

Pratiques linguistiques et pratiques glottopolitiques de la presse francophone indépendante Sarrafatima ABBACI⁽¹⁾ Rabea BENAMAR⁽²⁾

1- Université de Tlemcen, Faculté des lettres et langues, département de Français, DYLANDIMED, sarrafatima.abbaci@univ-tlemcen.dz

2- Université de Tlemcen, Faculté des lettres et langues, département de Français, DYLANDIMED, rabea.bennaceur@univ-tlemcen.dz

Soumis le: 10/03/2023

Révisé le :24/05/2023

Accepté le: 12/09/2023

Résumé

Nous nous intéressons dans cette contribution aux pratiques linguistiques effectives de la presse indépendante francophone. Nous focalisons ainsi sur le rôle des médias dans la gestion de la pluralité linguistique. Il s'agit de vérifier la place réelle des langues dans les médias francophones et de discerner leurs actions glottopolitiques. L'étude qui tend à mettre en exergue les particularités linguistiques des écrits médiatiques, pose le postulat que la presse est un acteur glottopolitique qui contribue dans le jaillissement de nouvelles formes dont les traits proéminents sont l'innovation et la créativité.

Mots-clés : *Pratiques linguistiques ; actions glottopolitiques ; presse francophone ; innovation ; alternance codique.*

الممارسات اللغوية و الجلتوبوليتيكية للصحافة المستقلة الناطقة بالفرنسية

ملخص

نحن مهتمون بهذه المساهمة بالممارسات اللغوية الفعالة للصحافة المستقلة الناطقة بالفرنسية. ونركز على دور وسائط الإعلام في إدارة التعددية اللغوية. إنها مسألة هدفها التحقق من المكان الحقيقي للغات في وسائل الإعلام الناطقة بالفرنسية وتمييز أفعالها السياسية. تفترض الدراسة، التي تهدف إلى تسليط الضوء على الخصائص اللغوية للكتابات الإعلامية، أن الصحافة هي جهة فاعلة سياسية تساهم في ظهور أشكال جديدة تتمثل سماتها البارزة في الابتكار والإبداع. الكلمات المفتاحية: ممارسات لغوية، إجراءات غلوتوبوليتيكية، صحافة ناطقة بالفرنسية، ابتكار لغوي، تناوب لغوي.

Linguistic and glottopolitic practices of the independent francophone press

Abstract

We are interested in this contribution to the effective linguistic practices of the independent francophone press. We focus on the role of the media in managing linguistic plurality. It is a question of verifying the real place of languages in the French-language media and discerning their glottopolitic actions. The study, which aims to highlight the linguistic particularities of media writings, posits that the press is a glottopolitic actor that contributes to the emergence of new forms whose prominent features are innovation and creativity.

Keywords: *Language practices; glottopolitic actions; francophone press; innovation; code-switching.*

Auteur correspondant: Sarrafatima ABBACI, sarrafatima.abbaci@univ-tlemcen.dz

Introduction:

Il importe de préciser que l'objectif assigné à cette étude n'est pas de faire une description intrinsèque des pratiques linguistiques mais de partir de ses dites pratiques pour discerner le rôle des médias dans la gestion de la diversité en place. C'est ainsi que nous considérons que les pratiques linguistiques de la presse comme des actions glottopolitiques pouvant intervenir sur les langues et leurs manifestations. Nous avançons aussi le postulat selon lequel les médias assurent la médiation, le transfert et la circulation de nouvelles formes linguistiques.

Il appert que le choix des langues dans les médias répond à des stratégies linguistiques déployées par l'instance de production dans son discours médiatique. Les choix et usages linguistiques médiatiques correspondent à un ensemble d'actions glottopolitiques dont la finalité est d'agir sur les pratiques linguistiques médiatiques et d'assurer la circulation de nouvelles lexies. C'est ce qui confère aux médias un aspect interventionniste.

Cette recherche à visée descriptive et analytique s'assigne l'objectif de rendre compte de la pluralité linguistique et de sa gestion *in vivo*⁽¹⁾ dans un contexte médiatique. C'est ainsi que nous voulons répondre aux questions qui aiguillent notre réflexion:

-Qu'est ce qui caractérise les pratiques linguistiques des médias en Algérie ?

-Quelles sont les formes émergentes de ces pratiques ? Et quelles sont les actions glottopolitiques de la presse francophone?

Nous essayons de montrer à travers la description des usages que les médias sont devenus des espaces qui prennent en charge la pluralité linguistique en réservant une place prépondérante aux langues premières qui, malléables et flexibles, se combinent au français et laissent foisonner des formes mixtes et juxtaposées.

Nous ne manquons pas d'indiquer que le trait distinctif de la presse en Algérie est la reproduction fidèle de l'hétérogénéité sociolinguistique. Conséquemment, là où les puristes légifèrent et rejettent au nom de l'unité et de la cohésion, les journalistes innovent et diffusent des lexies au nom de la diversité linguistique.

Force est de constater que la presse use d'une panoplie de langues à travers lesquelles ils témoignent d'une grande créativité linguistique. Ce qui nous conforte dans l'idée que les pratiques linguistiques médiatiques sont innovantes et reproduisent le plurilinguisme de masse tout en remodelant les formes et en les adaptant aux nouveaux besoins qu'instaure l'essor des nouvelles technologies.

Cette étude s'inscrit dans le domaine de la sociolinguistique variationniste qui s'intéresse à la question des variations linguistiques dans un contexte médiatique. La sociolinguistique variationniste nous permet de mettre en exergue les différentes formes nées du contact entre les langues. Elle s'inscrit également dans le domaine de la glottopolitique médiatique puisque l'objectif primordial est de rendre compte du rôle des médias et leurs actions dans la gestion de la diversité linguistique en Algérie.

1- Esquisse méthodologique

Notre choix porte sur les chroniques du Quotidien d'Oran et du journal Le Soir d'Algérie parues entre 2016 et 2019. Afin d'observer, de décrire et d'analyser les pratiques linguistiques médiatiques, nous avons procédé à la construction des observables extraits de la presse écrite, précisément les chroniques parues dans des quotidiens algériens et traitant de différents sujets de la vie sociale, culturelle, politique, économique, religieuse, etc. et publiés sur les sites internet dédiés à ces quotidiens.

Quantitativement, le nombre des chroniques extraites des deux médias de notre choix s'élève à 242 chroniques dont 112 sont parues dans le Quotidien d'Oran et 130 sur les pages du journal « Le Soir d'Algérie ». Le repérage des alternances codiques, que nous choisissons d'étudier, s'appuie sur les logiciels opérationnels Lexico 3 et TermosTat. Il convient de préciser que malgré leur efficacité, les deux logiciels respectifs ne prennent pas en charge la langue arabe ; ce qui

nous a conduit vers l'adoption de la méthode classique de dépouillement pour pallier à cette difficulté.

Par ailleurs, le choix des chroniques est guidé par la nature des sujets traités par les deux rubriques et de la popularité dont elles jouissent. Le traitement de sujets sociaux et le souci de fidélité à la réalité sociale permet aux journalistes de se procurer une place de personnalités privilégiées auprès du lectorat.

Il importe de souligner que Raina Raikoum est une rubrique signée par plusieurs journalistes comme Farah AHMED, Kamel GUERROUA, Hamid DAHMANI, El Yazid DIB, Mahdi BOUKHALFA, Abdelkrim ZEZOURI et bien d'autres. Chaque chroniqueur se distingue par un style d'écriture particulier. Outre son style d'écriture typique, le journaliste Rebah BELKHOUDJA Alias Hakim LAALAM, dont le surnom est le « fumeur de thé », se distingue pour son usage conclusif de l'illustre expression « *Je fume du thé et je reste éveillé, le cauchemar continue* ».

1-1- La chronique « pousse avec eux » du soir d'Algérie

La chronique « *Pousse avec eux !* » arrive à la page vingt quatre dans la version papier du journal ou sur la fenêtre directe portant le nom de la chronique sur le web. C'est une œuvre artistique du célèbre chroniqueur Hakim LAALAM. L'article se présente sous forme d'un bloc-notes composé d'un seul paragraphe et introduit par un chapeau. Le titre est écrit en caractères gras et dans les deux couleurs, noire et rouge, et en forme exclamative. L'expression « *pousse avec eux* » est calquée sur l'arabe algérien qui signifie « *Dez Maahoum* ».

1-2- La chronique Raina Raikom du Quotidien d'Oran

La chronique se trouve en troisième page du journal. Le titre qui signifie en français « *Notre opinion- Votre opinion* » est composé du mot « *Rai* » qui signifie *Opinion* et le pronom possessif en arabe « *na* » qui signifie *notre* et de *Raikom* équivalent de « *notre opinion* ». C'est une rubrique écrite avec la plume de Kamel Daoud. Ayant quitté le quotidien, le chroniqueur sera remplacé par d'autres journalistes qui poursuivent dans son style.

La rubrique est écrite au milieu de la page en deux colonnes sur la version papier. Néanmoins, le quotidien en ligne comporte un seul paragraphe.

2- Quelques considérations théoriques

C'est à Louis GUESPIN⁽²⁾ que revient le mérite d'avoir forgé le concept de glottopolitique qu'il propose de substituer à celui de politique linguistique. La théorie de Louis GUESPIN⁽³⁾ consiste en effet à remplacer la notion de politique linguistique pour appréhender la gérance des pratiques langagières plurilingues. Elle couvre ainsi les aspects micro et macrosociolinguistiques en allant des interactions quotidiennes jusqu'aux interventions sur les langues. La glottopolitique permet de prendre en charge les facteurs que la politique et aménagement linguistiques n'intègrent pas suffisamment. Elle « s'occupe de la gestion des langues et des variétés de langues en société » affirme Henri Boyer⁽⁴⁾.

La notion est employée pour désigner les différentes approches conscientes ou non conscientes que la société a de l'action sur les langues. Les actions glottopolitiques relèvent d'une volonté de régulation de la diversité linguistique. Laquelle régulation repose sur l'organisation, le contrôle et la dynamisation de l'hétérogénéité.

Par ailleurs, une action glottopolitique relève de la gestion implicite et/ou explicite des langues. Elle est mise en œuvre par des instances collectives (gouvernements, administrations, associations, etc.) ou des acteurs sociaux (familles, groupes informels, etc.). La glottopolitique couvre ainsi toutes les interventions sociales sur les faits de langage. Ce qui signifie que toute communauté linguistique a la possibilité d'intervenir sur le statut des langues et leurs formes circulantes. Cette notion, selon Louis GUESPIN et Jean Baptiste MARCELLESI⁽⁵⁾ implique la société dans la gestion des langues, ce qui connote un certain libéralisme langagier.

3- La presse, un espace de pratiques linguistiques innovantes

L'innovation est au cœur des pratiques linguistiques médiatiques. La presse laisse, de fait, resurgir des néo-langues, résultat de la combinaison de plusieurs langues. Force est de constater que le trait proéminent des pratiques linguistiques médiatiques est l'innovation et le renouvellement sociolangagier, marques de la dynamique sociolangagière incommensurable.

3-1- Les phénomènes linguistiques émergents

La politique d'arabisation, menée tambour battant en Algérie, est basée sur la politique de l'unification et de l'homogénéisation linguistique à visée panarabiste et jacobine. Force est de convenir que le panarabisme repose sur la centralisation linguistique autour d'une seule langue qui est l'arabe, la marginalisation voire la minoration des langues maternelles et l'éradication des langues étrangères, le français en l'occurrence.

Face à ces politiques centralisatrices et soustractives⁽⁶⁾, les médias ne cessent de prendre en charge la réalité sociolinguistique du terrain. L'examen des pratiques linguistiques journalistiques de la presse a montré une dynamique sociolinguistique remarquable. Ceci étant, le contact et la juxtaposition des langues laissent jaillir de nouveaux traits langagiers dont les traces proéminentes sont l'emprunt, les néologismes et l'alternance codique. Nous nous intéressons dans ces lignes à un phénomène récurrent, celui de l'alternance codique qui recèle différentes formes. Il importe de préciser que ce phénomène a attiré l'attention de plusieurs linguistes qui ont mis l'accent sur les aspects, formes et fonctions des langues alternées. Nous citons, en guise d'exemple, l'étude menée par L.DABENE et J.BILLIEZ sur les pratiques langagières des jeunes migrants. L'analyse des modes d'insertion dans les discours a permis d'identifier une typologie regroupant l'alternance codique inter-intervention, intra-intervention, segmentaire et alternance unitaire⁽⁷⁾.

Il est important de souligner que nous nous appuyons ici sur la typologie de F. LAROUSSI⁽⁸⁾ qui distingue les formes ci-après.

3-1-1- Alternance emblématique

L'alternance codique est définie par J. GUMPERZ⁽⁹⁾ comme la juxtaposition de passages appartenant à deux ou plusieurs langues. Ce phénomène se présente sous différentes formes dont les plus récurrentes sont l'alternance emblématique, l'alternance lexicale et l'alternance répétitive. L'alternance emblématique concerne l'usage des expressions idiomatiques à valeur phatique⁽¹⁰⁾. Appelée aussi alternance codique extraphrastique ou *tag switching*; elle est constituée selon J.F Hamers et M. Blanc par « des expressions idiomatiques que le locuteur peut introduire dans son Discours. Il est à noter que l'alternance extra-phrastique ne requiert qu'une compétence très minime dans la seconde langue »⁽¹¹⁾.

Pour F. LAROUSSI⁽¹²⁾, l'alternance emblématique est marquée par l'emploi des expressions phatiques dont l'usage vise à maintenir le contact avec l'auditeur et créer une atmosphère de familiarité. Nous citons à titre illustratif les exemples portant des serments et invocations de Dieu dont le but est d'asserter un discours, d'interpeller le lecteur, garder le contact avec lui et instaurer par voie de conséquence une atmosphère de connivence. Nous re prenons en guise d'exemple quelques extraits de notre corpus:

« Certes, la baraka du ramadan n'a pas d'égale parmi les autres mois, mais il y a «**Rahmat rabbi**» qui, elle, est le propre de l'illimité, de l'éternel »⁽¹³⁾.

« (..) **L'Algérie privée de ses frigos ! Un drame national ! Une véritable «Nakba» ! Qu'est-ce que tu vas pouvoir déstocker, Allah yarhem babak** »⁽¹⁴⁾.

« (...) **Allah yerham babakoum**, qui vous a demandé de mettre le booste ? Wach bikoum vous réanimez la salle d'anesthésie ? Ça ne vous plaisait pas cette campagne électorale qui a vu pour la première fois de l'histoire du vote en Algérie l'envoi d'un fort contingent d'observateurs venus des plus grands laboratoires pharmaceutiques »⁽¹⁵⁾.

« (...) Oui, tata Louisa, qui d'autres allais-je affubler de ce sobriquet affectueux, **Allah yerham babakoum ?** »⁽¹⁶⁾.

3-1-1-1- Les expressions honorifiques

Les expressions idiomatiques se manifestent également, dans notre corpus, sous la forme de titres honorifiques qui témoignent du respect voué à une personne. Ce sont des appellatifs de l'arabe algérien qui servent dans la dénomination d'autrui comme Sidi, Lalla, Tata, etc.

« (...) Oui, **tata** Louisa »⁽¹⁷⁾.

« (...) Ya **Sidi**, tu peux être commis de l'Etat pur jus et ne pas en rajouter des couches sur ta tartine beurrée au «Bye-Bye» ! T'es viré, ça arrive à tout le monde»⁽¹⁸⁾.

Sidi est un titre honorifique utilisé comme marque de respect envers une personne. Pour A. ABBACI & S. ABBACI, le choix de l'arabe algérien dans les appellatifs « se fait dans le but de capter le destinataire, l'interpeller et l'impliquer pour le faire adhérer à son discours »⁽¹⁹⁾. Il est également utilisé dans une volonté de créer un accès limité ou privé où seuls les lecteurs algériens sont interpellés.

L'appellatif *El hadj* (au Masculin) *el Hadja* (au féminin) est souvent employé au Maghreb pour identifier une personne âgée digne de respect. Ce terme est une marque honorifique et respectueuse qui met en valeur l'allocutaire. *El hadj* est une expression que l'on accorde à une personne qui a visité la Mecque et qui a accompli son pèlerinage. Ce terme d'adresse s'inscrit dans une situation de communication formelle.

L'utilisation des termes honorifiques augmente le degré de respect, de politesse et de formalité. Les appellatifs *Si*, *lalla*, *Sidi* ou *tata* sont d'usage fréquent dans la société maghrébine. Le mot en arabe dialectal sert à désigner une femme âgée qualifiée de sainte. En langue amazighe, l'appellatif signifie « la grande sœur » ou « la sœur aînée ». Quant aux appellations honorifiques *si* ou *sidi* équivalentes de Monsieur, servent à invoquer un homme et sont souvent accompagnées par son prénom comme nous pouvons lire dans cet exemple: « *Sidi khouya* ! Dois-je, encore une fois »⁽²⁰⁾.

Ces appellatifs, qui sont des formes usuelles chez les Maghrébins, sont employés dans une situation où les partenaires de l'échange ne se connaissent pas ou lorsqu'il ya une différence d'âge ou de niveau intellectuel. Ces termes ont une valeur honorifique qui met en valeur le destinataire et cherche à estomper les barrières entre les acteurs de la communication.

Or, certains appellatifs ont une fonction péjorative et servent la politesse négative qui peut être abstentionniste et vise à amoindrir et neutraliser cette violence sociale⁽²¹⁾. Ces éléments sont utilisés pour montrer une situation de colère ou de violence. Dans notre corpus, ces mots représentent une image négative et provocatrice de l'écrit journalistique vis-à-vis de la personne indiquée.

C'est le cas de *Fakhamatouhou* (son excellence) qui est un terme d'adresse emblématique et honorifique attribué à une personne bienveillante pour la valoriser. Ce terme est né suite aux mouvements de protestation contre le cinquième mandat de l'ex-président Abdelaziz Bouteflika. Les frondeurs utilisent ce qualificatif de façon ironique pour montrer leur colère et leur désaccord envers sa nouvelle candidature. Malgré que ce terme d'adresse ait une connotation positive mais l'auteur l'utilise pour exprimer une image inférieure, négative, ironique voire humiliante comme nous pouvons lire dans ces exemples :

« Il a commencé à s'effriter quand les « lettres de **fakhamatouhou** » n'arrivaient plus à destination et le «cadre» perdait son chevalet et son piédestal⁽²²⁾ « il faut être toujours très clair et le premier à se lever pour louer le nom de «**fakhametouhou** » (Son Excellence) dans la salle pleine à craquer d'adeptes de la langue de bois »⁽²³⁾.

3-1-1-2- Les expressions votives

Notre corpus est riche en expressions votives. Les votifs sont des marqueurs identitaires qui obéissent à un discours co-construit par les locuteurs et inscrivent l'échange dans un rituel de

communication. Les expressions votives se présentent aussi sous forme de serments comme dans les exemples ci-après:

« (...) Wallah que c'est un gros problème ! Et puis surtout »⁽²⁴⁾.

Ou de prières « (.....) généreusement la Zakat, jeûné tout le mois de Ramadhan et même fait du rab, effectué le pèlerinage à La Mecque sept fois plutôt qu'une, en dépit de tout cela, je sais que je ne suis pas assez purifié pour prétendre accéder aux houris aux yeux noirs et avoir éternellement tout ce que mon âme désire. Amen! »⁽²⁵⁾.

3-1-1-3- Termes d'adresse et d'interpellation

Les termes d'adresse sont utilisés pour identifier, désigner et interpeller une personne. Pour désigner l'interlocuteur, l'auteur peut utiliser plusieurs formes (préciser le nom, le prénom, le surnom, etc.). Afin de bien définir le récepteur du message oral / écrit, les locuteurs déploient des termes d'adresse que KERBRAT ORECCHIONI définit comme : « un ensemble d'expressions dont dispose le locuteur pour désigner son allocataire »⁽²⁶⁾. Nous remarquons que les journalistes emploient plusieurs termes d'adresse en arabe algérien, soit pour lancer un appel ou pour valoriser une personne. Ils reprennent des appellatifs familiers tels qu'ils sont utilisés dans un cadre social informel. L'emploi des appellatifs dans un discours médiatique est une stratégie qui sert à capter l'interlocuteur et attirer son attention. C'est ainsi que l'auteur brise les frontières entre lui et son destinataire et cherche à établir avec lui un lien de connivence.

Cette relation mutuelle et réciproque entre eux produit une atmosphère basée sur la complicité. Ces appellatifs sont des amadoureux⁽²⁷⁾ qui s'intègrent dans une stratégie d'atténuation des malentendus générés par les sujets à grande polémique comme c'est le cas des langues maternelles, les malaises sociaux, etc.

« ya » qui sert à invoquer une personne dans l'échange, a une fonction inclusive et permet d'instaurer une situation de partage et de réciprocité.

« ya El hadj, on n'est pas contre le 5ème ou le 6ème »⁽²⁸⁾.

« (...) Deux siècles et demi, ya aâmmi Vous voyez ? »⁽²⁹⁾.

Ya aâmmi (mon oncle) est utilisé en Algérie pour marquer le respect envers une personne plus âgée. Cette appellation permet d'instaurer un lien de confiance et de proximité.

L'emploi des appellatifs dans les derniers exemples relève d'un cadre relationnel informel et portent des marques d'affection comme c'est le cas dans l'exemple suivant:

« (...) ça arrive à beaucoup de monde. Mais ne tends pas l'autre joue, ya h'bibi ! »⁽³⁰⁾.

Outre les appellatifs, les lexèmes « sahbi » (mon ami), « khouya » (mon frère) sont employés par les jeunes pour s'identifier et marquer leur appartenance au groupe de pairs. « Sahbi » fait partie du parler jeune qui permet à cette tranche de la société de s'identifier en adoptant un résolecte commun aux groupes de jeunes.

« Juste un peu, comme en 2014, sahbi ! Un chouia de 2e tour, un shoot de prolongations face aux Allemands »⁽³¹⁾.

« Ya sahbi, quelle organisation des deux faces de la pièce »⁽³²⁾.

Les Algériens sont attachés aux traditions ancestrales ; ils donnent une valeur à la femme qui occupe une place sociale très particulière et sacrée. Les hommes ne dévoilent pas les prénoms de leurs femmes en public. C'est pourquoi ils emploient des termes d'adresse pour les interpeller tout en restant discrets comme le montre cet extrait :

« Comment ça, y a pas le feu, ya mekhoulouka ? »⁽³³⁾ ou « (...) Mademoiselle ? Madame ? Makh'louka ? Ya mraâ ? »⁽³⁴⁾.

« Il insiste : madame « Flana » et monsieur « Flen » sont-ils là ? Je veux les voir ! »⁽³⁵⁾.

Les appellatifs ont une connotation péjorative et provocatrice dans quelques exemples de notre corpus. C'est le cas de *Ya bouguelb* qui représente un sarcasme employé dans une situation polémique et dont l'usage exprime une situation où le destinataire provoque son destinataire.

Ces lexies provocatrices relèvent des actes de langage menaçant pour la face (Hassan ATIFI⁽³⁶⁾ car ils s'appuient sur une dimension conflictuelle, comme il est précisé dans les exemples: « A chacun son destin, *ya bouguelb* ! Les Français accueillent leurs héros sur les Champs ! »⁽³⁷⁾.

« (...) Vive le marron-caca ! Tout va avec tout, et on s'aime tous, *yabouguelb* ! »⁽³⁸⁾.

Les vocables « *ya* » sont des outils linguistiques à fonction phatique servant dans l'interpellation du destinataire et le maintien de l'échange avec lui.

« (...) je me réveille brutalement ce matin sur cet aveu de Sellal : « L'Etat ne peut plus construire comme avant » ! Aw ? Kécekecé ? Le vent aurait tourné subitement-tout-à-coup ? Les prévisions météo auraient été faussées par un djinn pervers qui aurait soufflé dans notre dos pour nous faire trébucher ? **Yek** nous étions invulnérables, *ya khouya* Abdelmalek »⁽³⁹⁾.

« (...) Mademoiselle ? Madame ? **Makh'louka** ? **Ya mraâ** ? Allô, y a quelqu'un en dessous ? **Wallah** que j'en perds les règles de base de la conf' de presse »⁽⁴⁰⁾. « La sienne. Et celle de Nekkaz ! choisis *ya Aâzrayen* ! voilàoù j'en suis aujourd'hui, algérien ! ? »⁽⁴¹⁾.

Nous citons, entre autres, certaines expressions idiomatiques à caractère humoristique utilisées dans le but de créer un climat ironique entre le journaliste et son lecteur. L'exemple suivant le montre : « (...) Le passe-passe, les pots-de-vin et le « *Sidi hbihi dellali* », sont devenus, hélas, des raccourcis inévitables pour le règlement rapide des affaires »⁽⁴²⁾.

3-1-1-4- Les expressions figées

Les écrits de presse sont riches également en expressions figées. Une expression figée est une suite de mots qui ne peut être modifiée et dont le sens est souvent figuré. Les expressions figées rentrent dans une optique de consolidation des énoncés journalistiques. Elles permettent d'assurer au message un ancrage dans la réalité sociale et culturelle. Nous citons les exemples repris de notre corpus :

« (...) **Ness tahou droushoum** » parce qu'ils n'ont pas pris soin de leurs dents. Les gens ricanent jusqu'à dévoiler leurs dents de sagesse jaunies par les aléas du temps, et ne réalisent pas que leurs vitrines sont désagréables à la vue. Les dents longues et solides sont un atout autour d'une table pour donner, avec plaisir, une bonne « *nehcha* » (un coup de dents) »⁽⁴³⁾.

« (...) Remarquez, faire le clown pour un amateur c'est gratuit, surtout quand on est un faible d'esprit « *Ch'tah, ch'tah ya loulou, qui dji baba n'gouloulou* » »⁽⁴⁴⁾.

« (...) Cela donne terriblement l'impression de déjà vu aux Algériens, comme cette maxime populaire de « *'hout yakoul hout* » (les gros poissons mangent les plus petits). Une triste image, hélas !, que donne notre pays, vu de l'extérieur. Et ce qui se passe au sommet de l'Etat n'est que la triste réalité dans les bas-fonds de la société algérienne, comme un encouragement à tous les excès »⁽⁴⁵⁾.

« Étonnant comment les mots ont complètement changé de signification chez nous ! Les gens d'autrefois disaient par exemple de tout homme intègre qu'il est « *moul s'fa we n'ya* » (celui qui a la pureté et la foi). « *N'ya* » est perçu par toute la communauté comme le plus sublime des éloges qu'on puisse adresser à un paysan de la campagne afin de mettre en évidence sa simplicité, rectitude morale, générosité et disponibilité pour les siens et les autres »⁽⁴⁶⁾.

« (...) Une vieille femme qui passait par là, leur lança à haute voix, un vœu dentaire: « **yâtikoum darsa ya dh'rari** ! » »⁽⁴⁷⁾.

L'usage des expressions figées s'inscrit dans une volonté d'impliquer et faire adhérer le lecteur. Elles servent encore à transmettre un fond socioculturel commun. L'emploi de courtes formules (idiomatiques ou figées) telles que « **inchalah** », « **tbarkallah** » et « **amen** » ainsi que certaines exclamations et interjections en arabe algérien « **yek** » surviennent de manière intensive dans le discours médiatique. Les formules de serment ou d'invocation de Dieu et les expressions votives ont une valeur symbolique et sont toujours considérées comme des expressions emblématiques qui ponctuent le discours en lui donnant une forme expressive.

3-1-1-5- Les proverbes

La presse écrite devient un espace libre où plusieurs expressions populaires se sont intégrées. C'est le cas des proverbes que le chroniqueur insère dans son discours pour approuver son identité culturelle et sociale ainsi que son appartenance.

Le proverbe est un court énoncé populaire qui reflète une partie du patrimoine culturel oral d'une société. Il représente ainsi un héritage culturel transmis par les différentes générations. Pour D.MAINGUENAU⁽⁴⁸⁾ « Le proverbe est une assertion sur la manière dont va le monde, il dit le vrai ».

Nous reprenons quelques exemples de proverbes : «L'Algérien l'a toujours été hélas, l'a vécu et l'a même revendiqué contre lui-même, contre les autres, contre la société. Ne soutient-il pas, somme toute, que *«el khobz we'lema, rassi fes'sma»*⁽⁴⁹⁾.

(..) Chez les ratés, quand on loupe sa vocation, on fait le pitre pour créer une ambiance du rire. *«Dir rohok bahloul, techbâ k'soul»*⁽⁵⁰⁾.

Les proverbes deviennent une technique rédactionnelle que les journalistes utilisent pour donner une couleur esthétique à la langue ; c'est une des principales composantes stylistiques de la phraséologie qui embellie le texte et rend l'événement rapporté plus impressionnant.

Le recours aux expressions idiomatiques dans la presse écrite enrichit le vocabulaire journalistique et donne une valeur sémantique à l'énoncé afin que les lecteurs perçoivent l'information d'une manière facile et concise. A. ABBACI⁽⁵¹⁾ affirme que les expressions idiomatiques prennent en charge la mémoire collective partagée entre le producteur et l'interlocuteur car ce sont des éléments détachables et ont un ancrage sociologique et ethnographique. Le proverbe est employé comme un argument d'autorité et participe à l'affermissement de la communication.

Les textes journalistiques n'ont pas uniquement pour but d'informer et convaincre l'interlocuteur mais visent à créer une atmosphère de connivence et de réciprocité entre les deux instances. C'est pour cette raison que les producteurs choisissent les mots adéquats pour émouvoir, impressionner et produire des effets particuliers chez le récepteur.

Antonella Capra⁽⁵²⁾ atteste que les tournures idiomatiques naissent d'une culture commune. C'est l'expression d'un savoir universel. Les proverbes sortent directement de la *voix du peuple*. En les utilisant, le locuteur est conscient du fait qu'il n'est pas créateur de ces énoncés. De plus, il se rend compte que son interlocuteur possède les mêmes connaissances et qu'il saura reconnaître l'énoncé figé. Ce qu'il veut prouver donc, ce n'est pas sa capacité de bien parler, mais plutôt de bien savoir: savoir qu'il y a une sagesse populaire, une connaissance partagée avec ses destinataires qui lui permet de communiquer sa pensée et convaincre autrui.

Pour G. Greciano⁽⁵³⁾, l'usage des expressions idiomatiques, des clichés et des proverbes s'inscrit dans une stratégie communicative persuasive qui vise à attirer l'attention de l'interlocuteur. Il précise dans ce sens que « L'emploi idiomatique est alors centré sur le destinataire. À travers l'idiotisme, le locuteur veut susciter son adhésion ; il essaie de lui imposer son propre jugement, de le convaincre de ses affirmations et réfutations personnelles sans autre justification objective ».

De plus, le discours populaire repose sur des stéréotypes linguistiques reconnus et partagés dans la société. Il s'agit d'une pensée traditionnelle courante qui vise non seulement d'exprimer l'idée du journaliste mais de faire adhérer l'autre dans le discours. L'emploi récurrent de ces figures de style correspond à plusieurs stratégies communicatives qui mettent en valeur le journaliste par rapport à son récit et son interlocuteur.

3-2- Alternance répétitive

Il s'agit d'alterner un même énoncé dans deux ou plusieurs langues différentes. C'est la situation où l'on fait recours à la traduction comme stratégie de renforcement de la communication en s'adaptant aux exigences de l'échange⁽⁵⁴⁾. C'est souvent une stratégie de

simplification ou de renforcement du message comme nous pouvons le remarquer dans les passages « (...) Sérieux ! Ça fait un bail que je me dis, moi aussi, comme ça, et dans ma langue maternelle, nationale et officielle : Dhayan ! **Basta** ! Khlass ! Y'en a marre de broyer du noir ! Que du noir ! A quoi bon passer sa vie à ajouter le cirage des mots à l'ébène des maux ? »⁽⁵⁵⁾.

Le journaliste use de trois langues pour signifier une même expression « ça suffit ». Il fait ainsi appel au Kabyle « Dhayan » puis passe à sa traduction en espagnol « Basta » et « khlas » en arabe algérien. Le recours à la répétition d'un même énoncé dans différentes langues se veut une stratégie de renforcement du message pour en assurer une large accessibilité. Répéter un message dans deux ou plusieurs langues vise sa simplification et se donne l'objectif de remédier à l'incompétence, l'insécurité et déficit linguistiques du lectorat.

3-3- Alternance lexicale

Elle concerne l'intégration d'unités linguistiques, appartenant à deux langues différentes, dans un même énoncé. Nous retrouvons souvent certains termes qui font recours à des référents spécifiques relatifs à des réalités culturelles et religieuses employées toujours en darija. Il s'agit souvent de référents culturels, sociaux, religieux et bien d'autres comme « Ramadan, Aïd, etc. »; « Serait-ce un **Aïd el-Fitr**, le premier, que les foyers algériens célèbrent réellement sous le sceau de l'austérité ? »⁽⁵⁶⁾.

« (...) on tombe sur deux autres rendez-vous qui nécessitent plus de dépenses, la rentrée scolaire et l'**Aïd el-Adha**. »⁽⁵⁷⁾.

« (...) Cela aurait bien arrangé les intérêts de ces gens-là qui ont fourré partout des liasses de billets et se sont adonnés avec délectation à «la zerda de la rente» ! Et puis, au fellah de s'exclamer, le regard maintenant hagard et l'air révolté : «Comment demande-t-on alors aux éleveurs du cheptel et aux maquignons de baisser les prix des moutons pour cette fête de l'**Aïd El-Kébir** ? »⁽⁵⁸⁾.

« La manœuvre politique est plutôt habile. Au lieu de révéler le fond de sa pensée (les jeux de hasard sont *haram*) »⁽⁵⁹⁾.

La lexie « **Halal** » n'est pas le signe d'une carence ou d'un déficit linguistique mais le chroniqueur la préfère car elle a une connotation et une charge sémantique plus représentative que son équivalente en français: « (...) Ils se restaurent gratuitement. Si on ne leur court pas après pour qu'ils viennent manger à l'heure du f'tour »⁽⁶⁰⁾.

«**Nakba**» dans l'exemple: « (...) L'Algérie privée de ses frigos ! Un drame national ! Une véritable «**Nakba**» ! Qu'est-ce que tu vas pouvoir déstocker, Allah yarhem babek »⁽⁶¹⁾.

Nakba a également son équivalent en français mais le journaliste préfère utiliser le mot en arabe car il représente une réalité plus rude et a une connotation sémantique plus représentative de la réalité.

4-Les médias, des acteurs glottopolitiques

Les médias représentent un espace de transmission et de diffusion des informations. Dans sa médiatisation événementielle, l'instance de production use d'un répertoire linguistique riche en lexies qui donnent aux langues médiatiques de nouvelles formes ; empreintes de l'innovation et du renouvellement linguistique.

Conscients de l'assise plurilingue de l'Algérie, les journalistes explicitent leur engagement dans la reconnaissance des paradigmes socioculturels et sociolinguistiques de la société algérienne. L'usage des langues premières revêt une perception positive de la pluralité en place. Les écrits journalistiques ne restent pas insensibles devant la réalité plurielle de leur société mais tendent plutôt à inscrire leurs écrits dans une perspective de défense et illustration du plurilinguisme social additif (cf. ABBACI, 2012⁽⁶²⁾, 2014⁽⁶³⁾, 2015⁽⁶⁴⁾, 2019⁽⁶⁵⁾). Selon l'auteure, les langues en Algérie s'additionnent et cohabitent pour expliciter le plurilinguisme dans toutes ses formes et ses couleurs. En effet, devant le désir de centralisation linguistique « les pratiques langagières présentes dans la presse francophone témoignent de la prise en charge de la pluralité

et laissent s'instaurer un plurilinguisme additif où toutes les langues se fondent les unes dans les autres »⁽⁶⁶⁾.

L'action glottopolitique majeure des médias montre clairement un engagement et une implication des journalistes dans le processus de reconnaissance des langues et de la diversité linguistique. Les écrits journalistiques cherchent à agir et intervenir sur les pratiques linguistiques en les modifiant.

Outre cet engagement interventionniste, le désir de partage et d'inscription des chroniques en conformité avec la réalité du terrain favorise le métissage linguistique. Les journalistes, ces acteurs glottopolitiques, gèrent les langues et adoptent des stratégies linguistiques à fondements glottopolitiques qui explicitent leurs rapports aux langues et le rapport qu'ont les langues entre elles.

Conclusion:

Nous convenons, au terme de cette contribution, que les pratiques linguistiques analysées sont représentatives d'une action et d'un engagement interventionniste des médias qui deviennent des acteurs glottopolitiques actifs dans la circulation et diffusion de la pluralité sociolinguistique dans toutes ses facettes. L'usage que font les journalistes des langues permet de redynamiser les normes circulantes longuement minorées, l'arabe algérien en l'occurrence.

Les médias prennent le relais des institutions et s'engagent dans un processus de promotion et revitalisation des langues. L'action glottopolitique princeps des médias vise de fait une redynamisation sociolinguistique.

En définitive, la description des pratiques linguistiques ne s'est pas faite pour l'objet de la description, en elle-même et pour elle-même, mais cherchait à montrer que les médias ont un rôle efficient et non négligeable dans la promotion du plurilinguisme. La presse devient un laboratoire de langues qui se heurte au purisme étatique et transgresse, par voie de conséquence, le schéma diglossique classique pour laisser parler la spontanéité dans toutes ses formes.

Le pouvoir des médias sur la société est indéniable ; ce qui corrobore l'idée que les usages et pratiques linguistiques servent grandement le processus de codification et standardisation des langues. C'est pourquoi nous estimons que les médias en général et la presse en particulier devraient s'impliquer activement, en se débarrassant de toute considération subjective ou affective, dans le projet de promotion, revitalisation et dynamisation équitable des langues qui composent l'identité algérienne.

À travers l'examen des pratiques linguistiques, nous confirmons qu'une reconsidération des langues premières s'avère primordiale dans une période où le plurilinguisme/pluriculturalisme en est la norme.

Il est donc temps, compte tenu des particularités des pratiques linguistiques médiatiques, de passer à une politique linguistique qui prend en charge les actions glottopolitiques dont l'objectif ultime est la promotion et la réhabilitation des langues premières. Cette politique linguistique doit tenir compte également de l'hétérogénéité et du libéralisme linguistiques en place. Toutes les langues doivent en effet être considérées comme additionnelles voire partenaires et doivent se compléter en harmonie loin de tout conflit diglossique.

Références :

- 1- Louis Jean Calvet qualifie d'action *in vivo* toute action linguistique qui procède des pratiques sociales spontanées et inconscientes, dans J.L. Calvet (1997), Les politiques linguistiques, PUF.
- 2-Guespin Louis & Marcellesi Jean Baptiste, Pour la glottopolitique, Paris, Langages numéro 83, 1986, p15.
- 3-Guespin Louis, Introduction. Matériaux pour une glottopolitique, Cahiers de linguistique sociale, Mont Saint Aignan, Presses de l'Université de Rouen, France, numéro7, 1985, p7.
- 4- Boyer Henri, Les politiques linguistiques, in Mots, Les langages du politique, France, Numéro 94, 2010, p55.
- 5-Guespin Louis, Marcellesi Jean Baptiste, op.cit, 1986, p9.

- 6- Abbaci Amal, Langues, discours officiel et pratiques langagières des jeunes au Maghreb. Les cas de l'Algérie et du Maroc. Etude sociolinguistique, thèse de Doctorat, université de Tlemcen, 2014, p111.
- 7-Dabene Louis & Billiez Jacqueline, Le parler des jeunes issus de l'immigration » in G.Vermès & J. Boutet (éds), France, pays multilingue. T.1 : Les langages en France, un enjeu historique et social. T.2 : Pratiques des langues en France, L'Harmattan, Paris, 1987, pp.62-77.
- 8-Laroussi Fouad, Le français en Tunisie aujourd'hui, Le français dans l'espace francophone, De ROBBILARD & Didier & Beniamino, Michel (dir), Tome 2, Editions Champion, 1996, p714.
- 9-Gumperz John, Introduction à la sociolinguistique interactionnelle, Paris, Minuit, 1989, p57.
- 10-Amami Abbaci Amal & Abbaci Sarra Fatima, De l'alternance codique dans les commentaires de la presse en ligne, in Ali Bencherif Mohamed Zakaria, Revue plurilingue, étude des langues, littératures et cultures, **Université de Tlemcen**, volume 3, Numéro1, 2020, pp 65-79.
- 11- Hamers Josiane & Blanc Michel, Bilinguisme et Bilingualité, Bruxelles, Éditions Pierre Mardaga, 1983, p198.
- 12- Laroussi Fouad, op.cit, 1996, p715.
- 13- <http://www.lequotidien-oran.com/> 27.06.2017.
- 14- <http://lesoirdalgerie.com/> 05/04/2018.
- 15- Ibid, 17/04/2018.
- 16- Ibid, 20/04/2017.
- 17- Ibid.
- 18- <http://www.lequotidien-oran.com/> 05/07/2017.
- 19- Amami Abbaci Amal & Abbaci Sarra Fatima, op.cit, 2020, p60.
- 20-<http://www.lequotidien-oran.com/> 04/07/2017.
- 21- Kerbrat-Orecchioni Catherine, Les interactions verbales, Tome 2/, Paris, Ed. Armand Colin, 1992, p15.
- 22-<http://www.lequotidien-oran.com/> 06/05/2019.
- 23-ibid/ 09/06/2019.
- 24-<http://lesoirdalgerie.com/> 03/04/2017.
- 25-ibid/ 20/05/2018.
- 26- Kerbrat-Orecchioni Catherine, op.cit, 1992, p16.
- 27- Kherbouche Ghouti, Pratiques langagières médiatisées, changement de code et interculturalité chez les interlocuteurs plurilingues algériens, approche interactionnelle, le cas de l'émission Yadès d'Alger chaîne trois, revue E I ã , <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/140/4/9/32460>, 2017, p7-8.
- 28-<http://www.lequotidien-oran.com/> 24/02/2019.
- 29-<http://lesoirdalgerie.com/> 24.07.2017
- 30-<http://ibid/> 05.09.2017.
- 31-<http://ibid/> 17.07.2018.
- 32-<http://ibid/> 23.04.2017.
- 33-<http://ibid/> 09.04.2017.
- 34-<http://ibid/> 20.04.2017.
- 35- Ibid.
- 36- Atifi Hassan, Choix linguistiques et alternance codique dans les forums diasporiques marocains, in J. Gerbault (éd.), La langue du cyberspace : de la diversité aux normes, L'Harmattan, Paris, 2007, p40.
- 37- <http://lesoirdalgerie.com/>17.07.2018.
- 38- Ibid , 23.04.2017.
- 39- Ibid, 02.05.2017.
- 40- Ibid.
- 41- Ibid, 08.10.2016.
- 42-<http://www.lequotidien-oran.com/> 03.09.2016.
- 43- Ibid.
- 44- Ibid, 01.07.2017.
- 45- Ibid, 08.2017.
- 46- Ibid, 29.10.2016.
- 47- Ibid.

- 48- Maingueneau, Dominique, Citation, Surassertion et Aphorisation, Cadiz, 2005, p149.
- 49-<http://www.lequotidien-oran.com/> 22.10.2016.
- 50-<http://www.lequotidien-oran.com/> 01.04.2017.
- 51-Amami Abbaci Amal & Abbaci Sarra Fatima, op.cit, 2020, p72.
- 52-Capra Antonella, De la possibilité de traduire les expressions figées en littérature, <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs>, consulté le 22 septembre 2022.
- 53-Greciano Gertrud, Signification et dénotation en Allemand – La sémantique des expressions idiomatiques Université de Metz-Klinsieck, Recherches Linguistiques numéro IX, 1983, p243.
- 54- Ammi Abbaci Amal & Abbaci Sarra Fatima, op.cit, 2020, p70.
- 55-<http://lesoirdalgerie.com/> 04.03.2018.
- 56- <http://www.lequotidien-oran.com/> 06.06.2017.
- 57- Ibid.
- 58- Ibid, 20.07.2017.
- 59- Ibid.
- 60- Ibid, 27.06.2017.
- 61-<http://lesoirdalgerie.com/> 05.04.2017.
- 62-Amami Abbaci Amal, Presse francophone en Algérie : entre discours officiel et réalité linguistique. Le cas du quotidien d'Oran, rubrique « Tranche de Vie », in Abdenbi LACHKAR, Langues et médias en Méditerranée, Editions L'Harmattan, Collection Langue et parole, 2012, p26.
- 63-Abbaci, Amal, Langues, discours officiel et pratiques langagières des jeunes au Maghreb. Les cas de l'Algérie et du Maroc. Etude sociolinguistique, thèse de Doctorat, université de Tlemcen, 2014, p207.
- 64- Ammi Abbaci Amal, L'arabe dialectal et ses usages dans la presse francophone en Algérie. Etude de cas de trois quotidiens algériens : Le Soir d'Algérie, El Watan et le Quotidien d'Oran, revue Socles, volume 4, numéro7, <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/4256>, 2015, p 23.
- 65-Amami Abbaci Amal, Le français dans toutes ses formes au Maghreb. Sur les traces d'un plurilinguisme social additif, in Martine FANDIO, Le français contemporain face à la norme. Pratiques, gestions et enjeux d'une langue au défi de la pluralité, Éditions Binam, Hauts de France, 2019, p221.
- 66- Ammi Abbaci Amal, op.cit, 2012, p31.

Bibliographies :

Livres :

- Calvet Louis Jean (1997), Les politiques linguistiques, Presses universitaires de France.
- Gumperz John(1989), Introduction à la sociolinguistique interactionnelle, Paris, Minuit.
- Greciano Gertrud (1983), Signification et dénotation en Allemand – La sémantique des expressions idiomatiques, Université de Metz-Klinsieck, Recherches Linguistiques numéro IX.
- Hamers Josiane & Blanc Michel(1983), Bilinguisme et Bilingualité, Bruxelles, Éditions Pierre Mardaga.
- Kerbrat-Orecchioni Catherine(1992), Les interactions verbales, Tome 2/, Paris, Ed. Armand Colin.
- Kerbrat-Orecchioni Catherine(1998), Les interactions verbales, Approche interactionnelle et structure de conversation, Tome 1, deuxième édition, Paris, Ed. Armand Colin.
- Laroussi Fouad(1996), Le français en Tunisie aujourd'hui, Le français dans l'espace francophone, De ROBBILARD & Didier & Beniamino, Michel (dir), Tome 2, Editions Champion.
- Maingueneau, Dominique (2005), Citation, Surassertion et Aphorisation, Cadiz.

Articles :

- Atifi Hassan, Choix linguistiques et alternance codique dans les forums diasporiques marocains, in J. Gerbault (éd.), La langue du cyberspace : de la diversité aux normes, L'Harmattan, Paris, 2007, pp. 31-46.
- Amami Abbaci Amal, Presse francophone en Algérie : entre discours officiel et réalité linguistique. Le cas du quotidien d'Oran, rubrique « Tranche de Vie », in Abdenbi LACHKAR, Langues et médias en Méditerranée, Editions L'Harmattan, Collection Langue et parole, 2012, pp.24-32.
- Amami Abbaci Amal & Abbaci Sarra Fatima, De l'alternance codique dans les commentaires de la presse en ligne, in Ali Bencherif Mohamed Zakaria, Revue plurilingue, étude des langues, littératures et cultures, Université de Tlemcen, volume 3, Numéro1, 2020, pp.65-79.

- Ammi Abbaci Amal, Le français dans toutes ses formes au Maghreb. Sur les traces d'un plurilinguisme social additif, in Martine Fandio, Le français contemporain face à la norme. Pratiques, gestions et enjeux d'une langue au défi de la pluralité, Éditions Binam, Hauts de France, 2019, pp.221-245.
- Boyer Henri, Les politiques linguistiques, in Mots, Les langages du politique, France, Numéro 94, 2010.
- Dabene Louis & Billiez Jacqueline, Le parler des jeunes issus de l'immigration » in, G.Vermès & J. Boutet (éds), France, pays multilingue. T.1 : Les langages en France, un enjeu historique et social. T.2 : Pratiques des langues en France, L'Harmattan, Paris, 1987, pp.62-77.
- Guespin Louis, Introduction. Matériaux pour une glottopolitique, Cahiers de linguistique sociale, Mont Saint Aignan, Presses de l'Université de Rouen, France, numéro7, 1985.
- Guespin Louis & Marcellesi Jean Baptiste, Pour la glottopolitique, Paris, Langages numéro 83, 1986.

Sites web :

- Ammi Abbaci Amal(2015), L'arabe dialectal et ses usages dans la presse francophone en Algérie. Etude de cas de trois quotidiens algériens : Le Soir d'Algérie, El Watan et le Quotidien d'Oran, revue Socles, volume 4, numéro7, <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/4256>, consulté le 28.05.2022.
- Capra Antonella (2010), De la possibilité de traduire les expressions figées en littérature, <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs>. Consulté le 22 septembre2022.
- Kherbouche Ghouti (2017), Pratiques langagières médiatisées, changement de code et interculturalité chez les interlocuteurs plurilingues algériens, approche interactionnelle, le cas de l'émission Yadès d'Alger chaîne trois, revue E I ã, <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/140/4/9/32460>, p7-8. Consulté le 10.03.2022.

Thèse :

- Ammi Abbaci Amal (2014), Langues, discours institutionnels et pratiques langagières des jeunes au Maghreb : Le cas de l'Algérie et du Maroc. Etude Sociolinguistique, thèse de doctorat, dirigée par Pr. Pr.Boumediene Benmoussat & Pr.Francis Manzano, Université de Tlemcen.