

**Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique**  
**Université de Jijel**  
**Faculté des lettres et des langues**  
*Département de langue et littérature française*

*N° de série :*  
*N° d'ordre :*



**Mémoire présenté en vue de l'obtention du diplôme de master**  
**Spécialité : Sciences du langage**

***L'alternance codique dans les messages  
publicitaires envoyés par les opérateurs de la  
téléphonie mobile en Algérie***

**Présenté par :**

- AMOKRANE widad
- HEBBACHE kahina

**Sous la direction de :**

**M<sup>lle</sup>. KOURAS SIHEM**

**Membre de jury :**

Président : Fatiha Melouah

Rapporteur : Sihem Kouras

Examineur: AbdelAziz Sissaoui

**Septembre 2015**

# ***Remerciements***

*Nous remercions tout particulièrement notre encadrant Mademoiselle, Kouras Sihem, pour ses précieux conseils, son encadrement et son soutien chaleureux qui nous ont permis de bien mener cette recherche.*

*Nous tenons aussi à remercier messieurs les membres du jury d'avoir voulu examiner notre travail.*

*Nos remerciements vont aussi à tous les enseignants qui ont été pour nous un guide inestimable dans notre recherche.*

*Nos remerciements s'adressent, aussi à toute personne qui nous a apporté son aide concernant la collecte des données.*

## *Dédicaces*

*C'est avec une très grande émotion et un immense plaisir que je dédie ce modeste travail à :*

*Mon père et ma mère pour leur présence à mes côtés, ainsi que leur affection et leur soutien sans relâche.*

*A Mes sœurs Djahida, Chahinez et Angham.*

*A Tous les membres de ma famille paternelle et maternelle.*

*A tous mes proches et amies, un grand merci.*

*A mon époux bien aimé Hamza, pour son encouragement et son soutien moral durant toutes les étapes de ce travail.*

*Kahina*

## *Dédicaces*

*C'est avec un très grand plaisir et immense joie que je dédie ce  
modeste travail à :*

*Ma mère et à l'âme de mon **père** que Dieu le bénisse.*

*Mes sœurs : Krenfla, Chahinez et Nawel*

*Mes frères : Ali, Hafid, Houcine et Mohamed.*

*Mes belles sœurs : Nora, Miyada et Amina*

*Mon cher neveu Sadek et mes nièces: Nour El Houda, Lyna,*

*Sara, Noudjoud et Nesrine.*

*Tous les membres de ma famille paternelle et maternelle*

*Tous mes camarades et amies.*

*Widad*

## TABLE DES MATIÈRES

<b>Introduction Générale.....</b>	<b>01</b>
-----------------------------------	-----------

### **I. Partie théorique**

#### **Chapitre1 : Méthodologie de la recherche**

1. Définition du sujet.....	05
2. Choix et motivation.....	05
3. Etat des lieux.....	06
4. Problématique.....	07
5. Hypothèses.....	08

#### **Chapitre 2 : Définition des concepts**

1. Introduction partielle.....	10
2. Le contact des langues.....	10
3. Définition de l'alternance codique.....	13
4. Les types de l'alternance codique.....	15
4.1. La typologie de Gumperz.....	15
a- Alternance codique situationnelle.....	15
b- Alternance codique conversationnelle.....	15
4.2. Alternance codique comme stratégie de bilingue.....	16
a-citations.....	16
b-Désignation d'un interlocuteur.....	16
c-interjection.....	16
d-Réitération.....	16
e- Modalisation d'un message.....	16
f-personnalisation versus objectivation.....	17
5. conclusion partielle.....	17

### **Chapitre3 : Langage SMS, Publicité, sa stratégie Et ses types**

1.	Le langage SMS.....	19
1.1.	La définition du langage SMS.....	19
1.2.	Les caractéristiques du langage SMS.....	19
2.	les opérateurs téléphoniques en Algérie.....	20
2.1.	Ooredoo.....	20
2.2.	Djezzy.....	21
2.3.	Mobilis.....	21
3.	La publicité.....	21
3.1.	Définition de la publicité.....	21
3.2.	Historique général de la publicité.....	22
3.3.	Publicité par SMS.....	23
3.4.	Stratégie publicitaire.....	23

## **II. Partie pratique.....24**

### **Chapitre 1 : Présentation du corpus (modalités de recueil, composition, conventions de transcription / traduction).....25**

1.	présentation du corpus.....	26
2.	transcription du corpus.....	26
2.1.	Les conventions de transcription.....	27

### **Chapitre2 : Analyse du corpus.....28**

1.	Les langues utilisées dans les SMS publicitaires.....	29
1.1.	Les langues employées dans les SMS publicitaires.....	30
1.2.	Les messages monolingues et plurilingues.....	33
1.2.1.	Les messages monolingues.....	33
1.2.2.	Les messages plurilingues.....	35
1.3.	Les thèmes abordés.....	35
1.4.	Autres.....	36
2.	La graphie.....	37
3.	La translittération.....	41
3.1.	La translittération à l'aide des chiffres.....	41

3.1.1. Le chiffre « 3 ».....	41
Commentaire.....	42
3.1.2. Le chiffre « 1 ».....	42
Commentaire.....	43
3.2. Les lettres.....	44
4. Le lexique employé dans les SMS publicitaires.....	46
Commentaire.....	47
5. L’usage de l’alternance codique dans les SMS publicitaires.....	48
5.1. Aspect morphosyntaxique de l’alternance codique.....	51
a- Le groupe nominal.....	51
b- Le groupe verbal.....	52
Commentaire.....	52
5.2. L’interprétation sociolinguistique de l’alternance codique.....	53
Conclusion Générale.....	54
Bibliographie.....	57
Annexes.....	60

## *Introduction générale*



## **Introduction générale**

Comme l'indique le titre de notre mémoire : *L'alternance codique dans les messages publicitaires envoyés par les opérateurs de la téléphonie mobile en Algérie*, notre travail de recherche nous amène à traiter l'alternance codique dans les SMS publicitaires envoyés par les opérateurs téléphoniques en Algérie. En d'autres termes, le phénomène que nous allons décrire est l'alternance codique dans les messages publicitaires proposés par les trois opérateurs mobile en Algérie en vue de vérifier son impact sur les utilisateurs.

L'Algérie, pays du Maghreb, est une région connue depuis des siècles pour son multilinguisme du fait du contact des langues qui y sont employées. Elle constitue un terrain de recherche intéressant pour les sociolinguistes. Ces derniers ont mené de multiples travaux sur le phénomène de l'alternance codique en tentant de décrire les comportements langagiers des locuteurs algériens qui se caractérisent par l'emploi de deux ou plusieurs langues dans diverses situations.

De multiples études révèlent que la réalité linguistique de l'Algérie connaît une coexistence de plusieurs langues, laquelle transparaît dans les pratiques langagières des locuteurs algériens qui recourent à l'emploi alternatif de deux ou plusieurs langues dans des situations de communication différentes vu la diversité du marché linguistique algérien.

Cette réalité alimente des travaux menés dans le contexte médiatique, notamment dans le domaine publicitaire où l'usage de plusieurs langues représente l'élément clé dans la présentation du produit commercialisé. Citons à titre d'exemple l'étude du chercheur Belkacem Boumedini, présentée dans son article : « L'alternance codique dans les messages publicitaires en Algérie, le cas des opérateurs téléphoniques » et la thèse de doctorat d'Ibtissem Chachou, intitulée : *Aspect des contacts des langues en contexte publicitaire algérien : analyse et enquête sociolinguistique*. Nous reviendrons sur ces travaux ultérieurement.

Plusieurs définitions sont données par de nombreux chercheurs à la publicité, nous citons celle de Dayan : La publicité est « *Un des aspects de la communication commerciale, c'est-à-dire d'un des quatre éléments d'action sur le marché ou marketing-mix (le produit, le prix, la distribution, la commercialisation* ». (Dayan, 1990 : 5). Cette définition semble obéir, à une quatre partite constituée par le produit, le prix, la distribution et enfin la commercialisation qui constitue le principale processus de la publicité dont le but est de faire consommer le produit quelle que soit sa nature.

Dans notre cas, les opérateurs téléphoniques qui constituent notre terrain de recherche, recourent à la publicité où les langues sont mélangées : arabe standard, arabe dialectal, français, anglais et même portugais.

La question principale que nous nous sommes posée est de savoir, dans un premier temps pourquoi les opérateurs téléphoniques recourent-ils à ces langues. De cette question dérivent d'autres questions à l'instar de : Quels phénomènes linguistiques dérivent du contact de langues dans les SMS envoyés par les opérateurs téléphoniques en Algérie ? Quel impact cet usage a sur le public ?

Dans le cadre de notre étude, nous tenterons de comprendre le fonctionnement de l'alternance codique et d'expliquer comment, dans le contexte plurilingue algérien, les opérateurs téléphoniques (Mobilis, Djezzy et Ooredoo) ont recourt à la combinaison entre les langues en présence, comme stratégie publicitaire permettant d'agir sur le consommateur.

Notre travail de recherche se subdivise en deux parties.

La première partie, théorique, rappelle quelques notions et concepts de base qui serviront d'outils dans notre analyse, nous présentons aussi des travaux portant sur la notion du contact de langues et des phénomènes qui en résultent.

Par la suite, nous donnerons une définition du langage SMS avec ses différentes caractéristiques. Nous exposerons un aperçu sur les opérateurs téléphoniques en Algérie. Ensuite, nous mettrons l'accent sur le domaine publicitaire, nous donnerons un bref aperçu historique sur la publicité en exposant un genre particulier celui de la publicité par SMS. Enfin, nous présentons les divers types du champ publicitaire et ses différentes stratégies.

La deuxième partie, pratique, se compose de deux chapitres, le premier rappelle le cadre méthodologique de notre étude, dans lequel nous présentons notre problématique, les hypothèses et la description de notre corpus. Le deuxième chapitre sera consacré à une analyse morphosyntaxique du code switching dans les SMS publicitaire envoyé par les opérateurs téléphoniques. Nous commencerons d'abord par présenter les langues en usage dans les SMS publicitaires, puis, nous essayerons d'approcher la graphie utilisée dans des messages publicitaires et comment ces derniers sont translittérés. Ensuite, nous nous attarderons sur le recours à l'alternance codique par les opérateurs dans les messages publicitaires.

Enfin, nous clôturons notre étude par une conclusion qui constitue une synthèse des résultats de notre analyse.

## *Partie théorique*

*Chapitre 1 :*  
*Méthodologie de la recherche*

## **1. Définition du sujet**

Notre travail de recherche s'intitule : *L'alternance codique dans les messages publicitaires en Algérie : Le cas des opérateurs téléphoniques*. La recherche que nous allons mener s'inscrit en sociolinguistique, dans le domaine du contact de langues et traitera d'un objet particulier : les messages publicitaires envoyés par les opérateurs téléphoniques (Djezzy-Ooredoo et Mobilis). Par le biais de ce travail, nous souhaitons contribuer à l'approche du contact de langues en Algérie.

L'Algérie, pays plurilingue, est un terrain propice à l'approche des phénomènes issus du contact des langues. De plus, des travaux qui ont été menés, ont porté sur la publicité et le plurilinguisme, citons, à titre d'exemple, ceux de Chachou qui a concentré son attention sur plusieurs catégories de messages publicitaires.

L'originalité de notre étude réside dans le fait que nous soyons peut-être les premières à nous être intéressées aux SMS publicitaires comme objet d'étude en Algérie.

Ce qui est marquant dans les SMS envoyés par les sociétés de télécommunication c'est qu'ils sont écrits en caractères latins même s'il s'agit d'arabe standard ou d'arabe dialectal. La coexistence de ces langues nous a conduites à voir de près ce phénomène dans le cadre de l'étude, plus large, portant sur l'alternance codique dans les messages publicitaires envoyés par les opérateurs téléphoniques.

## **2. Choix et motivation**

Nous avons choisi de travailler sur l'alternance codique dans les messages publicitaires chez les opérateurs téléphoniques en Algérie pour deux raisons.

En premier lieu, étant donné que nous sommes des abonnées fidèles à ces opérateurs et que nous recevons souvent des messages publicitaires où nous avons noté la présence de plusieurs langues à la fois, lesquelles renvoient à la variété des usages en Algérie.

En second lieu, notre motivation est alimentée par le souhait de lancer de nouvelles pistes de recherche dans un domaine aussi spécialisé que celui de la publicité, surtout dans la situation algérienne.

### 3. Etat des lieux

Afin de mener notre étude, nous avons consulté quelques ouvrages de spécialité que nous résumons dans ce qui suit :

Le premier travail consulté est celui d'Ibtissem Chachou, en l'occurrence sa thèse de doctorat intitulée : *Aspect des contacts des langues en contexte publicitaire algérien : analyse et enquête sociolinguistique*. Chachou a consacré dans la première partie de sa thèse tout un chapitre pour parler de la publicité en contexte algérien.

Dans le quatrième chapitre qui s'intitule : « langues, média, et communication publicitaire en Algérie : vers une évolution ergonomique » Ibtissem Chachou traite de la publicité dans le domaine des médias ,notamment la presse écrite francophone algérienne. Ce chapitre a pour objectif de savoir quelle place occupent les langues dans ce champ médiatique. Ibtissem Chachou a travaillé sur deux corpus pour tenter d'apporter des éléments de réponse à ses questions de recherche.

Le premier corpus est constitué de 198 textes publicitaires recueillis dans la presse écrite où se manifeste le phénomène des contacts des langues entre les années 2006 et 2009, mais d'autres textes plus anciens remontent aux années 2002, 2003 et 2004. Ces textes publicitaires ont été collectés dans : ElWatan, le Quotidien d'Oran, Liberté, l'Expression ...etc.

Le second corpus a été recueilli par le biais d'un questionnaire soumis à des étudiants inscrits en licence des sciences de l'information et de la communication dans le département des langues et des lettres. Ce questionnaire s'est déroulé durant ces deux derniers jours de TD de l'année universitaire 2009-2010.

Les résultats obtenus montrent que le domaine publicitaire en Algérie opère une évolution majeure sur les plans des pratiques et des représentations chez les algériens. Les deux corpus exploités ont permis de conclure que le plurilingue se manifeste en contexte publicitaire algérien en tant que stratégie communicative à visée commerciale.

A partir des deux corpus observés et analysés, l'auteure montre que le plurilingue est largement employé et exploité par les publicitaires en contexte algérien. Cet usage est perçu de manière positive chez les publicitaires et les enquêtés.

Le deuxième travail retenu est celui de Belkacem Boumedini, dans son article consacré au contact de langue qui s'intitule : « alternance codique dans les messages publicitaires en

Algérie : cas des opérateurs téléphonique » dans la presse *Synergies Algérie*. Le chercheur a travaillé sur un corpus qui se compose de treize (13) messages publicitaires proposés par les opérateurs Mobils, Djezzy et Nedjma. Ces messages sont repartis en quatre (04) messages pour Djezzy, huit (08) pour Nedjma et un (01) seul message pour Mobilis. L'auteur n'atteste que la présence de l'arabe dialectal et le français dans ces messages qui reflètent la situation bilingue/plurilingue de l'Algérie, conséquence du contact de langue entre algérien et français depuis l'époque coloniale et jusqu'à nos jours. Les résultats obtenus montrent que les opérateurs téléphoniques ont contribué à l'enrichissement du contexte plurilingue en Algérie en recourant à la combinaison entre les langues en présence comme stratégie publicitaire permettent d'agir sur le consommateur qui est le client.

Le troisième travail consulté est celui de Gumperz, intitulé : *La sociolinguistique interactionnelle, une approche interprétative*. Gumperz est le premier chercheur qui s'est intéressé à l'étude du phénomène de l'alternance codique. Dans son ouvrage il définit l'alternance codique dans la conversation comme « *le fait de juxtaposer la conversation à l'intérieur d'un même échange verbal de passages où le discours appartient à deux systèmes ou sous-systèmes différents* » (Gumpers, 1989). L'alternance consiste donc à passer d'une langue à une autre langue ou d'une variété de langue à une autre et les énoncés bilingues produits par les locuteurs sont organisés grammaticalement c'est-à-dire que ces énoncés semblent obéir à une seule et même syntaxe.

Dans son ouvrage, Gumpers montre l'intérêt de l'alternance codique comme un fait positif et normal, il s'agit d'une stratégie du sujet parlant pour s'exprimer dans une interaction.

#### **4. Problématique**

La problématique que nous traitons dans notre mémoire émane d'une réflexion amorcée par la lecture de Boumedini (2009) et de Chachou (2011) évoqués plus haut.<sup>1</sup>

Pour rappel, à travers un corpus constitué de treize (13) messages publicitaires proposés par les opérateurs Mobils, Djezzy et Nedjma, Boumedini tente d'expliquer comment ces opérateurs ont contribué à l'enrichissement du contexte plurilingue en Algérie en recourant à

---

<sup>1</sup>Boumedini, B. (2009) : « L'alternance codique dans les messages publicitaires en Algérie Le cas des opérateurs téléphonique », *Synergies Algérie* n° 6, pp. 99-108.

la combinaison des langues en présence, comme stratégie publicitaire permettant d'agir sur le consommateur.

Pour notre part, nous souhaitons voir si dans notre cas aussi, dans la mesure où nous travaillons sur un corpus similaire. Le recours des opérateurs téléphoniques à différentes langues dans le cadre de la rédaction des SMS publicitaires s'explique par les stratégies publicitaires permettant d'agir sur le client.

Par ailleurs, Chachou a montré grâce à son approche que les stratégies publicitaires reposent sur le plurilinguisme ou il ya combinaison entre les langues en présence.

L'on peut supposer, dès-lors, que ce qui pousse les opérateurs téléphoniques à la concurrence sur le marché du téléphone portable en Algérie à savoir Djezzy, Mobilis et Ooredoo c'est d'atteindre le plus grand nombre d'abonnés et de leur proposer des services pour qu'ils restent fidèles à leur réseau.

Nous voulons voir si l'emploi de (l'arabe dialectale/français/anglais) peut être une stratégie publicitaire qui gère la concurrence du marché du téléphone mobile, donc la question que nous nous sommes posés est : Est-ce que le plurilinguisme se manifeste dans les SMS publicitaires comme une stratégie commerciale ?

## **5.Hypothèses**

Afin de répondre à notre problématique, nous proposons les hypothèses suivantes :

1-Les opérateurs téléphoniques font souvent appel à l'alternance codique à savoir l'arabe dialectale, le français et l'anglais pour faire passer leurs messages à leurs destinataires, cela constitue une stratégie de communication.

2- Le champ de la publicité est un lieu d'actualisation de plusieurs langues qui offrirait aux opérateurs téléphoniques la possibilité d'envoyer des messages formulés dans des langues différentes.

3-Les thèmes abordés dans les SMS publicitaires envoyés par les opérateurs téléphoniques conditionneraient l'apparition de l'alternance codique.



## ***Chapitre 2 :***

### ***Définition des concepts***

## Introduction partielle

Dans cette première partie nous allons donner les perspectives théoriques dans lesquelles s'inscrit notre travail en introduisant les concepts de base qui aideront d'outils dans notre analyse.

### 1. Le contact de langues

Nous ne pouvons pas aborder le phénomène de l'alternance codique sans parler de la notion du contact des langues et des phénomènes qui en résultent. En effet, selon Hamers : « *le contact des langues inclut toute situation dans laquelle une présence simultanée de deux langues affecte le comportement langagier d'un individu* » (Hamers, in Moreau, p94). L'auteur dans cette définition montre que la présence de deux codes linguistiques dans une situation peut avoir une incidence sur le comportement langagier des locuteurs.

Le premier chercheur qui a utilisé le terme de contact de deux langues est Weinreich (1953). Selon lui, ce concept inclut toute situation où la présence de deux langues influe sur les comportements langagiers d'un individu, puisque le contact des langues a d'abord lieu dans l'individu.

Le contact entre deux ou plusieurs langues en présence dans une situation de communication engendre de nombreux phénomènes, tels que le bilinguisme qui donne à son tour lieu à l'apparition des marques transcodiques dans les comportements langagières des locuteurs.

Pour Weinreich, (cité par J.F.Hamers, M. Blanc, 1983,p26).La notion de bilinguisme renvoie à la présence de deux (ou plusieurs langues) dans de la société tandis que le contact de langue renvoi à un état individuel (l'usage alternatif de deux langues).

A la suite de Weinreich, plusieurs définitions ont été données au concept de bilinguisme.

Andrée Tabouret Keller définit le bilinguisme comme: « *le fait général de toutes les situations qui entraînent un usage généralement parlé et dans certains cas écrit de deux ou plusieurs langues par un même individu ou groupe.* »<sup>2</sup>Cette définition vise à considérer qu'il faut parler de bilinguisme dans tous les cas où il y a contact des langues, que ce contact s'effectue à l'écrit, à l'oral, qu'il s'étende à un individu ou un groupe social.

Partant de cette définition nous pouvons dire que le bilinguisme est un phénomène présent en Algérie dans la mesure où les locuteurs algériens alternent plusieurs langues à la fois, à savoir arabe dialectal/ français, berbère /arabe standard, berbère/ français.

---

<sup>2</sup>1Andrée Tabouret Keller : plurilinguisme et interférence in linguistique, guide alphabétique, sous la direction D'André Martinet, éd : Denoël p 69 p305.

La société algérienne est une société bilingue dans la mesure où plusieurs langues sont en contact permanent. K. T. Ibrahimy a indiqué dans son livre : *Les Algériens et leur(s) langue(s)* que :

*« Le rapport du bilinguisme avec la personnalité de locuteurs peut effectivement varier selon les contextes dans lesquels se déroule le bilinguisme, il dépend d'une manière générale de la force des univers sémantiques implicites aux langues concurrentes. Dans le contexte de l'Algérie, le bilinguisme est un produit de la situation coloniale... et un tel bilinguisme ne va pas sans conséquence conflictuelle sur le plan de la personnalité ».*<sup>3</sup>

L'auteure affirme qu'il n'est plus possible de voir dans ce bilinguisme uniquement l'utilisation alternative des deux langues mais aussi et surtout le rapport de concurrence et compétitivité qui s'instaure entre les deux langues, un rapport dialectique qui fait passer chacune d'elles selon les interlocuteurs et la situation d'énonciation du statut de langue dominante à celui de langue dominée et vice versa.

Un des phénomènes issu de contact des langues est la diglossie, elle est définie par Ferguson comme la coexistence de deux variétés linguistiques qui sont apparentées génétiquement dans une même communauté. Ferguson souligne que dans une situation de diglossie, nous rencontrons, une variété dit Haute, langue prestigieuse utilisée dans des situations formelles et la variété dit Basse, langue de la vie quotidienne.

Dans un sens plus large, la diglossie est présente dans le contexte algérien dans la mesure où les variétés en présence se répartissent les tâches dans différentes situations de communications : administration, littérature, média, des conversations quotidiennes, etc.

En observant les pratiques langagières au niveau des différentes situations de communication, les chercheurs ont constatés que la situation de diglossie se passe entre l'arabe standard et le français, l'arabe dialectal et le français.

En effet, selon le point de vue des chercheurs, cette situation est beaucoup plus complexe qu'une simple dichotomie langue dite haute et langue dite basse entre ces deux langues (arabe dialectale, ou l'arabe standard et français) ces langues peuvent alterner dans un même énoncé dans une situation de communication.

---

<sup>3</sup>TALEB IBRAHIMI, K, *Les Algériens et Leur(s) Langue(s)*, Alger : El Hikma, (1996), p64.

Fishman propose à la suite de Ferguson, un modèle diglossique qui s'applique à d'autres situations sociolinguistiques où les langues en présence ne sont pas forcément apparentées génétiquement.

Il propose de décrire toute situation linguistique en fonction de l'absence ou de la présence de la diglossie et du bilinguisme dans une communauté linguistique selon les quatre cas de figures suivants (Fishman, 1971, p 89)<sup>4</sup> :

- Diglossie et bilinguisme : usage de deux langues selon leurs distributions fonctionnelles, variété haute et variété basse sont partagés par les membres de la communauté. Ex. la Suisse ou le standard allemand (langue de l'écrit et de l'école) et le (s) dialecte (s) suisse(s) alémanique(s) : se partagent le champ de communication sociale

- Bilinguisme sans diglossie : cela se trouve dans les situations de migration (comme aux Etats- Unis). Les migrants doivent s'intégrer dans la communauté d'accueil avec la langue d'accueil même s'ils pratiquent la langue d'origine.

- Diglossie sans bilinguisme : C'est un cas de figure qu'on rencontrerait dans les pays en développement comme les pays africains où les populations rurales sont essentiellement monolingues, même s'il ya diglossie (avec l'une des langues de la colonisation comme langue officielle, le plus souvent).

- Ni diglossie ni bilinguisme : le dernier cas de figure envisagé par Fishman ne pourrait concerner que de petites communautés linguistiques, restées isolées ; car d'une manière générale, dans la réalité, toute communauté tend à diversifier ses usages.

Fishman souligne qu'il ya une différence entre la diglossie et le bilinguisme, du fait que la diglossie est un fait social tandis que le bilinguisme est un fait individuel.

Plusieurs phénomènes résultent de la situation de contact des langues, à l'instar de l'emprunt, de l'interférence, du code mixing et de l'alternance codique.

---

<sup>4</sup>Fishman, J.A. (1971). Sociolinguistique, Paris, Nathan et Bruxelles, Labor. p. 89.

L'un de phénomènes issus de contact de langue est l'emprunt, ce phénomène est présent dans les pratiques des locuteurs algériens algérien surtout dans l'usage des mots français dans des productions en arabe dialectal. Ces mots sont intégrés dans le vocabulaire de l'arabe dialectal de manière à en faire oublier la langue d'origine. Par exemple : visite, contrôle, banane, radio, numéro, clinique, ordonnance et analyse. Nous abordons des exemples concrets dans notre partie analyse.

Hamers a défini l'emprunt comme : *«un mot, un morphème ou une expression qu'un locuteur ou une communauté emprunte à une autre langue, sans le traduire »*(Hamers, in Moreau, 1997 : 136). Dans cette définition l'auteure explique les différentes formes d'un emprunt. Selon elle, les segments empruntés sont souvent limités au lexique et peuvent être un morphème, un mot et même une expression à condition que ces segments ne soient pas traduits.

Le code mixing est un phénomène issu de contact de langues défini par Hamers et Blanc comme une stratégie de communication dans laquelle un locuteur transfère un élément d'une langue dans la langue de base de son énoncé.

Les deux auteurs distinguent le code mixing de l'emprunt. Ils distinguent d'abord entre l'emprunt qui est limité à des unités lexicales, et le code-mixing où l'on peut transférer toute les unités linguistiques sans exception aucune. Ils avancent toutefois qu'il n'est pas toujours aisé de séparer le code-mixing d'une autre situation de bilingue.

Le code-switching ou bien l'alternance codique est d'ailleurs le dernier phénomène que nous envisageons d'étudier en détail dans le chapitre suivant.

## **2. Définition de l'alternance codique**

Lorsqu'un individu est confronté à deux langues qu'il utilise dans son discours, il arrive à mélanger des langues et produire des énoncés (bilingues), il s'agit donc du passage d'une langue à l'autre dans son discours que l'on appelle code-switching.

De nombreux travaux traitant du phénomène d'alternance codique proposent des définitions variées. Dans notre étude nous tentons de tenir compte de celles qui, selon nous, sont les plus significatives, à savoir la définition de Gumperz et de Hamers & Blanc dans la mesure où nous pensons que les SMS publicitaires sont un lieu de circulation de plusieurs langues qui offrirait aux opérateurs téléphoniques la possibilité d'envoyer des messages formulés dans des langues différentes.

Gumperz est le premier chercheur qui s'est intéressé à l'étude de ce phénomène, il définit l'alternance codique dans la conversation comme : « la juxtaposition à l'intérieur d'un même échange verbal de passages où le discours appartient à deux systèmes ou sous-systèmes grammaticaux différents » Gumperz (1989). Cette définition montre que l'alternance codique consiste à passer d'une langue à une autre langue ou d'une variété de langue à une autre dans les différentes situations de communications.

Pour mieux saisir la notion d'alternance codique il nous a semblé nécessaire de rapporter la définition de J.F.Hamers et M. Blanc. Ces deux linguistes considèrent l'alternance codique comme :

*« Deux codes (ou plusieurs) sont présents dans le discours, des segments de discours alternent avec des segments de discours dans une ou plusieurs langues. Un segment (x) appartient uniquement à la langue (ly), il en va de même pour un segment (y) qui fait partie uniquement de la langue (lx), un segment peut varier en ordre de grandeur allant d'un mot à un énoncé ou à un ensemble d'énoncés, en passant par un groupe de mots, une proposition ou une phrase [...] ».*<sup>5</sup>

Pour eux, l'alternance codique se manifeste dans le discours lorsque des segments alternent avec d'autres segments et que ces éléments linguistiques appartiennent à plusieurs langues à la fois.

Nous pouvons dire que la différence essentielle entre le mélange de langues et l'alternance codique réside dans le respect des règles des langues alternées.

Une autre définition a été proposée par P. Gardner Chloros qui écrit :« Il y a code switching parce que la majorité des populations emploie plus qu'une seule langue et que chacune de ces langues a ses structures propres, de plus chacune peut comporter des dialectes régionaux ou sociaux, des variétés et des registres distincts dans un discours ou une conversation ».<sup>6</sup>

Dans cette définition, l'auteure insiste sur une situation où il ya plusieurs codes en présence au sein d'une conversation et que le changement de langue peut avoir lieu soit entre deux systèmes linguistiques différents, soit entre deux variétés d'une même langue dans un échange.

---

<sup>5</sup>Hamers J.F et Blanc M. (1983) : Bilinguisme et bilinguisme, Bruxelles, Margada, P.176.

<sup>6</sup>P.GardnerChloros : « code switching : approches principales et perspectives » dans « la linguistique » vol 19 fasc, 2, 1983, p21.

Au final, nous discutons la définition proposée par P. Gardner Chloros, dans la mesure où nous pensons d'une part que les opérateurs mobiles alternent l'arabe dialectal et le français avec d'autres langues dans leur SMS publicitaires. Ces derniers constituent un lieu de circulation de plusieurs langues. D'autre part nous pensons que cet usage alternatif dans les SMS publicitaires envoyés par les opérateurs se produit à différents niveaux de structures linguistiques, soit dans un même SMS ou entre deux segments du même SMS, et c'est ce que nous projetons de vérifier.

### **3. les types d'alternance codique**

Pour illustrer les types d'alternance codique en s'appuyant sur le modèle de Gumpers (1989)<sup>7</sup> qui servira à la description de notre corpus.

#### **3.1 La typologie de Gumperz**

Gumperz distingue deux types d'alternance codique : conversationnelle et situationnelle.

##### **A. L'alternance codique situationnelle**

Elle concerne les changements qui interviennent dans « une même séquence avec le même interlocuteur et parfois sur le même thème ». Elle dépend des activités et des réseaux distincts mais également de l'appartenance sociale du locuteur. Les ressources langagières du répertoire sont mobilisées d'une manière séparée selon le thème abordé et le changement d'interlocuteurs. Le locuteur prend en compte la situation de communication dans laquelle il se trouve, pour adopter une langue de base pour ses échanges.

##### **B. L'alternance codique conversationnelle**

Elle est dite aussi stylistique ou métaphorique, elle se produit de façon automatique à l'intérieur d'une même conversation sans le changement d'interlocuteur ou de sujet de discussion. Le bilingue va utiliser son répertoire linguistique pour faire passer le message dans la langue de son choix tout en sachant qu'il sera compris par son interlocuteur.

Le phénomène d'alternance codique est très présent dans les SMS publicitaires envoyés par les opérateurs téléphoniques qui constituent notre terrain de recherche. Il se justifie par la situation sociolinguistique plurilingue du contexte algérien où se mêlent l'arabe et le français avec d'autres langues.

---

<sup>7</sup>J.J.Gumperz « Sociolinguistique interactionnelle » université de la Réunion, L'harmattan 1989, p57.

### **3.2 L'alternance codique comme stratégie de bilingue**

Gumperz (1989, p73-84) a dégagé six fonctions de l'alternance codique. Il s'agit de :

#### **a-Citation**

L'alternance apparaît comme une citation ou comme un discours rapporté qui se dit dans une langue différente de la langue du départ.

#### **b- Désignation d'un interlocuteur**

Gumpers constate qu'en situation de communication, le locuteur passe d'un code à l'autre pour s'adresser à un locuteur (bilingue) choisi parmi plusieurs autres locuteurs présents.

#### **c-Interjection**

L'alternance sert à indiquer une interjection ou un élément phatique. Pour Gumperz, les exclamations et les mots de transitions sont employés par les locuteurs qui ne maîtrisent pas assez la langue dans laquelle se produit l'alternance.

#### **d-Réitération**

L'alternance ici, consiste à répéter un même message dans deux langues différentes afin de clarifier ce qui a été déjà dit et à insister sur une certaine information.

Dans le cas du langage SMS et dans le cadre de notre étude, nous avons cité ces deux exemples d'une part, pour faciliter la compréhension du SMS chez le locuteur, d'autre part, nous avons traduit le premier message littéralement pour qu'il soit compris par tous les locuteurs.

Par exemple :

**D-M7** : GO **Ahdar+** : 50 DA=50 minutes vers Djezzy valide 24 h en plus du tarif le moins cher du marché 1.75 Da/30 sc vers les autres réseaux nationaux. GO sur \*720#.

**D-M8**: GO **Ahdar+**50 DA=50 dakika nahwa chabakat Djezzy saliha 24 sa3a we stafid min afdal tas3ira 1.75 dinar/30 thaniya nahwa baki chabakat elwataniya. GO ala \*720#.

#### **e- Modalisation d'un message**

Cette fonction sert à préciser le contenu d'un message produit dans une langue par le biais d'un deuxième message énoncé dans une autre langue que la première.



#### **f- Personnalisation versus objectivisation**

Cette dernière catégorie d'alternance codique consiste dans le choix de codes, car l'interlocuteur opère des choix pour affirmer soit son opinion personnelle (domaine de la subjectivité) soit des connaissances qu'il a et qui sont le reflet 'un savoir ordinairement admis par tous (domaine d'objectivité).

Ces fonctions représentent selon Gumperz une des étapes dans l'analyse du code-switching

#### **Conclusion partielle**

Nous avons présenté dans cette première partie les perspectives théoriques dans lesquelles s'inscrit notre travail en introduisant les concepts de base qui serviront d'outils dans notre analyse. La deuxième partie portera sur la définition du langage SMS et ses caractéristiques, un aperçu sur les opérateurs téléphoniques qui constituent notre terrain de recherche. Nous nous intéresserons par la suite au domaine de la publicité en Algérie.

## *Chapitre 3 :*

### *Langage SMS, publicité, sa stratégie Et ses types*

## 1. Langage SMS

Nous sommes des milliers dans le monde à utiliser le téléphone portable, ce moyen de communication qui est rapide, utile et pratique est à la portée de tout le monde. La procédure d'envoyer des SMS est simple et disponible au niveau de tous les téléphones portables. On peut rapidement recevoir les nouvelles de la météo sans lire ou écouter les informations.

### 1.1. Définition du langage SMS

Le terme SMS vient de l'anglais « Short Message Service » qu'on peut traduire en français par messages textuels et brefs ; c'est « *un moyen de communication qui permet d'échanger des messages courts (à donner un rendez-vous, à donner une adresse, à prévenir qu'on sera en retard, par exemple) à partir d'un téléphone mobile* » (J.ANIS, 1999 :74)

Le langage SMS est un sociolecte<sup>8</sup> écrit qui change les caractéristiques orthographiques et grammaticales d'une langue afin de diminuer sa longueur. Les SMS sont limités en nombre de caractères (entre 130 et 160 selon l'opérateur). Ils reflètent, selon Jacques Anis, « *du vécu, des émotions et des sentiments* ». La réduction de la longueur des messages électroniques est apparue avec la banalisation des technologies de l'information et de la communication au cours des années 1990, et ce n'est qu'avec l'arrivée des SMS qu'une appellation lui a été associée. L'appellation « langage SMS » désigne ainsi, par extension, l'usage de ce type de langage lors d'échanges sur Internet par messagerie instantanée ou courrier électronique, sur les forums Internet et les blogs, ou encore dans les jeux en réseau.

Ainsi les SMS sont, selon P. LARDELLIER « *pratiques et ludiques, spontanés et distancés à la fois, polis, intimes et confidentiels* » (P. LARDELLIER, 2002 : 8)

### 1.2. Caractéristiques<sup>9</sup>

Le langage SMS combine plusieurs procédés pour raccourcir les phrases et les mots :

- L'abréviation : lgtps, tt, pr,"slt"; la plupart des voyelles sont écartées, certaines consonnes sont également retirées (en particulier celles formant les voyelles nasales), mais le mot reste plus ou moins lisible et compréhensible (respectivement longtemps, tout, pour, "salut")
- La phonétique: koi, jamè, grav, eske ; il faut prononcer les syllabes normalement pour reconstituer le mot d'origine (respectivement quoi, jamais, grave, est-ce que) ;  
Le rébus typographique: 2m1, bi1, koi29,"gt","mr6" (respectivement demain, bien, quoi de neuf, j'étais, merci) ;
- Le déchiffrement ou décryptage: résultat de l'épellation des lettres d'un mot. Valeur décodée des lettres, des chiffres et des caractères : G pour « j'ai », C pour « c'est », NRJ pour « énergie », a12c4 pour « À un de ces quatre » 2m1, « demain », bi1, « bien », koi 2 9, « quoi de neuf ». Le procédé vient de l'anglais (R pour « are », U pour « you »), langue dans laquelle

<sup>8</sup> <https://fr.wikipedia.org/wiki/publicité>

<sup>9</sup> <https://fr.wikipedia.org/wiki/Langage-SMS>

ce procédé n'est pas l'exclusivité des jeunes. Ainsi dans le langage de programmation de Matlab, « convertir un nombre (number) en texte brut (string) » se dit num2str, le « 2 » se lisant to, « vers ».

- Utilisation de mots anglais plus courts (today pour aujourd'hui, now pour maintenant, etc.)

## 2. Les opérateurs téléphoniques en Algérie

Un opérateur de réseau mobile est une compagnie de télécommunication qui propose des services de téléphonie mobile ou d'accès mobile à Internet. L'opérateur fournit une carte SIM au client qui l'insère dans son téléphone mobile ou sa tablette tactile pour avoir accès au réseau cellulaire de l'opérateur par exemple : GSM. L'opérateur de réseau mobile est également chargé, du marketing, de la commercialisation, de la facturation et de l'assistance à sa clientèle.<sup>10</sup>

En Algérie il y a trois (03) opérateurs de réseau mobile : Ooredoo-Djezzy-Mobilis qui offrent le service du SMS à différents tarifs (cela varie entre 4 et 7 DA). Ces opérateurs réduisent souvent le prix d'achats des puces avec un bonus offert et des SMS gratuits. Nous vous présentons un petit aperçu sur le fonctionnement des opérateurs téléphoniques en Algérie.

### 2.1. Ooredoo



**Ooredoo** précédemment connu sous le nom **Nedjma** (étoile en langue arabe) est le troisième opérateur (en termes de date d'entrée en vigueur) de téléphonie mobile en Algérie. C'est la marque commerciale mobile de Wataniya Télécom Algérie (Wataniya étant une société qatarie). Ooredoo (Le nom de la marque traduit de l'arabe signifie «je veux»). L'opérateur compte aujourd'hui plus de 10 millions d'abonnés.

Wataniya Télécom Algérie (WTA), le premier opérateur multimédia de téléphonie mobile en Algérie, a obtenu une licence de desserte nationale des services de téléphonie sans fil en Algérie le 2 décembre 2003, grâce à une soumission gagnante de 421 millions de dollars US. Le 25 août 2004, Wataniya a procédé au lancement commercial sous l'ancienne marque Nedjma.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> <https://fr.wikipedia.org/wiki/Opérateur-de-réseau-mobile>

<sup>11</sup> <https://fr.wikipedia.org/wiki/Ooredoo/Algérie>

## 2.2. Djezzy



**Djezzy** est un opérateur de télécommunications algérien. Créée en juillet 2001, il est devenu leader dans le domaine de la téléphonie mobile, avec plus de 18 millions d'abonnés au mois de décembre 2014. L'opérateur a connu une croissance très forte, il a acquis un million de nouveaux abonnés en 6 mois entre juin et décembre 2007, le premier million d'abonnés ayant été atteint en septembre 2003. Il compte plus de 4000 employés.

C'est en juillet 2001 que le groupe OrascomTelecom remporte la deuxième licence de téléphonie mobile en Algérie, et ce pour un montant de 737 millions de dollars.<sup>12</sup>

## 2.3. Mobilis



**Mobilis**, ou Mobilis ATM (Algérie Télécom Mobile), filiale d'Algérie Télécom, est un des 3 grands opérateurs mobiles algériens. Devenu autonome en août 2003, Mobilis propose à ses clients : offres post et prépayées, SMS / MMS, roaming à l'international, messagerie vocale, consultation de la facture sur Internet, notification gratuite du solde après chaque appel, appel gratuit vers un ou plusieurs numéros favoris.

Le 15 décembre 2004, Mobilis a lancé le premier réseau expérimental UMTS (Universal Mobile Télécommunication System) en Algérie. Mobilis a lancé un vaste chantier de déploiement de son réseau GSM.

Aujourd'hui, près de 80 % de la population algérienne est couverte par le réseau.

Mobilis compte plus de 13 millions d'abonnés actifs.<sup>13</sup>

## 3. Publicité

A partir du moment où nous allumons la télévision, la radio, allons au cinéma, nous connectons sur le « Web », faisons nos courses dans un centre commercial, ou encore lorsque nous nous promenons simplement dans la rue, nous sommes pris par une multitude d'images, de slogans, de musiques et de publicités relatives à des marques commerciales.

Nous proposons dans ce qui suit un aperçu de la publicité.

### 3.1. Définition de la publicité

La publicité est un terme qui vient du latin publicus, lequel renvoie à quelque chose qui concerne tout le monde et la qualité de ce qui est produit. La publicité est une forme de communication de masse, dont le but est d'assurer l'attention

---

<sup>12</sup> <https://fr.wikipedia.org/wiki/Djezzy>

<sup>13</sup> <https://fr.wikipedia.org/wiki/ATM-Mobilis>

d'une cible visée (consommateur, utilisateur, usager, électeur, etc.) afin de l'inciter à adopter un comportement souhaité : achat d'un produit, élection d'une personnalité politique, incitation à l'économie d'énergie, etc. Évoquer, par exemple, le nom d'une entreprise, d'un magasin, ou encore d'une marque, n'implique pas automatiquement un acte publicitaire. Mais cela le devient à partir du moment où le but volontairement recherché est d'attirer l'attention sur l'objet évoqué et/ou de suggérer d'aller à tel ou tel endroit.

La publicité peut viser des changements de comportement ou la promotion de valeurs considérées comme positives ou bénéfiques au niveau de la société, mettre en garde contre les drogues, inciter au respect de l'environnement, ou encore promouvoir la prévention routière.<sup>6</sup>

### **3.2. Historique général de la publicité**

La publicité naît dans l'antiquité sous forme de fresques. Elle vante les mérites d'un homme politique ou annoncent les combats de gladiateurs. On peut considérer que la première publicité en série a été découverte en 1000 avant Jésus Christ. Elle offrait une pièce d'or pour un esclave en fuite. Pendant plusieurs siècles la publicité ne circulait que sous forme de fresques ou sur des vases.

C'est avec l'apparition de l'imprimerie, au XV<sup>ème</sup> siècle, que l'aspect de la publicité a changé. La page imprimée devient plus accessible au grand public, ce qui donne naissance au flyer et des affiches qui tapissent les murs des villes. En 1660, *La London Gazette* publie dans sa revue une publicité pour du dentifrice. Il s'agit de la première publicité imprimée dans un périodique.

La publicité devient de plus en plus indispensable avec l'extension des réseaux de chemins de fer et l'apparition des grands magasins, ce qui entraîne une augmentation des échanges et un élargissement des marchés. La libéralisation de la presse permet ensuite d'augmenter le nombre de publicités dans les journaux. On voit naître les premiers spots publicitaires dès 1928, soit 6 ans après l'émergence de la radio. On voit ainsi naître des cours de publicité en école de commerce, puis le métier de publicitaire. La publicité se veut alors technique, presque scientifique. Grâce aux congés payés du Front populaire, la publicité se tourne vers les vacances et les loisirs en particulier dans le domaine des sports d'hiver. Elle suscite un véritable enthousiasme et elle se transforme en phénomène culturel. Les médias analysent les images et les campagnes publicitaires, ce qui modifie la publicité en événement.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> [Lapublicite.e-monsite.com/.../historique/historique-generale-de-la-publicite.gtml](http://Lapublicite.e-monsite.com/.../historique/historique-generale-de-la-publicite.gtml)

### 3.3. Publicité par SMS

Le téléphone mobile pourrait prendre la place de la télévision en tant que média principal. Il peut répondre aux besoins des consommateurs et des investisseurs en cas de publicité, pour cela on peut citer quelques atouts d'une publicité SMS.

- **L'universalité** : Le SMS est universel et il est disponible par défaut sur tous les mobiles.
- **Le facteur économique** : Une campagne de publicité par SMS coûte 10 fois moins cher qu'une campagne papier.
- **L'efficacité** : Votre publicité par SMS sera lue par 90 à 95% de vos destinataires en moins de 10 minutes.
  
- **Un média respectueux de l'environnement** : Le SMS est un média « propre » facile à stocker et à transporter.

**Une diffusion « virale »** : Un SMS publicitaire peut être transféré des centaines voire des milliers de fois.<sup>15</sup>

### 3.4. Stratégie publicitaire

Une stratégie de communication est « *la manière de planifier et de coordonner la communication* »<sup>16</sup>. Elle conduit les actions nécessaires pour atteindre ses objectifs de communication. Une stratégie de communication consiste à :

- déterminer les cibles auxquelles va s'adresser la communication.
- définir le message qui va leur être transmis.
- définir les objectifs de communication de l'entreprise.
- choisir des supports et canaux de communication adaptés.
- réaliser un plan de communication.
- établir un budget de communication.

---

<sup>15</sup> [www.envoyersmspro.com/pub-sms-pro](http://www.envoyersmspro.com/pub-sms-pro)

<sup>16</sup> <https://wikipedia.org/wiki/strategie-de-communication>

## *Partie pratique*



## *Chapitre 1 :*

*Présentation du corpus (modalités de recueil,  
composition, conventions de transcription /  
traduction)*

## 1. Présentation du corpus

Le corpus se compose de trente (30) messages tous émanant des opérateurs téléphoniques cités dans la partie précédente et qui se subdivisent en :

- douze (12) messages pour Ooredoo,
- huit (8) messages pour Djezzy,
- huit (8) pour Mobilis.

Ces messages ont comme point commun leur caractère plurilingue.

Nous avons reçu ces messages entre 2014 et 2015. La collecte des SMS était assez facile dans la mesure où nous sommes abonnées chez Ooredoo et Mobilis. Outre les messages reçus de ces deux opérateurs, nous avons sollicité des proches afin d'en réunir un nombre conséquent. Pour les SMS de Djezzy, nos amies et nos proches nous ont été d'une grande aide dans le processus de collecte.

Le nombre des SMS se limite à 30 parce que nous avons trouvé quelques difficultés à collecter les SMS plurilingues. En revanche, nous n'avons pas rencontré de difficulté majeure dans la collecte des SMS unilingues.

Afin de classer les SMS et d'en rendre la tâche facile, nous avons recouru à des symboles. Ainsi, nous avons opté pour les conventions suivantes :

- Les messages de Ooredoo commencent tous par un O ;
- Les messages de Mobilis commencent tous par un M ;
- Les messages de Djeddy commencent tous par un D.

Ensuite, il suffit de classer les messages de chaque opérateur en utilisant des chiffres. Ainsi, dans M-1 : Le M est l'abréviation du mot message et le chiffre à côté renvoie au numéro d'SMS.

## 2. La transcription du corpus

Dans le but de faciliter l'accès au corpus et d'en rendre le traitement compréhensible aux lecteurs, il est nécessaire de le transcrire. Nous avons choisi une transcription orthographique, suivant en cela Traverso pour qui « *D'une manière générale, on n'utilise pas de transcription phonétique, trop difficile à lire, mais des transcriptions orthographique, plus au moins standard et adaptées* » (Traverso, 2007 :23).

Nous avons donc écarté la transcription phonétique dans la mesure où notre corpus est écrit. De plus envisager la transcription en API va altérer les caractéristiques spécifiques à la

graphie du langage SMS. En effet, les SMS reçus sont tous rédigés à l'aide de l'alphabet latin quand bien même ils présentent un caractère plurilingue.

La langue de base des SMS est le français avec des passages en langue arabe standard, dialectal et même en anglais et le portugais. La plupart des SMS sont plurilingues où il y'a plusieurs langues en présence.

## **2.1. Les conventions de transcription**

Évoquant les conventions de transcription, Traverso souligne« *qu'il n'y a pas aujourd'hui un système de transcription unifié, chacun forge son système en s'inspirant le plus souvent de celui de Jefferson [...] ou Bielefeld [...].* »<sup>17</sup>

Nous résumons nos conventions de transcription dans ce qui suit :

- L'arabe standard présent dans les SMS est signalé par la mise en italiques.
- L'arabe dialectal présent dans les SMS est signalé par la mise en gras.
- Le français présent dans les SMS est signalé par un seul trait.
- L'anglais présent dans les SMS est signalé par deux traits.
- Le portugais présent dans les SMS est sans aucune modification.
- Nous avons traduit en français les SMS envoyés en arabe dialectal, standard et même en anglais et portugais.

---

<sup>17</sup>TRAVERSO, V. (2007): Analyse des conversations, Ed Armand Colin.p24.

## *Chapitre2*

### *Analyse du corpus*

## 1. Les langues utilisées

Pour ce qui est des langues utilisées dans les messages publicitaires des opérateurs de la téléphonie mobile en Algérie, il est important de signaler que nous avons rencontré dans notre corpus cinq (5) langues en usage. Il s'agit de l'arabe standard, de l'arabe dialectal, du français, de l'anglais et du portugais.

Nous avons remarqué dans nos messages recueillis qu'il existe plusieurs configurations : des messages composées complètement en français, des messages où l'arabe standard est accompagnée d'une ou de plusieurs langues. Nous avons trouvé également des messages en arabe dialectal inséré dans des passages d'une où de plusieurs langues, des messages intégralement composés en anglais et même en portugais.

En ce qui concerne les langues qui composent nos messages, nous mentionnons que le nombre total de messages est trente (30) messages répartis en douze (12) SMS chez Ooredoo, dix(10) SMS chez Djazzy et huit SMS(8) chez Mobilis .Sachant que dans un seul et même message, nous pouvons rencontrer une, deux ou plusieurs langues à la fois.

Le tableau suivant explique brièvement les langues utilisées dans notre corpus.

Les opérateurs téléphoniques	Le nombre total de messages	Arabe standard	Arabe dialectal	Français	anglais	portugais
Ooredoo	12	3	3	12	0	1
Djazzy	10	5	7	10	9	0
Mobilis	8	2	1	8	1	0

**Tableau 1 : les langues en présence dans les SMS.**

Nous pouvons dire que la présence de ces langues dans les messages publicitaires envoyés par les opérateurs téléphoniques est liée au contexte plurilingue de l'Algérie qui leur offre un terrain d'expression.

## 1.1. Les langues employées dans les SMS publicitaires

### A-Le français

Nous avons pu observer que les opérateurs téléphoniques utilisent souvent le français comme langue de base dans la plupart des messages envoyés, ces derniers sont en nombre de trente (30) messages. Par exemple :

**O-M1:** Tablette Ooredoo sous Windows 8.1 jusqu'à 9 mois Internet offerts, pour suivre vos projets partout comme au bureau. Promo valable jusqu'au 25/05/2015.

**O-M3:** Signer votre contrat 3G afin de pouvoir en profiter.

**M-M5 :** MC : Le Ministère du Commerce organise une Conférence Nationale sur le commerce extérieur, les 30 et 31 mars au Palais des Nations-Alger. Infos sur comex.dz.

Nous retrouvons des segments en arabe dialectal et standard et même en anglais et en portugais sont insérés dans les segments en français comme :

**O-M11:** Um, dois, tres, viva Algéria...encourageons tous nos champions le mardi 17 juin2014 à 17.00 face à la Belgique. Maak ya lkhedra. Maak ya Dzair.

**D-M2:** Avec Takdar Tarbah participez au tirage au sort du 30/03 et tentez de gagner 1CUISINE EQUIPEE d'une valeur de 1.500.000 DA. Envoyez CUISINE au 66017.100DA/SMS.

**M-M6 :** SIAHA : Visitez le salon du tourisme et des voyages SIAHA du 1au 4 Avr au CCO Oran profitez des promotions sur plusieurs destinations nationales et internationales.

**D-M9:** GO t'offre plein d'avantages ! Cumule 400 DA rechargement et Gagne 400 DA bonus/mois. Bénéficie jusqu'à100 da Bonus sur les appels reçus & découvre plus sur \*720#.

En observant notre corpus, nous avons constaté que les opérateurs téléphoniques recourent à l'emploi alternatif du français avec d'autres langues, une pratique présente dans les SMS de tous les opérateurs téléphoniques. Le français, langue présente en Algérie depuis 1830, c'est la langue de l'enseignement des matières scientifiques et techniques au niveau de l'université mais aussi des écoles privés et des crèches. Cette langue étrangère imposée par le colonialisme est la langue qui véhicule le savoir. Elle est enseignée à partir de la deuxième année primaire et est employée dans la vie quotidienne des Algériens : dans les administrations, dans les médias, dans les conversations quotidiennes ..... Etc.

### B-L'Arabe standard

L'usage de l'arabe standard est fréquent dans les messages envoyés par les opérateurs téléphoniques. Nous avons retrouvé l'arabe standard mélangé avec d'autres langues dans dix (10) messages, par exemple :

**O-M10:** *Imsak/ Iftar, programmes TV. Astus de cuisine, boukalate et plein d'autres contenus sur ton mobil, durant tout le mois de Ramadhan, composez \*5111# info 333.*

Nous avons trouvé également des passages en arabe dialectal insérés dans des segments en arabe standard, c'est le cas de l'exemple :

**D-M1:** « DJEZYGGOOD100 = sa3a nahwa Djezzy min esseta ta3 la3chiya letnach ta3elilwa as3ira moufadala 2.41 dinar/30 thaniya nahwa baki chabakat elwataniya. \*720# GOODSahara.

**D-M3:** Thab Tab3atles SMS? Sahel, KayenGO Texto : 25DA= 50 SMS nahwa chabakat Djezzy saliha 24 sa3a ! Sadjl 3ala \*720#.

**D-M8:** 50 DA=50 dakika nahwa chabakat Djezzy saliha24 sa3a we stafid min afdal tas3ira1.75dinar/30 thaniya nahwa baki chabakat elwataniya. GOala \*720#.

Nous avons retenu aussi des passages en français insérés dans des segments en arabe standard comme dans les messages suivants :

**O-M12 :** Ooredoo vous présente ses meilleurs vœux à l'occasion d'El Mawlid Ennabaoui Echarif.

**O-M4 :** profitez des forfaits appels et Internet plus avantageux pour nos clients Noudjoum. Disponible sur \*110#.

L'arabe standard est la première langue officielle et écrite en Algérie, c'est celle qui est enseignée à l'école durant treize ans de scolarité, d'ailleurs elle n'est pas utilisée généralement que par des enfants lors de leur apprentissage à l'école.<sup>18</sup>

### **C-L 'Arabe dialectal**

L'emploi de l'arabe dialectal est nombreux dans les SMS, ils sont en nombre de onze (11) messages. Nous avons trouvé des messages en arabe dialectal où il ya des segments en français et en portugais comme le cas de certains messages :

**O-M11:** « Um, dois, tres, viva Algéria...encourageons tous nos champions le mardi 17 juin2014 à 17.00 face à la Belgique. Maak ya lkhedra. Maak ya Dzair. »

**D-M2:** Avec Takdar Tarbah participez au tirage au sort du 30/03 et tentez de gagner 1CUISSINE EQUIPEE d'une valeur de 1.500.000 DA. Envoyez CUISINE au 66017.100 DA/SMS.

**M-M8 :** Mobilis vous recommande la tonalité Nroh Lbladi, téléchargez la en répondant à cet SMS par1.Découvrez plus de tonalité en appelant le 608.

---

<sup>18</sup>« Astus » apparaît tel quel dans le SMS, il s'agit d'une faute d'écriture.

Nous retrouvons aussi des segments en anglais et en arabe standard insérés dans des passages en arabe dialectal tel que :

**D-M10:** M3a djezzy GOchargi we kitelhak 400 DA terbah400 DA bonus, we zid !kolma ykalmouk, terbah bonus yawsal hatta 100DA fi chahar, we 3orod hayla 3la\*720#.

**D-M3:** Thab Tab3atles SMS? Sahel, KayenGO Texto : 25DA= 50 SMS *nahwa chabakat Djezzy saliha 24 sa3a ! Sadjl 3ala* \*720#.

#### **D- L'Anglais**

Quant à l'usage d'anglais, ils sont en nombre de dix (10) SMS. Nous retrouvons des segments en arabe dialectal et en arabe standard insérés dans des segments en anglais comme :

**D-M1:** DJEZZYGOOD 100 = *sa3a nahwa Djezzy min esseta ta3 la3chiya letnach ta3 elilwa tas3ira moufadala* 2.41 dinar/30 *thaniya nahwa baki chabakat elwataniya.*\*720#  
GOOD Sahara.

**D-M6:** GOAhdar+:100 DA=*Is3a nahwa chabakat Dezzy saliha 24 sa3a. we stafid min afdal tas3ira* 1.75 dinar/30 *thaniya nahwa baki chabakate wataniya.* GO ala \*720#.

Nous avons trouvé également des segments en français insérés dans des passages en anglais par exemple :

**M-M4 :** Mobilis : Profitez du pack tablette Mobilis à 12000 DA seulement ! Une tablette + SIM Moubtasim+1 an de connexion Internet. Rendez-vous en agence. 23/03/2015.

**D-M9:** GO t'offre plein d'avantages ! Cumule 400 DA rechargement et Gagne 400 DA bonus/mois. Bénéficie jusqu'à100 da Bonus sur les appels reçus & découvre plus sur\*720#.

#### **E-Le portugais**

Nous pouvons mentionne également l'usage du portugais, il est très limité, nous le retrouvons dans un seul message :

**O-M11:** Um, dois, tres, viva Algéria...encourageons tous nos champions le mardi 17 juin2014 à 17.00 face à la Belgique. Maak ya lkhedra. Maak ya Dzair.

Les opérateurs téléphoniques usent le portugais lorsqu'ils citent les noms des équipes sportifs. A travers ce tableau proposé ci- dessous, nous présentons le pourcentage des langues employées dans les SMS.



Les langues	Le pourcentage
Arabe standard	33.3%
Arabe dialectal	36.6%
français	100%
anglais	33.3%
portugais	3.3%

**Tableau 2 : le pourcentage des langues utilisées dans les SMS.**

Comme nous l'avons fait remarquer plus haut, la langue qui domine le plus est le français dans la mesure où le pourcentage des messages en français s'élève à 100 %, comparé avec celui des autres langues employées.

Ce qui concerne l'arabe dialectal comparé avec arabe standard, nous constatons un léger écart entre les deux langues : l'arabe dialectal s'élève à 36.6 % contre 33.3% pour l'arabe standard. Le pourcentage des messages en anglais s'élève à 33.3% comparé au portugais dans un pourcentage inférieur de 3.3%.

Les écarts soulignés entre les langues montrent à la fois que l'emploi du français est quantitativement supérieur par rapport aux autres langues employées dans les SMS.

Donc, les langues exploitées dans les messages publicitaires envoyés par les opérateurs téléphoniques sont pour but de produire un effet stylistique et distinctif sur le marché national et aussi de faciliter de degré de communication et de compréhension du message.

### **1.1. Les messages monolingues et plurilingues**

Nous avons remarqué que notre corpus se compose de messages monolingues et de messages plurilingues.

#### **1.1.1. Les messages monolingues**

*a- Les messages monolingues écrits en arabe standard :*

Le recours en arabe standard dans ces messages publicitaires s'explique par le fait que les opérateurs semblent plus enclins à utiliser l'arabe standard que les autres langues, notamment dans les fêtes religieuses tel que :

**O-M10:** « *Imsak/ Iftar*, programmes TV. Astus de cuisine, boukalate et plein d'autres contenus sur ton mobil, durant tout le mois de *Ramadhan*, composez \*5111# info 333»

**O-M12** : «Oredoo vous présente ses meilleurs vœux à l’occasion d’El Mawlid Ennabaou Echarif »

Les fêtes religieuses sont aussi l’occasion pour les opérateurs de procéder à des opérations de marketing dont la réussite peut être relative à la langue utilisée. Elles sont souvent formulées en arabe standard et transcrit en arabe en caractère latin. Le caractère solennel lié à la religion musulmane de l’arabe standard apparaît comme une motivation du choix par l’opérateur téléphonique.

Donc, les fêtes religieuses sont l’occasion pour les opérateurs, pour qu’ils en profitent de proposer diverses offres à leurs abonnés.

*b- Les messages monolingues écrits en arabe dialectal :*

L’emploi de l’arabe dialectal est présent dans les messages publicitaires envoyés par les opérateurs téléphoniques. Ces derniers proposent des offres et des services différents dont l’objectif d’entrer en contact avec leurs clients. Par exemple :

**D-M1** : « DJEZZYGOOD 100 = *sa3a nahwa Djezzy min esseta ta3 la3chiya letnach ta3 elil wa tas3ira moufadala 2.41dinar/30 thaniya nahwa baki chabakat elwataniya. \*720# GOOD Sahara* »

**D-M2** : « AvecTakdarTarbahparticipez au tirage au sort du 30/03 et tentez de gagner 1CUISINE EQUIPEE d’une valeur de 1.500.000 DA. Envoyez CUISINE au 66017.100 DA/SMS ».

*c-Les messages monolingues écrits en français :*

En observant notre corpus, le français est présent dans la plupart des messages publicitaires, il relève d’un registre de langue standard contrairement à celui de l’arabe dialectal dans certains messages mixtes.

Le choix du français revient pour l’opérateur à partager des valeurs sacralisées par l’état algérien comme le montre l’exemple suivant :

**O-M8** : « Ooridoo fier d’être partenaire Officiel du Real Madrid en Algérie »

Certains messages liés à la célébration de la fin de l’année sont également rédigés en français tel que :

**M-M1** : « DGSN. La Sureté Nationale vous présente ses vœux à l’occasion du nouvel an 2015 et vous recommande plus de prudence sur la route. Le 15-48 à votre service ».

Quoique considéré comme une langue étrangère, le français du fait de son usage dans les sphères politiques et les milieux institutionnels, il représente un caractère d’officialité qui lui confère cette dimension solennelle.

### 1.1.2. Les messages plurilingues

Nous avons repéré quelques exemples de messages plurilingues dans notre corpus :

#### *a -Les messages bilingues*

Les messages bilingues qui nous intéressent sont produits dans deux ou plusieurs langues, ils sont importants du point de vue quantitatif que les messages monolingues, ils sont transcrit en arabe en caractère latin. Par exemple :

**O-M5:** « **Jdid** Ooredoo : **Lémkhayar ta3les jeux f'téléphonek b' 100 DA bark! Tapez :** <http://gloft.co/d008dfao> »

**D-M2 :** « Avec Takdar Tarbah participez au tirage au sort du 30/03 et tentez de gagner 1CUISSINE EQUIPEE d'une valeur de 1.500.000 DA. Envoyez CUISINE au 66017.100 DA/SMS » le recours à l'alternance codique impliquant l'arabe dialectal et le français renvoient à deux sphères culturelles distinctes, l'une arabophone, l'autre francophone.

#### *b-Les messages trilingues*

La présence de l'une ou de l'autre langue peut être résumée en un mot ou en une expression dans certains messages publicitaires, comme elles peuvent être équilibrées notamment dans la traduction. Nous citons à titre d'exemple :

**O-M11 :** « Um, dois, tres, viva Algéria...encourageons tous nos champions le mardi 17 juin2014 à 17.00 face à la Belgique. Maak ya Ikhedra. Maak ya Dzair », ici dans ce message, nous constatons la présence de trois langues : le français, l'anglais et le portugais. Ce message comporte un seul mot en anglais « Algéria » et un segment en portugais « Um, dois, tres, viva Algéria ».

Aussi, **M-M4 :** « Mobilis : Profitez du pack tablette Mobilis à 12000 DA seulement ! Une tablette + SIM Moubtasim+1 an de connexion Internet. Rendez-vous en agence. 23/03/2015»

Ce message se compose de trois langues, le français, l'anglais et l'arabe standard.

Donc, nous pouvons dire que la position du français reste centrale dans la plupart des messages par rapport à celle de l'arabe, d'anglais et de portugais.

### 1.2.Les thèmes abordés

Les thèmes que nous avons aperçus dans les messages recueillis sont divers : le sport, la religion et d'autres thèmes.

Quand il s'agit d'aborder des thèmes comme le sport qui a une place importante chez les locuteurs algériens, les opérateurs téléphoniques proposent des messages plurilingues dont le but de faciliter la communication et la compréhension du message chez l'abonné qui le reçoit quelque que soit son niveau de connaissance.

*a- Le sport :* est présent dans nos messages, il se trouve dans trois messages de Ooredoo :

**O-M8** : « Ooridoo fier d'être partenaire Officiel du Real Madrid en Algérie »

**O-M9** : « Gagner une place pour voir un match REAL MADRID au stade Santiago Bernaéu en cumulant un maximum de points sur vos achats APPEL et INTERNET au \*110 # et \*15#»

**O-M11** : « Um, dois, tres, viva Algéria...encourageons tous nos champions le mardi 17 juin2014 à 17.00 face à la Belgique. Maak yal khedra. Maak ya Dzair ».

Nous remarquons que ces messages plurilingues sont écrits en plusieurs langues à savoir le français, l'anglais et l'arabe dialectal, mais c'est le français qui domine beaucoup plus ces trois messages , puisqu'ils sont liés à une période bien précise celle de la coupe du monde du Brésil, cela prouve que les supporters algériens accordent une place importante au sport.

Quand il s'agit d'envoyer des messages qui sont lié à la religion, les opérateurs téléphoniques utilisent l'arabe standard mélangé avec d'autres langues.

*b-La religion* : est présente dans deux messages plurilingues envoyés par Ooredoo :

**O-M10**: « *Imsak/ Iftar, programmes TV. Astus de cuisine, boukalate et plein d'autres contenus sur ton mobil, durant tout le mois de Ramadhan, composez \*5111# info 333* ».

Les mots: Imsak, Iftar, sont des emprunts écrits en arabe standard puisqu'il s'agit d'une fête religieuse ou les opérateurs sont plus enclins à user l'arabe standard que d'autres langues. Ces emprunts sont liés à une période bien précise celle du mois sacré : Ramadhan.

**O-M12** : «Ooredoo vous présente ses meilleurs vœux à l'occasion d'El Mawlid Ennabaoui Echarif».

Dans ce message, nous constatons que le segment « d'El Mawlid Ennabaoui Echarif »est écrit en arabe standard parce qu'il est lié à la célébration de la naissance du prophète Mohamed.

### **c-Autres**

Nous avons trouvé d'autres thèmes proposés par les opérateurs téléphoniques qui réfèrent à la présentation des vœux à l'occasion des diverses fêtes dans des messages monolingues, c'est le cas de cet exemple :

**M-M1** : « DGSN. La Sureté Nationale vous présente ses vœux à l'occasion du nouvel an 2015 et vous recommande plus de prudence sur la route. Le 15-48 à votre service ».

Nous remarquons que ce message est lié à la fête de la nouvelle année 2015.

## 2. Graphie

Le corpus que nous allons analyser contient des SMS plurilingues. Nous avons remarqué que tous les SMS sont écrits en caractères latins. Pour le français, anglais, portugais, cela semble évident. Mais le problème se pose dès lors qu'il s'agit d'utiliser ce même alphabet pour transcrire l'arabe standard qui possède pourtant son propre alphabet et l'arabe dialectal qui est une langue sans écriture. Nous sommes confrontés dans ce cas à plusieurs langues. L'analyse contrastive des systèmes linguistiques arabe et français nous révèle l'existence d'un certain nombre d'écarts entre les deux. La langue arabe comprend des sons inexistants en français et vice versa. Cela constitue un problème, notamment lorsqu'il est question de transcrire une langue à l'aide des graphèmes d'une autre langue, ce que nous rencontrons dans notre corpus.

Nous avons recensé les lexies arabes (arabe standard et dialectal) transcrites en caractères latins dans le tableau suivant, et ce afin de noter les différentes manières pour lesquelles les opérateurs ont opté afin de transcrire les sons et les lettres inexistants en alphabet latin.

**Tableau 01**

**Les items enarabe dialectal dans les SMS des opérateurs téléphoniques**

Arabe dialectal	Transcription	traduction	Source
Jdid	[dʒdid]	nouveau	O-M5
Lémkhayar	[lamxajar]	le préférable	O-M5
Bark	[bark]	seulement	O-M5
Maak	[mʔak]	avec toi	O-M5
Boukalate	[buqalat]	bocal	O-M5
Yal	[jal]	Ô	O-M5
Khedra	[xadra]	verte	O-M5
Dzair	[dzajar]	Algérie	O-M5
Min	[min]	de	D-M1
esseta	[ʔsata]	6h	D-M1
ta3	[taʔ]	de/des	D-M1
la3chiya	[laʔʃija]	l'après-midi	D-M1
Elil	[ʔlil]	la nuit	D-M1
M3a	[mʔa]	avec	D-M10
Takdar	[taqdar]	tu peux	D-M2
Tarbah	[tarbah]	gagner	D-M2
Thab	[thab]	tu veux	D-M3
Tab3at	[tabʔat]	envoyer	D-M3
Sahel	[sahal]	facile	D-M3
Kayen	[kajan]	Il y'a	D-M3
f'	[f]	dans	O-M5

b'	[b]	à	O-M5
NrohLbladi	[nroh]	partir à mon pays	M-M8
chahar	[fahr]	un mois	D-M10
Ahdar	[ʔhdar]	parler	D-M7
we kitelhak	[Wi kitalhq]	lorsque tu arrives	D-M10
we zid	[Wi zid]	et encore	D-M10
kol ma	[Kolma]	à chaque fois	D-M10
ykalmouk	[jkalmuk]	vous parle	D-M10
yawsal	[jawsal]	arriver à	D-M10
hayla	[hajla]	agréable	D-M10
3la	[ʔʕla]	sur	D-M10

**Tableau 02**

**lesitens en arabe standard dans les SMS des opérateurs téléphoniques**

Arabe standard	transcription	traduction	source
Noudjoum	[nuɖʒum]	étoiles	O-M5
Imsak	[Imsak]	jeûne	O-M5
Iftar	[iftʕar]	petit déjeuner	O-M5
sa3a	[saʔʕa]	1h	D-M1
nahwa	[nahwa]	vers	D-M1
El Mawlid	[Al mawlid]	anniversaire	O-M5
Ennabaoui	[annabawi]	prophétique	O-M5
Echarif	[aʃarif]	Charif	O-M5
thaniya	[ʔanija]	seconde	D-M1
baki	[baqi]	le reste	D-M1
chabakat	[ʃabakat]	réseaux	D-M1
elwataniya	[alwatʕanija]	nationaux	D-M1
saliha	[Sʕaliha]	valable	D-M3
moufadala	[mufadala]	préférable	D-M1
Sahara	[Sʕahara]	le désert	D-M1
Sadjl	[saɖʒil]	Inscrit	D-M3
Moubtasim	[mubtasim]	souriant	M-M4
Siaha	[sijaħa]	tourisme	M-M6
we stafid	[wastafid]	bénéficiaire	D-M8
afdal	[afdal]	meilleur	D-M8
dakika	[daqiqɑ]	minute	D-M8
ala	[ʔʕala]	sur	D-M8
hatta	[ħatta]	jusqu'à	D-M10
3orod	[ʔʕorod]	offres	D-M10
fi	[fi]	dans	D-M10
wa	[wa]	et	D-M1

Les deux tableaux précédents montrent l'emploi de l'arabe standard et l'arabe dialectal dans les SMS envoyés par les trois opérateurs téléphoniques. Nous présentons les lexies particulières (qui sont écrites en latin mais qui se prononcent en arabe) par rapport à la langue française qui est la langue de base : il y a trente-deux (32) lexies en arabe dialectal et vingt-six (26) lexies en arabe standard. Nous relevons sept (07) phonèmes appartenant à la langue arabe mais qui sont écrits en latin comme dans les exemples suivants :

- Le son [dʒ] (ج) de djdid dans l'O-M5, une lettre classée cinquième(05) dans l'alphabet arabe et qui a son équivalent en alphabet latin : le « J » comme dans jupe. Ce son est re produit tantôt à l'aide de la lettre « j » de l'alphabet latin, laquelle dans plusieurs endroits de notre corpus comme dans l'exemple « jdid », et tantôt par le « dj » comme dans « Noudjoum ». L'on constate donc une instabilité dans la représentation du son.
- Le son [ʕ] (ع), lettre arabe classée dix-huitième(18) dans l'alphabet arabe, inexistante en français est un son guttural qui vient du plus profond de la gorge (la racine de la langue recule vers le fond de la gorge et le pharynx se ferme un bref instant avant la propulsion du son). Il s'agit d'une occlusive glottale emphatique. Cette lettre peut s'écrire en chiffre 3 dans D-M1 ou par deux voyelles juxtaposées (aa) dans O-M5. La graphie est donc instable.
- Le son [ħ] (ح) dans D-M3 appartient à l'alphabet arabe et classé sixième(06), inexistant en français. C'est un « h » fortement expiré comme dans les exemples suivants : « Saliha, Siaha, Thab, Nroh, nahwa, hatta ». Le son [ħ] n'existe pas en alphabet latin.

Par ailleurs, le « h » représente un autre son de la langue arabe, en l'occurrence le [h], qui constitue la matérialisation de la lettre (ه), [h]. Voici quelques exemples attestant nos propos : « Sahal », « charah », « hayla », « sahara ». L'on voit donc qu'il est difficile finalement de faire la différence entre les deux « h », notamment si l'on n'est pas arabisant/arabophone. D'ailleurs, si l'on se fie à d'autres travaux portant sur le langage SMS et CMO (communication médiée par ordinateur), le « h » représentant le [ħ] est souvent repris par le chiffre 7.

- Le son [θ] (ث) apparaît dans D-M1. Il s'agit d'une lettre classée troisième(03) dans l'alphabet arabe. Il n'a pas le même son du t en français. Ce son se rencontre en anglais, comme dans le mot anglais thing (sifflement sourd).

Dans notre corpus, le son [θ] est orthographié de deux manières différentes : soit il est représenté par un « t » comme dans l'exemple D-M1 (letnach) sinon, on le rencontre sous la forme « th » comme dans l'exemple D-M6 (thaniya). Là aussi, nous pouvons dire que l'orthographe n'est pas stable.
- Le son [t̤] (ط) dans O-M5 une lettre classée seizième(16) dans l'alphabet arabe et qui a un équivalent en latin qui est le T. C'est un « t » emphatique, son prononcé à l'arrière de la cavité buccale, un peu comme si on allait bailler en même temps, l'intérieur de la bouche se creuse de manière à former une grande cavité. Dans notre corpus, ce son est repris par le « t ».

Or le « t » est la lettre de l'alphabet qui sert à reproduire trois sons différents

Le son [t̤] comme dans les exemples : Iftar [ift̤ar], elwataniya [alwat̤anija]

Le son [θ] comme dans l'exemple : thaniya [θanija] un son que nous rencontrons en langues arabe et anglaise.

Le son [t] moubtasim [mubtasim], ta3 [ta̤]. Ce son se rencontre en français comme dans les mots : tiroir /tigre...etc

Dans «hatta » l'on remarque un redoublement de la consonne « t » ce qu'on appelle en phonétique la gémination.
- Le son [S̤] (ص) dans S̤aliha de D-M3 lettre classée quatorzième(14) dans l'alphabet arabe, est représentée par le s de l'alphabet latin. C'est un « s » emphatique, son prononcé à l'arrière de la cavité buccale, un peu comme si on allait bailler en même temps, l'intérieur de la bouche se creuse de manière à former une grande cavité.

Or il se trouve que le S représente aussi le son (س) en langue arabe comme dans : « esseta,sahel, imsak,sa3a,sadjl,we stafid». Il y a donc une lettre pour représenter deux sons.
- Le son [x] ou KH (خ) classé septième(07) dans l'alphabet arabe. C'est un son que l'on rencontre également en espagnol comme dans le mot juego (cette lettre s'appelle « jota » en espagnol).le son kh est transcrit dans notre corpus uniquement de cette façon comme dans Lémkhayar dans O-M5 et Khedra dans O-M5.



Nous avons retenu uniquement les caractères de l'alphabet latin pour représenter l'ensemble des langues, parce que ce procédé revient à la stratégie publicitaire adoptée par les opérateurs téléphoniques. Ces derniers présument que tous les abonnés peuvent déchiffrer l'alphabet latin. Par la suite nous constatons que les sons inexistantes en latin prennent une graphie latine, et on suppose que les abonnés qui sont les locuteurs algériens, arrivent à décoder ces symboles grâce à ce qu'on appelle le rébus typographique qui est une caractéristique du langage SMS servant à raccourcir les phrases et les mots.

### **3. La translittération**

Dans notre corpus, nous avons pu remarquer un phénomène très fréquent dans le langage SMS : celui de la translittération. Cette dernière consiste à substituer à chaque graphème d'un système d'écriture un graphème ou un groupe de graphèmes d'un autre système, indépendamment de la prononciation. Plus simplement, c'est l'écriture dans un système donné de mots ou phrases prononcés.

Autrement dit, « la translittération est l'action de représenter les signes d'un alphabet par les signes d'un autre alphabet. Il s'agit de représenter des caractères et des signes et non des sons; c'est ce qui distingue la translittération de la transcription. Il s'agit de représenter les signes tels qu'ils sont écrits, plutôt que selon leur valeur phonétique ». (Maxime Rodinson, 1964, n° 1).

En général, Le texte translittéré doit pouvoir être rétabli dans ses caractères originaux par toute personne ayant une connaissance suffisante de la langue dans laquelle il est écrit. C'est particulièrement le cas de la langue arabe qui est fréquente dans notre corpus et qui peut se translittérer ou se transcrire dans un système d'écriture non arabe, celui du système de caractère latin.

#### **3.1. Translittération à l'aide des chiffres**

L'usage des chiffres est l'un des procédés les plus courants dans le langage SMS. Notre corpus contient un nombre considérable des chiffres qui représentent des lettres et des sons arabes écrits en caractère latin. Ce type de translittération est particulièrement utilisé dans les messages téléphoniques (SMS). Ces chiffres sont le « 3 » et le « 1 ».

##### **3.1.1 Le chiffre « 3 »**

En observant notre corpus, nous retrouvons le chiffre trois « 3 » dans nos messages, il est très significatif puisqu'en inversant ce chiffre, nous obtenons une lettre lunaire en arabe qui est le « ع » qui donne selon l'API le son « ʿ<sup>f</sup> ». Ce chiffre est très utilisé dans le langage SMS pour écrire des mots en arabe à l'aide de graphie latine. Donc, la lettre lunaire « ع » en

arabe a été translittérée en un chiffre trois « 3 ».Par exemple dans **D-M1**, nous avons relevé : sa3a,ta3,tas3ira.

**D-M1:** DJEZZYGOOD 100 = sa3a nahwa Djezzy min esseta ta3 la3chiya letnach ta3elilwa tas3ira moufadala 2.41dinar/30 thaniya nahwa baki chabakat elwataniya.\*720# GOOD Sahara.

**Traduction: D-M1:** 1heur vers Djezzy de 18h à 24h et avec un meilleur prix 2.41 DA/30 second vers tous les réseaux nationaux. \*720# GOOD Sahara.

Dans **D-M3**, nous trouvons :Tab3at,sa3a,3ala.

**D-M3:**Thab Tab3atles SMS? Sahel, Kayen GO Texto : 25DA= 50 SMS nahwa chabakat Djezzy saliha 24 sa3a ! Sadjl 3ala \*720.

**Traduction:** Tu veux envoyer des SMS ? C'est facile, il y'a GO Texto : 25DA= 50 SMS vers le réseau Djezzy valable 24 h ! Inscrivez sur \*720#.

C'est le cas du SMS **D-M6**, nous trouvons :ls3a, sa3a, tas3ira.

**D-M6:** GOAhdar+:100 DA=1s3a nahwa chabakat Dezzy saliha 24 sa3a.We stafid min afdal tas3ira 1.75 dinar/30 thaniya nahwa baki chabakat elwataniya.GO ala\*720#.

**Traduction :**GO Ahdar+ :100 DA=1 HEURS vers Djezzy valide 24 h en plus du tarif le moins cher du marché 1.75 Da/30 sc vers les autres réseaux nationaux. GO sur \*720#.

Dans **O-M5**, nous trouvons : ta3.

**O-M5 :** Jdid Ooredoo : Lémkhayar ta3les jeux f'téléphonek b' 100 DA bark ! Tapez:<http://gloft.co/d008dfao>.

**Traduction :**Nouveau Ooredoo : Le meilleur des jeux dans votre téléphone pour 100 DA ! Seulement ! Tapez : <http://gloft.co/d008dfao>.

### Commentaire

En comparant les exemples relevés avec leurs équivalents en traduction, nous remarquons que le chiffre « 3 » est utilisé certainement pour des raisons d'économie d'espace à l'écrit.

#### 3.1.2. Le chiffre « 1 »

Nous avons constaté également que le chiffre « 1 » est présent dans nos SMS, c'est le cas des exemples suivants : le « 1 » dans les deux SMS **D-M2,D-M5**.

**D-M2 :** Avec Takdar Tarbah participez au tirage au sort du 30/03 et tentez de gagner1CUISINE EQUIPEE d'une valeur de 1.500.000 DA. Envoyez 1CUISINE au 66017.100 DA/SMS.

**Traduction** : Avec Tu Peux Gagner participez au tirage au sort du 30/03 et tentez de gagner **1\_CUISINE EQUIPEE** d'une valeur de 1.500.000 DA. Envoyez **1\_CUISINE** au 66017.100 DA/SMS.

**D-M5** : GO Ahdar+ :100 DA=1HEURS vers Djezzy valide 24 h en plus du tarif le moins cher du marché 1.75 Da/30 sc vers les autres réseaux nationaux. GO sur \*720#.

Nous constatons que la faute d'orthographe « sc » contenu dans le SMS : **D-M5** est celle de l'opérateur téléphonique Djezzy.

A travers ces deux SMS, nous avons pu observer que le chiffre « 1 » représente le signe « une ». Donc, au lieu d'écrire l'article défini « une » au français, les opérateurs téléphoniques ont translitéré le son phonétique du « une » par le chiffre « 1 » dont le but d'économiser le nombre des lettres dans les SMS.

Nous retrouvons également le chiffre « 1 » dans le SMS : **M-M4**.

**M-M4** : Mobilis : Profitez du pack tablette Mobilis à 12000 DA seulement ! Une tablette + SIM Moubtasim+ **1**an de connexion Internet. Rendez-vous en agence. 23/03/2015.

Ici, dans ce message, il s'agit d'un chiffre « 1 » qui représente le signe « un ». Nous avons constaté que le son phonétique de l'article défini « un » en français a été translitéré en chiffre « 1 ».

### **Commentaire**

A travers ces exemples relevés, nous remarquons que les opérateurs téléphoniques utilisent des chiffres qui remplacent des lettres arabes pour réduire un certain nombre de lettres dans leur SMS envoyés.

Nous mentionnons aussi l'usage des chiffres qui est très courant dans nos SMS, Nous donnons quelques exemples qui sont les plus courants dans notre corpus :

**O-M6** : « 90 Min ver Ooredoo pour 100 DA seulement. Compose \*151\*7#. Promo valable jusqu'au 21/03. Plus d'infos 333 ».

**D-M2** : « Avec Takdar Tarbah participez au tirage au sort du 30/03 et tentez de gagner 1 CUISINE EQUIPEE d'une valeur de 1.500.000 DA. Envoyez CUISINE au 66017.100 DA/SMS ».

**D-M10**: M3a djezzy GO chargi we kitelhak 400 DA terbah 400 DA bonus, we zid! kol ma ykalmouk, terbah bonus yawsal hatta 100DA fi chahar, we 3orod hayla 3la\*720#.

Nous avons constaté que ces chiffres sont utilisés pour des raisons d'économie d'espace parce que le mini message (SMS) ne doit pas dépasser un certain nombre de caractères (160 en l'occurrence).

### 3.2. Les lettres

La phonétisation est l'une des formes les plus utilisées dans le langage SMS, dans notre corpus nous avons trouvé qu'il y a association de deux lettres qui ne fait que représenter quelques sons arabes qui ne trouvent pas l'équivalent direct dans la graphie latine.

Nous avons rencontré dans notre corpus des lettres tel que : le kh, le th.

Par exemple, dans le produit service d'Ooredoo :

**O-M7** « DE KHABBARNI ».

Nous avons remarqué que la lettre « KH » remplace en arabe la lettre lunaire « خ » qui donne par translittération le caractère lunaire « h ».

Aussi, nous avons trouvé la lettre « th » dans le SMS de Djezzy :

**D-M6**: «GOAhdar+:100 DA=*Is3a nahwa chabakat Dezzy saliha 24 sa3a. We stafid min tas3ira 1.75 dinar/30* thaniya nahwa baki chabakat elwataniya. GOala\*720# ».

**Traduction** : GO Ahdar+ :100 DA=1 HEURS vers Djezzy valide 24 h en plus du tarif le moins cher du marché 1.75 Da/30 sc vers les autres réseaux nationaux. GO sur \*720#.

Ici, dans ce message, la lettre « th » dans « thaniya » remplace en arabe la lettre « ث » qui transcrite en caractère « t ».

Nous pouvons dire que l'usage des lettres « kh » et « th » est une stratégie qui concerne les mots en arabe écrits en graphie latine.

Dans l'exemple suivant :

**O-M12** : « Oredoo vous présente ses meilleurs vœux à l'occasion d'El Mawlid Ennabaoui Echarif».

Nous retrouvons ici, dans ce message le segment écrit en arabe standard : « 'El Mawlid Ennabaoui Echarif » l'article « el » qui va définir le nom « mawlid » il remplace en arabe « alif-lam » « ال » il faut prononcer l'article « el » avant le mot. Quand le « l » de l'article sera suivi d'une lettre lunaire on le prononcera. Ici dans notre exemple puisque le « l » ou bien « ل » de l'article est suivi de la lettre « m » nous prononçons clairement le « l », nous dirons donc : El Mawlid et non pas EMawlid.

Dans le segment « El Mawlid enneaoui Echarif » la consonne « n » est une lettre solaire donc, nous ne prononçons pas le « l » de l'article et nous mettrons une gémation sur la lettre qui suit le « l » de l'article, ici nous dirons enneaoui et non pas elnabaoui, parce que le « n » porte une gémation, il va être donc doublé comme s'il ya avant deux « n ». La gémation alors, est un petit signe qu'on trouve sur certaines lettres de mots. Elle sert à doubler une lettre, c'est-à-dire qu'on va insister sur la lettre lors de la lecture. Nous remarquons dans « Echarif » que le « E » remplace la lettre lunaire « ل » en arabe, transcrite

en « ā », qui est suivi d'une lettre solaire « ch » qui remplace en arabe « ش » transcrite en « š » dans ce cas, il ya absence de « l » puisqu'il n'est prononcé lors de la lecture. Ce message proposé par l'opérateur Ooredoo renvoie à la célébration de la naissance du prophète Mohammed qui s'inscrit dans un registre sacré.

Le même cas pour l'exemple suivant :

**D-M1:** « : DJEZZYGOOD 100 = *sa3a nahwa Djizzy min esseta ta3 la3chiya letnach ta3 elilwa tas3ira moufadala 2.41 dinar/30 thaniya nahwa baki chabakat elwataniya. \*720# GOOD\_Sahara.* »

Nous constatons que dans le terme « esseta » il ya une absence de l'article « el », ce dernier il ne se prononce pas donc, on mettra une gémation qui sert à doubler la lettre « s » qui est une lettre solaire transcrite en « s ».

Nous avons trouvé que le mot «chabakat » dans le SMS **:D-M6**, se prononce sans l'article défini « el » puisque le « ch » qui est une lettre solaire, qui remplace la lettre « ش » en arabe est suivi d'une lettre lunaire « b » dans ce cas, on ne le prononcera pas l'article « el ».

Aussi, le terme « elwataniya » est défini par l'article « el » qui est suivi par une lettre lunaire « w » qui remplace la lettre « و » en arabe, alors on le prononcera clairement.

**D-M6:** « GO Ahdar +:100 DA=1s3a nahwa chabakat Dezzy saliha 24 sa3a. We stafid min afdal tas3ira 1.75 dinar/30 thaniya nahwa baki chabakat elwataniya. GO ala \*720#.

Nous pouvons dire que l'emploi de l'article défini arabe « el » dans un mot est différent selon que la lettre est solaire ou lunaire.

Nous avons rencontré une autre forme celle de l'effacement de quelques lettres qui apparaît dans l'exemple suivant :

**O-M5 :** « **Jdid** Ooredoo : **Lémkhayar ta3 les jeux f'téléphonek b'** 100 DA bark ! Tapez :<http://gloft.co/d008dfao> ».

Dans ce message le segment « **f'téléphonek b'** » est écrit en arabe dialectal, nous constatons qu'il ya suppression de la lettre « yā » dans **f'** et **b'** qui remplace en arabe la lettre « ي » qui est translitéré par une apostrophe.

Donc, nous pouvons dire que lorsqu'un mot est écrit en arabe dialectal, la lettre de prolongement est remplacée par une apostrophe.

Même pour le segment « Lémkhayar » nous remarquons que la lettre « l » en arabe « lam » est suivi d'un « e » fermé qui transcrit en « ə », nous obtenons donc, « lémkhayar » et non pas « lamkhayar ».

Pour résumé, le passage d'un système d'écriture vers un autre effectue des transformations diverses au niveau des mots dans les SMS

#### 4. Le lexique employé

Le lexique d'une langue est l'ensemble de ses mots. un mot peut avoir plusieurs formes qui ne sont pas toutes répertoriées dans les dictionnaires SMS. Nous prenons l'exemple de « 3ala », « 3la » et « ala » dans ces messages :

**D-M3:** **Thab Tab3at**les SMS? **Sahel, Kayen GO** Texto : 25DA= 50 SMS *nahwachabakatDjezzysaliha24 sa3a ! Sadjl3ala* \*720#.

**Traduction:** Tu veux envoyer des SMS ? C'est facile, il y'a GO Texto : 25DA= 50 SMS vers le réseau Djezzy valable 24 h ! Inscrivez sur \*720#.

**D-M6:** GO Ahdar +:100 DA=*1s3a nahwa chabakat Dezzy saliha24 sa3a. We stafid min afdal tas3ira* 1.75 dinar/30thaniya nahwa baki chabakat elwataniya. GOala\*720#.

**Traduction :**GO Ahdar+ :100 DA=1 HEURS vers Djezzy valide 24 h en plus du tarif le moins cher du marché 1.75 Da/30 sc vers les autres réseaux nationaux. GO sur \*720#.

**D-M10:** **M3a djezzy GO chargi we kitelhak** 400 DA **terbah**400 DA bonus,we zid! kol maykalmouk, terbah bonus yawsal hatta 100DA **fi chahar,we3orod hayla 3la**\*720#.

**Traduction :**Avec Djezzy GO chargez et lorsque tu arrives à 400 DA tu gagneras 400DA bonus, et encore ! À chaque fois qu'ils vous parlent, tu gagneras un bonus qui arrive jusqu'à 100 DA dans un mois, et des offres magnifiques sur \*720#.

#### Commentaire

En comparant ces exemples avec leurs équivalents en traduction, nous constatons que le mot « 3ala » est écrit de différentes manières par les opérateurs téléphoniques dans leurs SMS publicitaires (3ala, ala et 3la). Il est rédigé en arabe dialectal dans la forme : « 3la », en arabe standard il est écrit en deux formes : « 3ala » et « ala »et qu'en français nous trouvons qu'un seul mot « sur ».

Nous avons trouvé aussi des emprunts en arabe standard et dialectal qui sont intégrés aux SMS écrits en français comme :Imsak/ Iftar, boukalate dans l'exemple suivant :

**O-M10:**« *Imsak/ Iftar*, programmes TV, Astus de cuisine,boukalate et plein d'autres contenus sur ton mobil, durant tout le mois de *Ramadhan*, composez \*5111# info 333 ».

Les emprunts : *Imsak, Iftar* renvoient à des moments qui ponctuent le jeûne au moins de ramadan. Ces deux termes sont écrits en arabe standard parce que les fêtes religieuses sont des occasions pour les opérateurs téléphoniques de proposer diverses offres et services à leurs abonnés.

« Iftar » correspond au coucher de soleil où le musulman est censé prendre son premier repas de la journée.

« Imsak » comme son nom l'indique, signifie : arrêt, c'est-à-dire on s'arrête de manger .on parle du s'hour. Donc cela prouve que les locuteurs algériens attribuent une place importante à la religion et à la foi.

L'emprunt « boukalate » est intégré dans ce SMS comme un marqueur culturel qui réfère aux traditions algériennes, il représente une tradition pour les algériens dont la signification ne peut être actualisée que par des Algériens ou par ceux qui connaissent plus ou moins la culture algérienne. Ce terme est écrit en arabe dialectal, ceci explique que les opérateurs téléphoniques sont plus enclins à utiliser l'arabe dialectal que d'autres langues dont l'objectif d'entrer en contact avec leurs clients.

Le terme « Astus » dans ce message est rédigé en français comme il se prononce, mais à l'origine le mot est écrit « astuce », cela montre qu'il y a une suppression de certaines lettres successives qui sont le « c » et le « e ». Cette technique s'effectue par l'opérateur téléphonique pour des raisons d'économie d'espace à l'écrit.

Un des phénomènes les plus utilisés par les opérateurs de SMS dans le lexique est celui de l'abréviation, ce procédé consiste à enlever des lettres d'un mot (le plus souvent des voyelles) tout en faisant attention à ce qu'il soit reconnaissable. Nous avons trouvé des abréviations dans notre corpus comme :

**M-M3:** « MRE : Ensemble pour la prévention de l'eau, halte au gaspillage ! Ministère des Ressources en Eau » cette technique permet de réduire le mot en trois lettres au lieu de cinq mots, pour gagner d'espace à l'écrit. L'abréviation « MRE » signifie : Ministère des ressources en Eau.

**M-M5 :** MC : Le Ministère du Commerce organise une Conférence Nationale sur le commerce extérieur, les 30 et 31 mars au Palais des Nations-Alger. Infos sur comex.dz. Cette abréviation « MC » signifie ministère du commerce.

**M-M1 :** DGSN. La Sureté Nationale vous présente ses vœux à l'occasion du nouvel an 2015 et vous recommande plus de prudence sur la route. Le 15-48 à votre service. Cette abréviation « DGSN » signifie Direction générale de la sûreté nationale algérienne, Police d'Algérie.

### **Commentaire**

Comme nous observons, l'usage de ces abréviations dans nos SMS a pour but de réduire un maximum de lettres dans les messages envoyés. Ces abréviations sont destinées particulièrement à public francisant qui maîtrise bien le français.

## 5-Alternance codique

En ce qui concerne l'usage de l'alternance codique dans les SMS, nous avons constaté que les opérateurs téléphoniques recourent au mélange de plusieurs langues, une pratique présente dans tous les messages publicitaires envoyés par les opérateurs de la téléphonie mobile en Algérie.

Il est important de préciser que nous avons relevé seulement les messages où se manifeste le phénomène de l'alternance codique et que nous avons donc exclu les autres phénomènes qui particularisent le parler bilingue ( Lüdi et Py,1986), ce dernier est un des phénomènes issu du contact des langues qualifié par l'usage de deux ou plusieurs codes qui sont en présence. Dans le parler bilingue, se trouvent des traces des deux systèmes linguistiques qui apparaissent sous formes de marques transcodiques qui sont l'emprunt, l'interférence et aussi l'alternance codique. Mais nous avons exclu ces phénomènes ici seulement parce que nous voudrions centrer nos efforts sur l'alternance codique uniquement.

Nous avons remarqué que les opérateurs téléphoniques alternent le français avec d'autres langues dans les SMS envoyés, notamment l'arabe dialectal et l'arabe standard. Pour rappel, dans notre corpus les segments en français sont soulignés, les passages en arabe dialectal sont mis en gras, les segments en arabe standard sont mis en italiques.

Les exemples relevés montrent que les opérateurs mélangent le français avec l'arabe dialectal dans le même SMS, nous avons relevé plusieurs types de SMS. Ces derniers sont formulés d'abord en arabe dialectal ensuite, l'on passe au français et vice versa. Cela veut dire que nous rencontrons deux manières de faire, le passage du français à l'arabe dialectal et de l'arabe dialectal au français. C'est le cas de ces exemples :

**O-M5** : **Jdid**Ooredoo : **Lémkhayar ta3les jeux**<sup>f</sup>**téléphonek b' 100 DA bark!**  
Tapez:<http://gloft.co/d008dfao>.

**Traduction:** Nouveau Ooredoo : Le meilleur des jeux dans votre téléphone pour 100 DA !  
Seulement ! Tapez : <http://gloft.co/d008dfao>.

**O-M11:**Um, dois, tres, viva Algéria...encourageons tous nos champions le mardi 17 juin 2014 à 17.00 face à la Belgique.**Maak yal khedra. Maak ya Dzair.**

**Traduction :**Un, deux, trois viva Algérie...encourageons tous nos champions le mardi 17 juin 2014 à 17.00 face à la Belgique. Avec toi la verte, avec toi l'Algérie.

**D-M2** : Avec **akdar****Tarbah** participez au tirage au sort du 30/03 et tentez de gagner 1 CUISINE EQUIPEE d'une valeur de 1.500.000 DA. Envoyez CUISINE au 66017.100 DA/SMS.



**Traduction** :Avec Tu Peux Gagner participez au tirage au sort du 30/03 et tentez de gagner 1 CUISINE EQUIPEE d'une valeur de 1.500.000 DA. Envoyez CUISINE au 66017.100 DA/SMS.

**M-M8** : Mobilis vous recommande la tonalité **Nroh Lbladi**, téléchargez la en répondant à cet SMS par1.Découvrez plus de tonalité en appelant le 608.

**Traduction** :Mobilis vous recommande la tonalité Je pars à mon pays, téléchargez la en répondant à cet SMS par1.Découvrez plus de tonalité en appelant le 608.

Ainsi, dans les exemples suivants, nous observons que les opérateurs téléphoniques passent du français à l'arabe standard dans le même SMS, ils procèdent par un va et vient entre les deux langues dans le SMS. Les segments en arabe standard sont mis en italiques comme le cas de ces exemples :

**O-M4** : profitez des forfaits appels et Internet plus avantageux pour nos clients Noudjoum.Disponible sur \*110#.

**Traduction** :profitez des forfaits appels et Internet plus avantageux pour nos clients étoiles. Disponible sur \*110#.

**O-M10**: *Imsak/ Iftar*, programmes TV. Astuces de cuisine, boukalate et plein d'autres contenus sur ton mobil, durant tout le mois de *Ramadhan*, composez \*5111# info 333.

**Traduction** :Début du jeûne, Rupture du jeûne, programmes TV. astuces de cuisine, boukalates et plein d'autres contenus sur ton mobil, durant tout le mois de Ramadhan, composez \*5111# info 333.

**O-M12** : Oredoo vous présente ses meilleurs vœux à l'occasion d'*El Mawlid Ennabaoui Echarif*.

**Traduction** :Oredoo vous présente ses meilleurs vœux à l'occasion de la naissance du prophète Mohamad.

**M-M4** : Mobilis : Profitez du pack tablette Mobilis à 12000 DA seulement ! Une tablette + SIM *Moubtasim*+ 1 an de connexion Internet. Rendez-vous en agence. 23/03/2015.

**Traduction** :Mobilis : Profitez du pack tablette Mobilis à 12000 DA seulement ! Une tablette + SIM Souriant + 1 an de connexion Internet. Rendez-vous en agence. 23/03/2015.

**M-M6** : *SIAHA* : Visitez le salon du tourisme et des voyages *SIAHA* du 1au 4 Avr au CCO Oran profitez des promotions sur plusieurs.

**Traduction** :Tourisme : Visitez le salon du tourisme et des voyages Tourisme du 1au 4 Avr au CCO Oran profitez des promotions sur plusieurs.

Nous constatons également que les opérateurs téléphoniques alternent le français avec d'autres langues dans un même message comme l'anglais. Les segments en français sont soulignés, les passages en anglais sont en gras, comme dans les exemples suivants :

**D-M1:** DJEZZYGOOD100 = *sa3a nahwa Djezzy min esseta ta3 la3chiya letnach ta3 elilwa tas3ira moufadala 2.41 dinar/30 thaniya nahwa baki chabakat elwataniya. \*720#*  
**GOODS**Sahara.

**D-M3:** Avec Thab Tab3atles SMS?Sahel, Kayen GO Texto: 25DA= 50 SMS nahwa chabakat Djezzy saliha 24 sa3a! Sadjl 3ala \*720#.

**M-M4 :** Mobilis : Profitez du pack tablette Mobilis à 12000 DA seulement ! Une tablette +SIM Moubtasim+1 an de connexion Internet. Rendez-vous en agence. 23/03/2015.

Dans les exemples suivants, les opérateurs téléphoniques utilisent le français ensuite ils passent à l'anglais et à l'arabe dialectal dans le même SMS:

**D-M5 :** **GO** Ahdar+ :100 DA=1 HEURS vers Djezzy valide 24 h en plus du tarif le moins cher du marché 1.75 Da/30 sc vers les autres réseaux nationaux. GO sur \*720#.

**D-M7 :** **GO** Ahdar+ : 50 DA=50 minutes vers Djezzy valide 24 h en plus du tarif le moins cher du marché 1.75 Da/30 sc vers les autres réseaux nationaux. GO sur\*720#

**D-M8:**50 DA=50 *dakika nahwa chabakat Djezzy saliha 24 sa3a we stafid min afdal tas3ira 1.75 dinar/30 thaniya nahwa baki chabakat elwataniya. GO ala\*720#*

**D-M10:** *M3a djezzy GO chargi we kitelhak 400 DA terbah 400 DA bonus, we zid! Kolma ykalmouk, terbah bonus yawsal hatta100DAfi chahar, we 3orod hayla 3la\*720#.*

Nous notons également le recours à l'anglais dans des messages rédigés en français, tels que :

**D-M9:GO** t'offre plein d'avantages ! Cumule 400 DA rechargement et Gagne 400 DA bonus/mois. Bénéficie jusqu'à100 da Bonus sur les appels reçus & découvre plus sur \*720#.

Nous mentionnons un cas d'alternance codique assez particulier qui se manifeste seulement dans les messages envoyés par l'opérateur Djezzy. En effet, Djezzy envoie des SMS en français d'abord, suivis juste après quelques minutes de SMS en arabe standard comme :

**D-M5 :** GOAhdar+ :100 DA=1 HEURS vers Djezzy valide 24 h en plus du tarif le moins cher du marché 1.75 Da/30 sc vers les autres réseaux nationaux. GO sur \*720#.12/2/2015 à 16:23.

**D-M6:** GOAhdar+ :100 DA=1s3a nahwa chabakat Dezyz saliha 24 sa3a. We stafid min afdal tas3ira 1.75 dinar/30 thaniya nahwa baki chabakat elwataniya. GOala\*720#.

**D-M7** : GOAhdar+ : 50 DA=50 minutes vers Djezzy valide 24 h en plus du tarif le moins cher du marché 1.75 Da/30 sc vers les autres réseaux nationaux. GOsur \*720#.23/3/2015 à 10 : 09.

**D-M8**:GOAhdar+50 DA=50 *dakika nahwa chabakat Djezzy saliha 24 sa3a we stafid min afdal tas3ira* 1.75 dinar/30 *thaniya nahwa baki chabakat elwataniya.* GOala\*720#.23/3/2015 à 10:14.

Nous supposons que le but de cette opération est de faciliter la compréhension du message chez l'abonné qui le reçoit, et ce quelque soit son niveau d'instruction à condition qu'il sache déchiffrer les caractères latins.

Djezzy est le seul opérateur qui utilise cette stratégie publicitaire dans les SMS envoyés à ses abonnés.

### 5.1. Analyse morphosyntaxique

Il nous semble important à présent, d'analyser les aspects morphosyntaxiques des segments alternés dans les SMS. Nous avons porté notre attention sur deux constituants de la phrase, à savoir : le groupe nominal et le groupe verbal. Il nous semble en effet que les catégories récurrentes constitutives de l'alternance codique sont: le groupe nominal, le groupe verbal.

#### 5.1.1. Le groupe nominal

Nous avons relevé les exemples qui illustrent cette catégorie dans nos SMS :

**D-M3**: **Thab Tab3at**les SMS? **Sahel, Kayen** GO Texto: 25DA= 50 SMS *nahwa chabakat Djezzy saliha 24 sa3a! Sadjl 3ala* \*720#.

**Traduction** : Tu veux envoyer des SMS ? C'est facile, il y'a GO Texto : 25DA= 50 SMS vers le réseau Djezzy valable 24 h ! Inscrivez sur \*720#.

Ici dans ce message, nous constatons que le groupe nominal en français « les SMS » apparaît dans un segment en arabe dialectal dont la langue de base est l'arabe dialectal.

**O-M5** : **Jdid** Ooredoo : **Lémkhayar ta3**les jeux f'téléphonek b' 100 DA **bark!** tapez :<http://gloft.co/d008dfao>.

**Traduction** : Nouveau Ooredoo : Le meilleur des jeux dans votre téléphone pour 100 DA ! Seulement ! Tapez : <http://gloft.co/d008dfao>.

Nous observons également que le groupe nominal « les jeux » est inséré dans un segment en arabe dialectal.

**O-M12:** Oredoovous présente ses meilleurs vœux à l’occasion d’El Mawlid Ennabaoui Echarif.

Dans cet exemple, nous remarquons que le syntagme nominal « El Mawlid Ennabaoui Echarif » en arabe standard est précédé d’un article défini arabe « El ». Le segment joue le rôle de complément d’objet indirect.

### **5.1.2. Le groupe verbal**

Dans notre corpus, nous avons rencontré également des syntagmes verbaux en arabe dialectal constitués d’un verbe conjugué à la première personne ou à la deuxième personne du singulier suivi d’un autre verbe ou d’un nom. Par exemple, « nroh » dans M-M8 est conjugué à la première personne du singulier suivi d’un nom « lbladi ». Nous retrouvons aussi « tarbah » dans D-M2 qui est conjugué à la deuxième personne du singulier suivi d’un verbe en français « participez », même « tab3at » dans D-M3 est conjugué à la deuxième personne du singulier suivi d’un nom en français « les SMS ».

**D-M2 :** Avec Takdar Tarbah participez au tirage au sort du 30/03 et tentez de gagner 1 CUISINE EQUIPEE d’une valeur de 1.500.000 DA. Envoyez CUISINE au 66017.100 DA/SMS.

**Traduction :** Avec tu peux gagner participez au tirage au sort du 30/03 et tentez de gagner 1 CUISINE EQUIPEE d’une valeur de 1.500.000 DA. Envoyez CUISINE au 66017.100 DA/SMS.

**D-M3: Thab Tab3at les SMS? Sahel, Kayen GO Texto : 25DA= 50 SMS nahwa chabakat Djezzy saliha 24 sa3a ! Sadjl 3ala \*720#.**

**Traduction :** Tu veux envoyer des SMS ? C’est facile, il y’a GO Texto : 25DA= 50 SMS vers Djezzy valable 24 h ! Inscrivez sur \*720#.

**M-M8 :** Mobilis vous recommande la tonalité **Nroh Lbladi**, téléchargez la en répondant à cet SMS par 1. Découvrez plus de tonalité en appelant le 608.

**Traduction :** Mobilis vous recommande la tonalité je pars à mon pays, téléchargez la en répondant à cet SMS par 1. Découvrez plus de tonalité en appelant le 608.

En comparant tous les exemples relevés avec leurs traductions, nous remarquons que les groupes verbaux en français sont constitués d’un pronom personnel « tu » en français suivi d’un verbe conjugué en français. Tandis que les groupes verbaux en arabe dialectal sont constitués d’un verbe conjugué à la première personne ou à la deuxième personne du singulier suivi d’un autre verbe ou d’un nom.

## **Commentaire**

Pour résumer, on peut dire que les opérateurs téléphoniques alternent le français et les différentes langues en contact à divers niveaux notamment syntaxique, au niveau des syntagmes nominaux et verbaux en respectant les structures syntaxiques et morphologiques des langues employées.

### **5.2.L'interprétation sociolinguistique**

Le recours des opérateurs téléphoniques à l'alternance codique dans leurs messages publicitaires pourrait être expliqué par de multiples motivations et facteurs qui régissent cette pratique.

Dans la production des messages publicitaires, les opérateurs de la téléphonie mobile recourent soit à des variétés hautes soit à des variétés basses dans leurs SMS. Les variétés employées sont en fonction du public ciblé : les variétés hautes sont destinées à un public instruit alors que les variétés basses visent un public qui l'est moins.

Les opérateurs téléphoniques utilisent l'alternance codique comme une stratégie publicitaire qui leur offre la possibilité de mélanger différentes langues dans le but de garantir le succès de la communication entre l'opérateur et l'abonné.

L'alternance codique semble faire partie de la dynamique des échanges dans un contexte multilingue, et que le recourt à l'alternance codique est une bonne chose au regard de la sociolinguistique parce que nous sommes plus en sécurité quand nous l'utilisons.

## ***CONCLUSION GENERALE***

## Conclusion

Le contexte publicitaire est devenu un terrain d'investigation privilégié pour les sociolinguistes algériens, en tant que lieu où les langues se croisent. Pour qu'une publicité passe parfaitement, elle doit reposer sur une stratégie bien planifiée et l'emploi de plusieurs langues participe de ces stratégies visant notamment la fidélisation de la clientèle. David Ogilvy, l'acteur majeur de l'industrie publicitaire, déclare qu' : « *Une bonne publicité vend le produit sans attirer l'attention sur elle* »<sup>19</sup>

Dans l'introduction de ce travail nous nous sommes penchées sur plusieurs questions auxquelles nous espérons apporter des réponses, L'une des questions centrales était de savoir pourquoi les opérateurs téléphoniques recourent-ils à l'arabe standard et dialectal /français /anglais et même au portugais dans leurs SMS. Nous nous sommes intéressées plus particulièrement à l'usage du français comme langue de base.

Nous avons pu confirmer le recours des opérateurs téléphoniques à l'alternance codique entre le français/ l'arabe standard et dialectal/l'anglais et le portugais. En effet, les résultats obtenus nous ont permis de vérifier notre première hypothèse. Nous affirmons la présence de quatre langues dans un seul SMS comme dans **D-M6**.

D'autre part, nous avons pu relever que le recours des opérateurs téléphoniques à l'alternance codique n'est pas systématique. Ainsi, certains SMS sont unilingues alors que d'autres sont plurilingues. Cela émane essentiellement des choix linguistiques des opérateurs téléphoniques. Le recours à l'alternance codique est conscient et voulu : c'est une stratégie de communication. En effet, les opérateurs téléphoniques combinent entre l'arabe standard et dialectal/ le français et l'anglais pour faire passer leurs messages.

Notre étude nous a permis d'approcher les occurrences de l'alternance codique dans les SMS des opérateurs téléphoniques. Nous pouvons dire qu'en optant pour l'alternance des codes dans leurs messages publicitaires, les opérateurs téléphoniques sont arrivés à conquérir un public et à obtenir un grand nombre d'abonnés grâce à une stratégie publicitaire qui repose entre autres sur la manière de planifier et de coordonner la communication parce que les opérateurs téléphoniques sont d'abord des agences commerciales qui investissent dans le domaine de la télécommunication et qui peuvent automatiquement réaliser un chiffre d'affaires trop élevé.<sup>20</sup> Un aspect de cette stratégie consiste en l'usage de l'alphabet latin dans

---

<sup>19</sup><http://copywriting-facile.com/vendre-plus-grace-a-la-publicite-article/>.

la rédaction des SMS même s'il s'agit de l'arabe standard qui possède un alphabet propre à lui et l'arabe dialectal qui est une langue sans écriture.

Les opérateurs misent sur la capacité qu'ont les locuteurs à déchiffrer les caractères latins et à saisir le sens des SMS, même s'il s'agit d'arabe dialectal / standard écrit à l'aide de caractères latins.

Nous avons remarqué que les opérateurs téléphoniques alternent les codes dans leurs SMS. Le passage de l'arabe dialectal au français ou l'inverse par ces opérateurs téléphoniques est conduit par des facteurs sociolinguistiques et cela ne renvoie pas à une insuffisance linguistique en langue française. Au contraire, c'est une stratégie publicitaire, et même si les SMS sont écrits en graphie latine même lorsqu'il s'agit de l'arabe standard et dialectal, et que la concurrence des opérateurs téléphoniques les a amenés à s'émanciper des normes des langues.

Au terme de cette étude, nous pouvons dire que le champ de la publicité est un lieu d'actualisation de plusieurs langues dans la mesure où la composition des SMS requiert le recours aux différentes langues constitutives du marché linguistique algérien.

Ainsi s'achève notre modeste travail portant sur l'alternance codique dans les SMS des opérateurs téléphoniques. Nous souhaiterions rappeler que les résultats obtenus ne peuvent être exhaustifs. Il serait, possible d'envisager d'autres recherches approfondies sur la diversité des langues employées dans la publicité et son impact. Nous espérons aussi que nous avons apporté un plus pour de futures recherches et de nouvelles perceptives.



# ***BIBLIOGRAPHIE***

## Bibliographie

Anis, J. (1999), *Internet, communication et langue française*, ed : Hermes science publication.

Boumdeni, B. (2009), «L'alternance codique dans les messages publicitaires en Algérie, Le cas des opérateurs téléphoniques », in *Synergies Algérie* n° 6.

Chachou, I. (2011), *Aspects des contacts des langues en contexte publicitaire algérien : analyse et enquête sociolinguistiques*, thèse de doctorat, s/d, Lounici A et Blanchet P, université de Mostaganem.

Dayan, A. (1990), *La Publicité*, Paris, ed : PUF.

Dubois, J. & Al.(1994) , *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*.

Ferguson, Ch. A. (1959), «Diglossia»: in, *Revue Word*, Vol 15.

Fishman, J.A. (1971), *Sociolinguistique*, Paris, Nathan et Bruxelles, Labor.

Gardner Chloros P. (1983), « *code switching : approches principales et perspectives* » dans *la linguistique*, Vol 19, fasc2.

Gumperz, J-J. (1989), *Sociolinguistique interactionnelle. Une approche interprétative*, Paris, l'harmattan.

G. Ludi et B. Py. (1986), *Etre bilingue*, Université d'Indiana, éd : P. Lang.

J.F.Hammers et M. Blanc. (1983) , *Bilingualité et Bilinguisme*, Bruxelles, Mardaga.

Hamers,J-F.(1997) cité par Moreau, M-l.*Sociolinguistique : Concepts de base*, Margada, France, 1997.

P.Lardellier. (2002) cité par Dominique Caubet, Centre de recherche et d'études en arabe, *Parlers jeunes, ici et là-bas: pratiques et représentations*, l'harmattan, 2004.

Tabouret Keller, A. (1969), « plurilinguisme et interférence in linguistique, guide alphabétique », sous la direction D'André Martinet : in, *Revue tunisienne de sciences sociales*, Volume 7, ed : Denoël.

Taleb Ibrahimi, K. (1996), *Les Algériens et Leur(s) Langue(s)*, Alger : El Hikma.

Traverso, V. (2007), *Analyse des conversations*, Ed : Armand Colin.

Weinreich, U. (1953) cité par J.F.Hamers, M. Blanc, *Bilinguisme et bilinguisme*, Bruxelles,

Mardaga, 1983.

## **Sites sur Internet**

<http://copywriting-facile.com/vendre-plus-grace-a-la-publicite-article/>.

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Langage\\_SMS](https://fr.wikipedia.org/wiki/Langage_SMS).

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Opérateur\\_de\\_réseau\\_mobile](https://fr.wikipedia.org/wiki/Opérateur_de_réseau_mobile).

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Ooredoo\\_Algerie](https://fr.wikipedia.org/wiki/Ooredoo_Algerie)

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Djezzy>.

[https://fr.wikipedia.org/wiki/ATM\\_Mobilis](https://fr.wikipedia.org/wiki/ATM_Mobilis).

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Publicité>.

# ***ANNEXES***

# Corpus

## OORIDOO

**O-M1** : Tablette Ooredoo sous Windows 8.1 jusqu'à 9 mois Internet offerts, pour suivre vos projets partout comme au bureau. Promo valable jusqu'au 25/05/2015

30/04/2015 à 11 :34

**O-M2** : Pour déposer une pré-plainte en ligne ou contribuer à la sécurité publique, consultez le site « ppgn.mdn.dz ». La Gendarmerie Nationale toujours à votre service.

12 Avr. 2015 à 14 :31

De : CGN

**O-M3** : Signer votre contrat 3G afin de pouvoir en profiter

11Avr.2015 à 09 :28

**O-M4** : profitez des forfaits appels et Internet plus avantageux pour nos clients Noudjoum.

Disponible sur\*110#

25 Mars 2015 à 10 :37

De Noudjoum

**O-M5** : **Jdid Ooredoo : Lémkhayar ta3 les jeux f'téléphonek b'100 DA bark !**

Tapez :<http://gloft.co/d008dfao>

20 Mars 2015 à 15 :54

De : Clubjeux

Traduction : Nouveau Ooredoo : Le meilleur des jeux dans votre téléphone pour 100 DA !

Seulement !tapez :<http://gloft.co/d008dfao>

**O-M6** : 90 Min ver Ooredoo pour 100 DA seulement. Compose \*151\*7#. Promo valable jusqu'au21/03. Plus d'infos 333

16Mars 2015 à 16 :04

De : PROMO

**O-M7** : Foot, météo, programmes TV, horaires de prière et plein d'autres contenus ! Recevez toute l'actualité en direct sur votre mobile. Composez \*515#. Infos au 333

11 Mar 2015 à 13 :48

De : KHABBARNI

**O-M8** : Ooredoo fier d'être partenaire Officiel du Real Madrid en Algérie.

Ooredoo 1<sup>er</sup> partenaire du sport en Algérie

27 Fév.2015 à 16 :18

De : REALMADRID

**O-M9** : Gagner une place pour voir un match REAL MADRID au stade Santiago Bernaéu en cumulant un maximum de points sur vos achats APPEL et INTERNET au \*110 # et \*15#.

16 Avr. 2015 à 14 :18

De : Real Madrid

**O-M10**:*Imsak/ Iftar*, programmes TV. Astus de cuisine, boukalate et plein d'autres contenus sur ton mobil, durant tout le mois de Ramadhan, composez \*5111#info 333.

De :Promo 03/07/2014 à 14:37

**O-M11** :Um, dois, tres, viva Algérie...encourageons tous nos champions le mardi 17 juin 2014 à 17.00 face à la Belgique. Maak ya lkhedra. Maak ya Dzair.

17/06/2014 à 13 :17

De : Ooredoo

**O-M12** : Ooredoo vous présente ses meilleurs vœux à l'occasion d'El Mawlid Ennabaou iEcharif.

14/01/2014 à 16 :07

**DJEZZY**

**D-M1** : DJEZZYGOOD 100 = sa3a nahwa Djezzy min eseta ta3la3chiya letnach ta3 elil wa tas3ira moufadala 2.41 dinar/30 thaniya nahwa baki chabakat elwataniya. \*720#GOOD Sahara.

Traduction : 1heur vers Djezzy de 18h à 24h et avec un meilleur prix 2.41 DA/30 second vers tous les réseaux nationaux. \*720# GOOD Sahara.

**D-M2** : Avec TakdarTarbah participez au tirage au sort du 30/03 et tentez de gagner 1CUISINE EQUIPEE d'une valeur de 1.500.000 DA. Envoyez CUISINE au 66017.100 DA/SMS.

23/03/2015 à 10 :20

Traduction : Avec TU PEUX GAGNER participez au tirage au sort du 30/03 et tentez de gagner 1 CUISINE EQUIPEE d'une valeur de 1.500.000 DA. Envoyez CUISINE au 66017.100 DA/SMS.

**D-M3** :Thab Tab3atles SMS ? Sahel, Kayen GO Texto : 25DA= 50 SMS nahwa chabakat Djezzy saliha 24 sa3a ! Sadjl 3ala \*720#.

16/02/2015 à 17 :07

Traduction : Tu veux envoyer des MSM ? C'est facile, il y'a GO Texto : 25DA= 50SMS vers le réseau Djezzy valable 24 h ! Inscrivez sur \*720#

**D-M4** : Avril, mois de l'Autisme. Tous solidaires pour aider les autistes, contactez l'Association Nationale Autisme Algérie autismenational@gmail.com

02/04/2015 à 11 :10

**D-M5** :GO Ahdar+ :100 DA=1 HEURS vers Djezzy valide 24 h en plus du tarif le moins cher du marché 1.75 Da/30scvers les autres réseaux nationaux. GO sur \*720#.

**D-M6**: GO Ahdar+:100 DA=*1s3a nahwa chabakat Dezzy saliha 24 sa3a. We stafid min afdaltas3ira* 1.75 dinar/30 thaniya nahwa baki chabakat elwataniya. GO ala \*720#.

**D-M7** : GO Ahdar+ : 50 DA=50 minutes vers Djezzy valide 24 h en plus du tarif le moins cher du marché 1.75 Da/30 sc vers les autres réseaux nationaux. GO sur \*720#.

**D-M8**:50 DA=50 *dakika nahwa chabakat Djezzy saliha 24 sa3a we stafid min afdal tas3ira* 1.75 dinar/30 thaniya nahwa baki chabakat elwataniya. GOala \*720#.

**D-M9**: GO t'offre plein d'avantages ! Cumule 400 DA rechargement et Gagne 400 DA bonus/mois. Bénéficie jusqu'à 100 da Bonus sur les appels reçus & découvre plus sur \*720#.

**D-M10**: **M3a** djezzy GOchargi we kitelhak 400 DA **terbah** 400 DA bonus,we zid !kol maykalmouk, terbah bonus yawsal hatta 100DA **fi chahar, we 3orod hayla 3la**\*720#.

## MOBILIS

**M-M1** : DGSN. La Sureté Nationale vous présente ses vœux à l'occasion du nouvel an 2015 et vous recommande plus de prudence sur la route. Le 15-48 à votre service.

30/12/2014 à 10 :04

**M-M2** : MSNFCF. L'accessibilité : un droit des personnes handicapés, un devoir de la société ; MSNFCF – journée nationale des personnes handicapés

14/03/2015 à 12 :51

De : Mobilis

**M-M3** : MRE : Ensemble pour la prévention de l'eau, halte au gaspillage !Ministère des Ressources en Eau.

22/03/2015 à 11 : 34

**M-M4** : Mobilis : Profitez du pack tablette Mobilis à 12000 DA seulement ! Une tablette + SIM Moubtasim+ 1 an de connexion Internet. Rendez-vous en agence. 23/03/2015.

**M-M5** : MC : Le Ministère du Commerce organise une Conférence Nationale sur le commerce extérieur, les 30 et 31 mars au Palais des Nations-Alger. Infos sur comex.dz

28/03/2015 à 12 :12

**M-M6** : **SIAHA** : Visitez le salon du tourisme et des voyages **SIAHA** du 1au 4 Avr au CCO Oran profitez des promotions sur plusieurs destinations nationales et internationales.

30/03/2015 à 12 :18

**M-M7** :Mobilis vous annonce la délocalisation de son agence commerciale de Jijel sis, NO68 Avenue Abdelhamid Ben Badis, soyez les bienvenus.

11/01/2015 à 11 :05

**M-M8** : Mobilis vous recommande la tonalité **Nroh Lbladi**, téléchargez la en répondant à cet SMS par 1. Découvrez plus de tonalité en appelant le 608.

28/03/2015 à 23 :17



Les messages	Arabe standard	Arabe dialectale	français	anglais	portugais	commentaires
Quelles langues sont utilisées ?	+	+	+	+	+	Nous remarquons qu'il Ya plusieurs langues dans les messages publicitaires envoyés par les opérateurs téléphoniques. Cela reflète la situation plurilingue du contexte algérien. par exemple : <b>O-M12</b> : Oredoo <u>vous présente ses meilleurs vœux à l'occasion d'El Mawlid Ennabaoui Echarif.</u> - <b>O-M11</b> : <u>Um, dois, tres, viva Algéria...encourageons tous nos champions le mardi 17 juin 2014 à 17.00 face à la Belgique.</u> <b>Maak yal khedra. Maak ya Dzair.</b>
A quel pourcentage ?	33.3 %	36.6 %	100 %	33.3 %	3.3 %	Nous constatons que l'alternance codique se manifeste dans ces messages dans laquelle le français et l'arabe dialectale qui dominent dans d'un premier temps. Par exemple : <b>M-M8</b> : <u>Mobilis vous recommande la tonalité Nroh Lbladi, téléchargez la en répondant à cet SMS par 1. Découvrez plus de tonalité en appelant le 608.</u>
Messages plurilingues où monolingues ?	<p>Il Ya 16 messages plurilingues</p> <p>Il Ya 14 messages monolingues</p>					<p>Nous observons que la plupart des messages sont plurilingues où se manifeste plusieurs langues notamment l'arabe dialectale et le français, par exemple : <b>O-M5</b> : <b>Jdid</b> Ooredoo : <b>Lémkhayar ta3les jeux f'téléphonek b' 100 DA bark ! tapez : <a href="http://gloft.co/d008dfao">http://gloft.co/d008dfao</a>.</b></p> <p>Les messages monolingues sont produits en une seule langue .par exemple : <b>O-M1</b> : <b>Tablette Ooredoo sous Windows 8.1 jusqu'à 9 mois Internet offerts, pour suivre vos projets partout comme au bureau. Promo valable jusqu'au 25/05/2015.</b></p>

<p>Dans quelle graphie sont écrit ?</p>	<p>Il Ya des messages qui sont écrit en arabe en caractère latin.</p> <p>Il Ya des messages qui sont écrit en français.</p>	<p>Les messages envoyés par les opérateurs téléphoniques sont écrit en caractère latin pour satisfaire leurs abonnés, parce que la présence de plusieurs formes dans un message rend la lecture du SMS difficile à lire pour un utilisateur.</p> <p>Parexemple <b>D-M10</b> : <b>M3a djezzy GO chargi we kitelhak</b>400 DA <b>terbah</b> 400 DA bonus, <b>we zid ! kol maykalmouk, terbah</b> bonus <b>yawsalhatta</b>100DA <b>fi chahar, we</b> 3orod <b>hayla 3la</b>*720#.</p> <p>Les messages sont écrits en Français pour assurer la bonne compréhension et lisibilité des SMS par les utilisateurs .par exemple : <b>O-M7</b> : Foot, météo, programmes TV, horaires de prière et plein d'autres contenus ! Recevez toute l'actualité en direct sur votre mobile. Composez *515#. Infos au 333.</p>																																																	
<p>Les services proposés dans ces SMS.</p>	<p>Ooredoo Noudjoum KHABBARNI DJEZZY GOOD GOOD Sahara GO Texto GO Ahdar Moubtasim SIAHA Nrod Lbladi</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Choix de langue</th> </tr> <tr> <th>AC</th> <th>AD</th> <th>F</th> <th>Ang</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>+</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>+</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>+</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>+</td> <td>+</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>+</td> <td>+</td> </tr> <tr> <td></td> <td>+</td> <td></td> <td>+</td> </tr> <tr> <td>+</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>+</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>+</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>+</td> </tr> </tbody> </table>	Choix de langue				AC	AD	F	Ang	+				+					+					+	+			+	+		+		+	+				+					+						+	<p>Nous remarquons que les produits services proposés par les opérateurs reflètent la situation sociolinguistique de l'Algérie. Par exemple : <b>D-M7</b> : <b>GO Ahdar+</b> : 50 DA=50 <u>minutes vers Djezzy valide 24 h en plus du tarif le moins cher du marché 1.75 Da/30 sc vers les autres réseaux nationaux.</u> <b>GO</b>sur *720#.ce service propose plus de tarif vers Djezzy et les autres réseaux de télécommunication.</p> <p><b>M-M6</b> : <b>SIAHA</b> : Visitez le salon du tourisme et des voyages <b>SIAHA</b> du 1au 4 Avr au CCO Oran profitez des promotions sur plusieurs destinations nationales et internationales. Ce service propose des destinations de voyage avec promotion.</p>
Choix de langue																																																			
AC	AD	F	Ang																																																
+																																																			
+																																																			
	+																																																		
		+	+																																																
		+	+																																																
	+		+																																																
+																																																			
+																																																			
	+																																																		
			+																																																

**Tableau** : les langues en présence dans les messages publicitaires des trois opérateurs.

## L'alphabet arabe

Dad	[d <sup>ʕ</sup> ]	ض	←	alif	[a]	ا
Ta	[t <sup>ʕ</sup> ]	ط		ba	[b]	ب
Dha	[ð <sup>ʕ</sup> ]	ظ		ta	[t]	ت
Ayn	[ʕ]	ع		tha	[θ]	ث
ghayn	[ɣ]	غ		jim	[ʒ]	ج
fa	[f]	ف		Ha	[ħ]	ح
Qaf	[q]	ق		kha	[x]	خ
kaf	[k]	ك		dal	[d]	د
lam	[l]	ل		dhal	[ð]	ذ
mim	[m]	م		ra	[r]	ر
nun	[n]	ن		za	[z]	ز
ha	[h]	ه		sin	[s]	س
waw	[w] & [u]	و		shin	[ʃ]	ش
ya	[j] & [i]	ي		Sad	[s <sup>ʕ</sup> ]	ص