHAMBRE, V. 2004, *Sociolinguistique urbaine et géographie sociale : hétérogénéité des langues et des espaces*, Communication au colloque *Espace et société aujourd'hui*, Rennes, 21-22 octobre 2004.
17. BULOT, Thierry, 2005, « Discours épilinguistique et discours topologique : une approche des rapports entre signalétique et confinement linguistique en sociolinguistique urbaine », dans : BOUDREAU, Annette, BULOT, Thierry, DUBOIS, Lise, LEDEGEN, Gudrun, (Dirs.), 2005, *Signalétiques et signalisations linguistiques et langagières des espaces de villes (configurations et enjeux sociolinguistiques)*, Actes de la 4ème journée internationale de sociolinguistique urbaine, Moncton, septembre 2005, Revue de l'Université de Moncton, vol. 36, n°1, Québec, pp. 219-254.
18. CALVET, L.-J., 1993, *La sociolinguistique*, Ed, PUF, Paris.
19. CALVET, L.-J., 1994, *Les voix de la ville, introduction à la sociolinguistique urbaine*. Paris : Payot.
20. CALVET, J.-L. et DUMONT, P. 1999 : *L'enquête sociolinguistique*, Ed. L'Harmattan, Paris.

21. CALVET, L.-J. 1999, *Pour une écologie des langues du monde*, Ed, Plon, Paris.
22. CALVET, L.-J., 2000, « La ville et la gestion *in vivo* du plurilinguisme ». In Calvet L.-J. & Moussirou- Mouyama, (eds.). *Le plurilinguisme urbain*, Paris, Institut de la Francophonie, Didier Érudition.
23. CALVET, L.-J. 2006, « La mixité : situation ou résultat ? Fonction identitaire ou véhiculaire ? », *Conférence présentée à Tunis, Tunis, Université de la Manouba*, 16 février 2006.
24. CATACH, N. 1980, *L'orthographe française. Traité théorique et pratique*, Nathan.
25. CAUBET, D. 1993, *L'arabe marocain*. Tome 1, Ed. Paris Louvain.
26. CHAKER, S. 1997, « La langue berbère en France, situation actuelle et perspectives de développement », in Enseignement des langues d'origine et immigration nord-africaine en Europe : Langue maternelle ou d'Etat ?, sous la direction de Mohamed Tilmatine, document pédagogique Erasmus, INALCO/CEDRA-CRB.
27. CHAUDENSON, R. et RAKOTOMALALA, D. (Coord.) 2004, *Situations linguistiques de la francophonie : Etat des lieux*, (Réseau Observation du français et des langues nationales), AUF, Canada.
28. CHOMSKY, N, 1969, *Structures syntaxiques*, Paris, Seuil.
29. CHOMSKY, N, 1971, *Aspect de la théorie syntaxique*, Paris, Seuil.
30. CHOMSKY, N, 1987, *La nouvelle syntaxe*, Paris, Seuil.
31. CHOMSKY, N., 1991, *Théorie du gouvernement et du liage: les conférences de Pise*, Paris, Seuil.
32. DEPAULE, J-C. et CHRISTIAN, T. 1996, « La ville à travers ses mots », *Enquête. Sociologie, histoire, anthropologie*, n° 4 (La ville des sciences sociales).
33. DESHAYS, E. 1990: *L'enfant bilingue* – Ed. Robert Laffont, Paris.
34. *Dictionnaire encyclopédique*, Le Quillet, 1979.

35. *Dictionnaire Hachette*, 2006. P. 542.
36. DUBOIS, J. & GIACOMA et alii. 1973, *Dictionnaire de linguistique*. Ed. Larousse, Belgique.
37. DUCULOT, M. GREVISSE, 1980, *Le bon usage. Grammaire française avec des Remarques sur la langue française d'aujourd'hui*, Gembloux, Duculot. J. R. Searle, 1963, *Proper Names*, dans *Philosophy and Ordinary Language* (Urbana, University of Illinois Press), p. 154-161.
38. FERNANDEZ, M. M. J. 1994, *Les particules énonciatives dans la construction du discours*, Paris, PUF.
39. FEVRE-PERNET, Ch. 2008, *Onomastique commerciale et genre polysémotique : les catalogues de jouets. Thèse de doctorat, sous la direction de Michel Roché*.
40. GARDNER-CHLOROS, P., 1983, « Codeswitching : Approches principales et perspectives », *La linguistique*, 19.
41. GOOSSE, A. 1986, *Le bon usage. Grammaire française*, Paris-Gembloux.
42. *Grand dictionnaire universel du XIXe siècle*, 1870.
43. GREVISSE, M. & A. GOOSSE, 1993, *Bon usage*, 13<sup>ème</sup> édition, Paris-Louvain-La-Neuve, Ducrot, p703. (1762 p).
44. GROSJEAN, F. 1982: *Life with two languages. An introduction to bilingualism*- Cambridge, Harvard University Press.
45. GROSJEAN, F. 1984. *Le bilinguisme: Vivre avec deux langues*. Bulletin de Linguistique Appliquée et Générale de l'Université de Besançon (Bulag), 11, 4-25; and *Travaux Neuchâtelois de Linguistique*, (Tranel).
46. GUIDERE, Mathieu, 2004, *Grammaticalement correct ! Grammaire alphabétique de l'arabe*. Ed. Ellipses.

47. GUMPERZ, J.J. et HYMES. D. (éds), 1964, « The Ethnography of Communication », *American Anthropologist*, special publication, vol. 66, n° 6, part. 2, Washington DC, American Anthropological Association, 186 p.
48. GUMPERZ, J.J. 1989, *Sociolinguistique interactionnelle: Une approche interprétative* - Paris, L'Harmattan.
49. HAILLET, P. P. 2007, *Pour une linguistique des représentations discursives*, Ed. De Boeck, Belgique.
50. HAMERS, J. F. et BLANC, M. H. A. 1983, *Bilinguisme et bilinguisme* - Ed. Mardaga, Bruxelles.
51. HARRIS, R. A., 1993, *The linguistics wars*, Oxford, O.U.P.
52. HOUDEBINE, A-M., 2002, *L'imaginaire linguistique*, Paris, L'Harmattan.
53. IBNOU HICHAM EL ANSARI, 1967 : *qaTru n-nada wa bəllu S-Sada* - Ed. Beyrouth.
54. JALALY, Az Eddine, 2010, *Initiation à l'arabe parlé au Maroc*, Ed. L'Harmattan, 2010.
55. KAHLOUCHE, R., 1997, « Les enseignes à Tizi-Ouzou, un lieu d'un conflit linguistique », In N. Labrie(Ed), *Etudes récentes en linguistique de contact*, Bonn.
56. KELLER, A. T. 1967, « Description et mesure du bilinguisme », Colloque International, Université de Moncton, Pub. Commission canadienne pour l'Unesco et University of Toronto.
57. KLEIBER, G., 1996, « Noms propres et noms communs : un problème de dénomination », In THOIRON Ph. (éd.), *La dénomination*, Presses de l'Université de Montréal, *Méta*, Journal des Traducteurs, 41, 4.
58. KLOSS, H. 1967, « 'Abstand languages' and 'Ausbau languages' », *Anthropological linguistics*, 9, pp. 29-71.

59. LAHLOU, M., 1991: *A morpho-syntactic study of code-switching between moroccan arabic and french* - Ph.D. Dissertation, University of Texas, Austin.
60. LAURIAN, A-M., & LAURIAN, A., 1991, « Les noms de cafés en deçà et au-delà des Pyrénées », *La Tribune Internationale des Langues Vivantes*, n° 8.
61. LECOMTE, G. 1975, *La grammaire de l'arabe* - Col. Que sais-je ? n°1275.
62. LEHMAN, A. et MARTIN-BERTHET, F. 2005, *Introduction à la lexicologie. Sémantique et morphologie*, Paris, Nathan Université.
63. LUCCI, V. 1998, « Présentation », In. *Des écrits dans la ville. Sociolinguistique des écrits urbains : l'exemple de Grenoble*, Vicent Lucci et Agnès Millet (Dir.), Ed. L'Harmattan, Paris.
64. LUCCI, V. et Sautot, J.-P., 2001, « Lire dans l'espace urbain : les paradoxes des enseignes commerciales », in Branca-Rosoff, S. (Dir.), *Espaces urbains, analyses lexicales et discursives. Langage et société* 91, p. 29-45.
65. MACKEY, W. F., 1976, *Bilinguisme et contacts des langues ; initiation à la linguistique : problèmes et méthodes* - Paris, Ed. Klincksieck.
66. MACNAMARA, J. 1967: « The bilingual's Linguistic performance – a psychological overview », *Journal of social issues*, vol. 23 (2): pp. 58-77.
67. MACNAMARA, 1969: « How can one measure the extent of a person's bilingual proficiency? » - In *Description and measurement of bilingualism*, Ed., L., Kelly. Toronto: University of Toronto Press.
68. MARTINET, A. 1975, *Evolution des langues et reconstruction* - 4e partie, Ch. 6, « La palatalisation spontanée de g en arabe », p. 237, Éd. P.U.F., Paris.
69. MESSAOUDI, L., 2010, « La langue française au Maroc. Fonction élitaire ou utilitaire ? », In *Pratiques innovantes du plurilinguisme : Émergence et prise en compte en situations francophone*, Philippe Blanchet et Pierre Martinez(Dirs). Paris, Editions des archives contemporaines, (264 p). pp.59-71.

70. MILLET, A. 1998, « La ville : un espace socio-sémiotique », *In Des écrits dans la ville. Sociolinguistique des écrits urbains : l'exemple de Grenoble*. Vicent Lucci et Agnès Millet (Dir.), Ed. L'Harmattan, Paris.
71. MOESCHLER, J. et AUCHLIN, A. 1997, *Introduction à la linguistique contemporaine*, Chap. 01 : Linguistique et Grammaire, Ed, Armand Colin, Paris.
72. MORIN, E. 1986, *La Méthode* (tome 3), La Connaissance de la Connaissance, Seuil, éd° de poche, coll. Points : 1990, 244 pages vol. 3, p. 27. Cité par Roseline Le Squère dans sa thèse de doctorat soutenue en 2007, intitulée : *Une analyse sociolinguistique des marquages du territoire en Bretagne : toponymie, affichage bilingue, identités culturelles et développement régional*.
73. MORSLY, D., 1989 : « Espace de paroles : pratiques et enjeux », *In Espaces maghrébins : Pratiques et enjeux*. Actes du colloque de Taghit 23-26 Novembre 1987. Ed. ENAG. URASC, 145-146.
74. MYERS-SCOTTON, C. 1993 [1997]: *Duelling Languages: Grammatical Structure in Codeswitching* (1997 edition with a new Afterword). Oxford : Clarendon Press. And C. Myers-Scotton. and J.L. Jake, 1995 : Matching lemmas in a bilingual language competence and production model: evidence from Intrasentential Codeswitching . *Linguistics* 33 :981-1024.
75. MYERS-SCOTTON C. & JAKE, J. L. & OKASHA, M., 1996: « Arabic and constraints on Code-switching, Current issues in linguistic» in *Perspectives on arabic linguistics*.
76. NEWMAYER, R, 1980, *Linguistic theory in America*, New York, Academic Press.
77. PEIRCE, C. S., 1958, *Collected Papers*, vol. 7-8, Cambridge, Harvard University Press.
78. PHILOGENE, G., et MOSCOVOCI, S. 2003, « Enquête et sondage», *In Les méthodes des sciences humaines*, Moscovici, Serge et Buschini, Fabrice (Dir.), Paris, PUF.

79. POPLACK, S., 1980: « Sometimes I'll start a sentence in spanish y termino en espanol: towards a typology of code-switching », *Linguistics* 18: 581-618.
80. POTTIER, B. 1947, « La linguistique des enseignes », *Le français moderne*, Vol. 15, n° 4, pp. 299-302.
81. RADFORD, A., 1988, *Transformational syntax, A student's guide Chomsky's extended standard theory*, Cambridge, C.U.P.
82. RASTIER, F. 1983, « La sémantique des noms propres : remarques sur la notion de 'désignateur rigide' ». In: *Langue française*. N°57, pp. 106-118.
83. RASTIER, F., M. CAVAZZA et A. ABEILLÉ, 1994, *Sémantique pour l'analyse*, Paris, Masson, 240 p.
84. *Revue de l'Année francophone internationale (AFI 2000)*, publication annuelle avec bilans, analyses, tableaux et cartes, la documentation française.
85. ROMAIN, L. et C. MOÏSE, 2005, « Enseignes commerciales, traces et transition urbaine. Quartier de Figuerolles, Montpellier », In *Revue de l'Université de Moncton*, vol. 36, n° 1, p. 97-127.
86. RUWET, N., 1967, *Introduction à la grammaire générative*, Paris, Plon.
87. SAUSSURE, F., (de), 1916/1972, *Cours de linguistique générale*, Paris, Payot [Edition critique préparée par Tullio de Mauro].
88. SAUTOT, J.-P. & V. LUCCI, 2001 : « Lire dans l'espace urbain : les paradoxes des enseignes commerciales », *Langage et Société*, n°96.
89. SIBLOT, P. 1995, « Noms et image de marque : de la construction du sens dans les noms propres ». In M. Noailly (éd.), *Nom propre et nomination*, Actes du Colloque de Brest, 21-24 avril 1994, pp. 147-160.
90. SIDHAR, S. N., & K. K., SRIDHAR, 1980: « The syntax and psycholinguistics of bilingual code mixing » - *Canadian journal of psychology*, 34: pp. 407-416.

91. SIGUAN, M., & MACKEY, W. F. 1986, *Education et bilinguisme*  
- Unesco- Ed. Delachaux et Niestlé.
92. TITONE, M. 1972, *Le bilinguisme précoce* - Bruxelles, Dessart.
93. VAXELAIRE, J.-L. 2005, *Les noms propres, une analyse  
lexicologique et historique*, Paris, Ed. Champion.
94. WEINREICH, U., 1953-1968, *Language in contact*, The Hague,  
Mouton & Co.

# Sitographie

1. <http://sinistri.canalblog.com/archives/2008/04/09/8718521.html>  
**consulté en juillet 2012**
2. <http://www.algeriefocus.com/blog/2011/07/05/1%E2%80%99algerie-au-05-juillet-2011-bilan-mitige-et-incertitudes-pour-1%E2%80%99avenir/> **consulté en juillet 2012**
3. *La Synthèse de La langue française dans le monde 2010*,  
Coordination et rédaction : Alexandre Wolff, Éditions Nathan, Paris.  
384 p. p.5. <http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Synthese-Langue-Francaise-2010.pdf>
4. [http://www.tlfq.ulaval.ca/AXL/afrique/algerie-3Politique\\_ling.htm](http://www.tlfq.ulaval.ca/AXL/afrique/algerie-3Politique_ling.htm).  
**Consulté en aout 2012**
5. [http://fr.wikipedia.org/wiki/Entreprise\\_nationale\\_de\\_t%C3%A9l%C3%A9vision](http://fr.wikipedia.org/wiki/Entreprise_nationale_de_t%C3%A9l%C3%A9vision) **consulté juillet 2012.**
6. <http://perso.univ-lyon2.fr/~thoiron/JS%20LTT%202005/pdf/Vaxelaire.pdf>. **Consulté en septembre 2011**
7. <http://fr.wikipedia.org/wiki/Enseigne>. **Consulté en octobre 2011**
8. <http://www.cnrtl.fr/definition/haplologie>. **Consulté en mars 2012**
9. <http://www.cnrtl.fr/definition/troncation>, **Consulté en mars 2012**
10. [http://fr.wikipedia.org/wiki/Syncope\\_\(linguistique\)](http://fr.wikipedia.org/wiki/Syncope_(linguistique)) **Consulté en janvier 2012**
11. <http://www.lcr-lagauche.be/cm/index.php?view=article&id=490:marx-et-la-marchandise-alienation-chosification-et->

[fetichisme&option=com\\_content&Itemid=53](#), consulté en mai 2012.

12. <http://www.youtube.com/watch?v=Oib3RtKuk6g>, consulté en juillet 2012.

13. <http://portalingua.org/fr/poids-des-langues/> consulté en aout 2012

# **LISTE DES LEGENDES**

## Liste des photos

PHOTO 1 ODONYME BILINGUE ARABE/FRANÇAIS (VILLE DE MOSTAGANEM MARS 2010).	- 34 -
PHOTO 2. AFFICHAGE BILINGUE ARABE – FRANÇAIS	- 61 -
PHOTO 3 UN PANNEAU PUBLICITAIRE BILINGUE (BILINGUISME SUBORDONNE)	- 63 -
PHOTO 4 UNE PLAQUE « ORIENTATRICE »	- 72 -
PHOTO 5 UN PANNEAU PUBLICITAIRE BILINGUE (EMPRUNTS STRUCTURAUX)	- 73 -
PHOTO 6 MOSTAGANEM VUE AERIENNE (CHEF LIEU) GOOGLE EARTH OCTOBRE	- 121 -
PHOTO 7 [LESPACE DU CHANTIER ELECTRIQUE]	- 131 -
PHOTO 8 [CYBER ES SALAM. PHOTOCOPIE, IMPRESSIONS, RELIURES, SAISIES, MEMOIRES, CARTE DE VISITES / SCANNER, VENTE ET GRAVURE DE CD, VENTE CARTOUCHES COULEURS]	- 132 -
PHOTO 9 [REPARATION DES CHAQUEMENTS. [تصليح الشكمنات	- 134 -
PHOTO 10 [ARTICLE MENUISIER BÂTIMENT ET IBINISTRE]	- 135 -
PHOTO 11 [TABAC JOURNEAUX]	- 136 -
PHOTO 12 [SALLE FAMILLIALE ASS KREM]	- 137 -
PHOTO 13 [FOOD FAST / AMANE]	- 138 -
PHOTO 14 [مجزرة تقليدية / BOUCHERIE MODERNE]	- 139 -
PHOTO 15 LA MAISON DU BON CAFE. LES ROIS الملوك. قهوة بلحاج.	- 171 -
PHOTO 16 LA BOUCHERIE ROYALE	- 172 -
PHOTO 17 NASRO TELECOM	- 172 -
PHOTO 18 LOCATION DE VOITURE ABOU EL MOKHTAR	- 173 -
PHOTO 19 PARFUMERIE COSMETIQUE LE MIMOSA	- 173 -
PHOTO 20 PATISSERIE-GLACES MOSTA CROISSANTERIE-PIZZERIA	- 174 -
PHOTO 21 PIZZERIA FAST-FOOD LA CITADELLE	- 174 -
PHOTO 22 PIZZAMIS	- 175 -
PHOTO 23 BUREAU TABAC, MOBILE, PHONE, JOURNAUX / COSMETIQUES	- 175 -
PHOTO 24 PIZZERIA / GLACES / LIGLOO	- 175 -
PHOTO 25 CHAUSSURES SAMIR أحذية سمير	- 176 -
PHOTO 26 COSMETIQUE, TABAC, CHEZ OMAR	- 176 -
PHOTO 27 MC FOU FOU	- 177 -
PHOTO 28 INFORMATIQUE	- 177 -
PHOTO 29 LA MAISON MODERNE	- 178 -
PHOTO 30 TOLI (TOLIER)	- 188 -
PHOTO 31 UNE ENSEIGNE PARADOXALE	- 199 -
PHOTO 32 JEUNE	- 205 -

## Liste des graphes

GRAPHE 1 NOMBRE PAR PROFESSION DES SUJETS	- 210 -
GRAPHE 2 REPRESENTATION GRAPHIQUE DE LA SITUATION FAMILIALE DES INFORMATEURS	- 213 -
-	
GRAPHE 3 REPRESENTATION GRAPHIQUE DU NIVEAU D'EDUCATION DES INFORMATEURS	- 214 -
GRAPHE 4 REPRESENTATION GRAPHIQUE DU NOMBRE PAR LIEU DE RESIDENCE DES INFORMATEURS	- 216 -
GRAPHE 5 REPRESENTATION GRAPHIQUE DU NOMBRE PAR SEXE DES INFORMATEURS	- 217 -
GRAPHE 6 REPRESENTATION GRAPHIQUE DU NOMBRE PAR TRANCHE D'AGE DES INFORMATEURS	- 218 -

## Liste des modélisations

MODELISATION 1 MEMOIRE SOCIOLINGUISTIQUE ET DISCOURS	- 18 -
MODELISATION 2 LE CHERCHEUR FACE AU TERRAIN	- 125 -
MODELISATION 3 LE CHERCHEUR FACE AUX DONNEES	- 126 -
MODELISATION 4 <i>LA DYNAMIQUE DE LECTURE-INTERPRETATION DE L'ENSEIGNE DE COMMERCE PAR UN FLANEUR</i>	- 220 -

## Liste des tableaux

TABLEAU 1 TABLEAU RECAPITULATIF DE L'HORAIRE HEBDOMADAIRE ALLOUE AU FRANÇAIS (LES 3 PALIERS). SOURCE [DONNEES MONDIALES DE L'EDUCATION 7 <sup>E</sup> EDITION, 2010/2011. LE CAS DE L'ALGERIE, VERSION REVISEE EN MAI 2012. <a href="http://www.ibe.unesco.org/">HTTP://WWW.IBE.UNESCO.ORG/</a> ].	- 32 -
TABLEAU 2 DONNEES SOCIODEMOGRAPHIQUES DES SUJETS INFORMATEURS DE L'ENTRETIEN	- 195 -
TABLEAU 3 MODELE DU QUESTIONNAIRE ADMINISTRE AUX SUJETS INFORMATEURS	- 208 -
TABLEAU 4 REPARTITION DES PROFESSIONS SELON LE NOMBRE DES SUJETS	- 209 -
TABLEAU 5 NOMBRE DE REPONSES DES SUJETS A LA PREMIERE QUESTION CROISE AVEC LA VARIABLE PROFESSION	- 211 -
TABLEAU 6 NOMBRE DE REPONSES DES SUJETS A LA DEUXIEME QUESTION CROISE AVEC LA VARIABLE PROFESSION	- 212 -
TABLEAU 7 CLASSIFICATION ET REPARTITION DES SUJETS PAR NOMBRE DE SITUATION	- 212 -
TABLEAU 8 NOMBRE DE REPONSES DES SUJETS A LA PREMIERE QUESTION CROISE AVEC LA VARIABLE SITUATION FAMILIALE	- 213 -
TABLEAU 9 CLASSIFICATION ET REPARTITION DES SUJETS PAR NIVEAU D'EDUCATION	- 214 -
TABLEAU 10 NOMBRE DE REPONSES DES SUJETS A LA PREMIERE QUESTION CROISE AVEC LA VARIABLE NIVEAU D'EDUCATION	- 215 -
TABLEAU 11 CLASSIFICATION ET REPARTITION DES SUJETS PAR LIEU DE RESIDENCE	- 215 -
TABLEAU 12 NOMBRE DES SUJETS INFORMATEURS PAR SEXE	- 216 -
TABLEAU 13 NOMBRE DE REPONSES DES SUJETS A LA PREMIERE QUESTION CROISE AVEC LA VARIABLE SEXE DES INFORMATEURS	- 217 -
TABLEAU 14 NOMBRE DES SUJETS INFORMATEURS PAR TRANCHE D'AGE	- 218 -
TABLEAU 15 NOMBRE DE REPONSES DES SUJETS A LA PREMIERE QUESTION CROISE AVEC LA VARIABLE SEXE DES INFORMATEURS	- 219 -

# **Résumés en français, en anglais et en arabe**

## Approche de l'onomastique commerciale des écrits de la ville de Mostaganem: Le cas des enseignes

Par Azzedine MALEK

### *Résumé*

Habituellement, dans le milieu urbain algérien, nous lisons des pancartes dans lesquelles figurent des expressions et des noms qui renseignent à la fois sur des métiers divers, des activités commerciales données, des services sanitaires ou des agences particulières dont le rôle est d'offrir des prestations à sa clientèle. Dans la perspective de comprendre le fonctionnement linguistique de l'espace urbain à travers ses écrits - le regard sera focalisé exclusivement sur des écrits autorisés par opposition aux écrits sauvages - notre démarche s'inscrit dans celle initiée principalement par les travaux des chercheurs canadiens et français sur le phénomène de l'*environnement graphique* et/ou les *écrits de la ville*. Nous pouvons considérer ces études comme une référence incontournable dans la mesure où la réflexion autour d'une question pareille interpelle à la fois la géographie sociale, la sociologie urbaine, l'onomastique et la sociolinguistique. Cet état de fait nous conduit à nous poser un certain nombre de questions : pourquoi y a-t-il un affichage bilingue dans les villes de l'Algérie ? Comment se présente le système graphique dans un affichage bilingue et / ou trilingue ? Dans quelle mesure l'enseigne contribue-t-elle à orienter le regard du lecteur ? Autrement dit, quels sont les éléments qui attirent le plus la réceptivité des lecteurs (la couleur, le motif, la graphie, la luminosité de l'enseigne, la taille de l'affiche, le support...) ? Quelle est la propriété matérielle du support sur lequel le scripteur réalise la pancarte (écriture et dessin sur le mur, sur la devanture, des plaques en bois, en métal ou autre matière) ? La localisation des écrits de la ville est-elle un facteur de variation linguistique (centre de la ville Vs périphérie – quartier résidentiel vs quartier populaire...) ? Les écrits urbains sont-ils sensibles à l'effet de mode ?

Quelle(s) fonction(s) peut (peuvent) accomplir ces traces *sémiographiques* dans l'environnement graphique algérien (par exemple la fonction *chromatique* de l'enseigne : le rapprochement couleur- produit...) ?

**Mots-clefs :** *sociolinguistique urbaine, onomastique commerciale, enseigne de commerce, flâneur, environnement graphique.*

**Approach to Commercial of the Urban Writings in Mostaganem City:**  
*A case study of the commercial posters*

By Azzedine MALEK

***Summary***

Usually in the Algerian urban environment, we can see posters containing expressions and nouns which tell us about various occupations, trade activities, sanitary services (or any given agency), and which role is to offer resources and facilities to the customers. In order to understand the linguistic working of the urban environment through its writings, this study will mainly focus on authorized writings as opposed to unauthorized writings. It is worth pointing out that this dissertation falls under the framework of previous Canadian and French researches which dealt with both the *graphic environment* and the *urban writings* phenomena. Indeed, those pieces of research are regarded as significant references as our topic research precisely draws insights from social geography, urban sociology, onomastics and sociolinguistics. This leads us to raise some questions, notably, why can we find bilingual and/or trilingual posters? To which extent does the poster help in guiding the readers' attention? In others terms, what are the elements which mostly attract the readers' interest (colors, design, graphics, light and size of the poster, billboard, etc.)? What about the material aspect of the billboard used by the scriptwriter to design the poster (writings and drawings on the walls, on the façade, wooden plates, metal-made materials, etc.)? Is the urban writings location considered as being a factor of linguistic variation (center of town vs. suburbs, residential vs. popular districts, etc.)? What are the functions performed by those same semiographic aspects in the Algerian graphic environment (For instance, the poster chromatics i.e. the color/product relationship, etc.)?

**Key words :** *urban sociolinguistics, commercial onomastics, commercial posters, stroller, graphic environment.*

## مقاربة أنومستكيه-تجارية لمكتوبات مدينة مستغانم دراسة حالة اللافتات

. إعداد: عز الدين مالك

نلمح في الوسط الحضري الجزائري عادة، بعض اللافتات، والإشارات التي تظهر في تعابير، ومسميات توفر معلومات عن مختلف الوظائف، والحرف، وبيانات النشاطات التجارية وكذا الخدمات الصحية، أو وكالات ذات طابع خدماتي على حد سواء.

ومن وجهة نظر فهم كيفية استعمال لغة الحيز الحضري في كتاباته؛ فإن ملاحظتنا سوف تنحصر حول جزء من واحدة بدأت أساسا من دراسات الباحثين الكنديين، وكذا الفرنسيين حول ظاهرة البيئة الكتابية، أو مكتوبات المدينة، ويمكن اعتبار هذه البحوث كمرجع أساسي لدرجة أن التفكير حول مثل هذه المواضيع، يومي مباشرة إلى الجغرافيا الاجتماعية، علم الاجتماع الحضري، الأونوماستيكا، والسوسيو ألسنية. إذ يقودنا هذا الواقع إلى طرح عدد من التساؤلات أبرزها: لماذا تتواجد لافتات ثنائية اللغة في حيز المدن الجزائرية؟ كيف يتجلى النظام الخطي المكتوب في عرضه الثنائي للغة / أو الثلاثي للغة؟ وإلى أي مدى يمكن للافتات التجارية المساهمة في استقطاب نظر المتلقي؟ أو بعبارة أخرى فيم تكمن جاذبية المتلقي أفي(لون اللافتة، أم الحجم، أم الغرض، أم طريقة عرضها وإبرازها)؟ ماهي الخاصية المادية التي يستعملها الخطاط ليصنع لافتة تجارية، أو معدنية، أو مواد أخرى؟ وحتى في تحديد هذه المكتوبات الحضريّة، هل يعتبر تحديد الموقع عاملا من عوامل التغيرات الألسنية إذا كان في وسط المدينة أو في أطرافها، أو في حي أنيق عكس حي شعبي عتيق؟ وهل تتأثر هذه المكتوبات بموجة الموضة؟ ما الوظائف التي يمكن استخلاصها من هذه الأشكال السيميوجرافية في البيئة الكتابية الجزائرية على سبيل المثال الوظيفة الصبغية للافتة: تقريب طبيعة المنتج من خلال اللون؟

**كلمات مفتاحية:** سوسيو-ألسنية حضرية، أونوماستيكا تجارية، لافتة تجارية، المار، البيئة الكتابية.