



جامعة الإخوة منتوري قسنطينة I
Frères Mentouri Constantin I University
Université Frères Mentouri Constantine I



Laboratoire Traduction et Langues

Volume 6

Numéro 07

Décembre 2019

International Journal of Modern Translation

Yearly peer –reviewed Journal specialized in Translation and linguistics

Revue internationale de traduction moderne

Revue annuelle à double évaluation anonyme consacrée aux recherches en
traduction et la linguistique.

المجلة العالمية للترجمة الحديثة

مجلة دولية محكمة تعنى بالأبحاث في الترجمة و اللسانيات تصدر سنويا عن مختبر اللسانيات و الترجمة

ISSN : 1112-4636
EISSN : 2710-8295

Laboratoire Traduction et Langues

Editorial

« *Une langue différente est une vision différente de la vie* »

Federico Fellini

C'est scientifiquement prouvé, un enfant bilingue est nettement plus intelligent qu'un enfant monolingue. L'acquisition et l'apprentissage de plusieurs codes linguistiques sollicitent tous les mécanismes cérébraux et activent de nombreuses zones dans le cerveau humain (I. Aberkane 2018). Plus qu'un stimulant neuronal, les langues assurent une cohésion interactionnelle dans le circuit communicationnel social et rendent plus abordables toutes formes d'interaction humaine.

Le présent numéro de la Revue Internationale de Traduction Moderne du Laboratoire Langue(s) et Traduction de l'université Frères Mentouri- Constantine 1, place la communauté universitaire dans un cadre épistémologique assez fertile. Les différentes contributions qu'elle propose s'organisent autour des problématiques touchant aux langues et aux codes linguistiques et situent le lecteur dans des contextes discursifs variés tant sur le plan linguistique que culturel.

La première contribution est celle de Madjda BRAMKI (Université Larbi Ben M'hidi. Oum El Bouaghi). Intitulé « *Étude des pratiques langagières des revendeurs de voitures. Du marché de voitures au marché des langues* », le travail a pour finalité de montrer que la langue française ne cesse d'être exploitée et réaménagée en fonction des besoins de ses utilisateurs et ce, dans de nombreux champs d'usage. Le corpus analysé ici découle d'une recherche universitaire plus large qui a ciblé l'usage du français dans un milieu informel celui des transactions commerciales dans les marché des voitures. L'auteure met l'accent sur la transposition, difficilement saisissable, qui nous conduit du marché des voitures au marché des langues.

L'article de Hanane BENDIB (Université de Mila) intitulé « *Cinquante années de pratiques plurilingues dans la publicité télévisuelle algérienne* » aborde la question du changement

linguistique et particulièrement celle du contact des langues dans un corpus publicitaire. L'étude part du postulat selon lequel le domaine publicitaire en Algérie a connu de nombreux changements liés principalement à l'évolution de la situation politique, économique et sociolinguistique du pays, et qu'il devient extrêmement important d'actualiser les différents paradigmes interprétatifs souvent utilisés pour décortiquer cette réalité sociolinguistique.

La contribution de Souheila HEDID (Université Frères Mentouri. Constantine 1) « *Le corpus urbain : d'une donnée brute à un objet d'étude scientifique. Quelques repères méthodologiques* » évoque des interrogations méthodologiques à partir d'un corpus urbain. L'auteure explique que la ville, par son mouvement et sa complexité, attire de plus en plus les chercheurs de tous les domaines. En effet, lorsqu'on observe les mutations et les bouleversements de la ville, elle nous livre une image complètement fracturée, une réalité insaisissable et incontrôlable. Faire parler la ville revient alors à l'aborder dans sa diversité et dans son impressionnant éclatement. Partout dans le monde, la ville se donne comme un terrain d'observation à la fois très complexe et extrêmement fertile. De même, son tissu urbain reflète une variation remarquable, tant sur le plan socioculturel que linguistique. Découle de cette variation, une territorialisation spatiale qui, une fois étudiée, laisse paraître une répartition de nature linguistique. La ville devient dès lors un lieu composé, un véritable puzzle de langues que le linguiste doit bien reconstruire pour mieux définir.

« *Lorsque la culture urbaine se mêle à la diversité linguistique : Le roman graphique comme an urban speech* » est la quatrième étude de ce volume. Proposée par Lilia BOUMENDJEL (Université Frères Mentouri. Constantine 1), elle tente d'entamer une réflexion sur la culture urbaine telle qu'elle est conçue et présentée dans les écrits urbains. Au sein du roman graphique *Ma toute petite déprime & moi*, la culture urbaine est largement exposée à travers les personnages qui pratiquent une langue distincte pour chaque interlocuteur. À partir d'une lecture rétrospective de l'article de T. BULOT (2007) *Culture urbaine et diversité sociolinguistique : une identité en mouvement entre le local et le global*¹, Lilia BOUMENDJEL se propose d'observer la densité du réseau relationnel et/ou personnel qu'ont les personnages urbains du roman graphique avec les uns avec les autres, mais aussi de relever des indices visu-verbaux qui représentent les caractéristiques du parler jeune.

La recherche de Mokhtar BOUGHANEM (Université Alger 2) intitulée « *De La sociolinguistique urbaine à l'heure du tournant spatial* » se propose de mener une réflexion

¹Thierry BULOT. 2007. Culture urbaine et diversité sociolinguistique : une identité en mouvement entre le local et le global. Zongo Bernard. L'écho de ma langue (enjeux sociaux et culturels de la diversité des langues), TamTam59 / Confluence, pp.31-37, 2007. ffhalshs-00608595f

succincte autour de la pensée épistémologique à l'origine de l'avènement de la sociolinguistique urbaine en tant que paradigme de recherche au sein des sciences du langage. Pour ce faire, il sera surtout question de situer les travaux pionniers de Thierry Bulot (1959-2016) par rapport à un contexte scientifique global marqué par un regain d'intérêt pour les thématiques et les problématiques spatiales.

Mohammed Hichem BENCHERIF (Université de Mila) clôturera le volume avec une étude intitulée : « *La visibilité de la sémantique dans le discours juridique français : cas du discours contractuel* ». À travers une approche linguistique et historiciste, l'auteur traite la question de la polysémie des termes juridiques qui est opaque et non stable car elle change selon les branches du droit. Il estime qu'il faudrait recourir au contexte pour déterminer l'acception de tel ou tel terme juridique et contourner la question de polysémie. À ceci s'ajoute la maîtrise de la part du traducteur et du linguiste juridiques des formes d'expression juridique qui reflètent les réalités juridiques. Pour mieux clarifier sa démarche, Mohammed Hichem BENCHERIF explique que : « *Aborder la sémantique du discours juridique en général et le discours contractuel nécessiterait la connaissance des différentes problématiques que pose ce dernier. Ces problématiques puisent dans différents plans tel que le plan lexicographique, terminologique et le plan sémantique et le plan stylistique* ».

Si Federico FELLINI confirme que la connaissance d'une autre langue permet aux individus de franchir les frontières d'un autre univers, si qu'il a pris en considération les apports communicationnels que les communautés tirent de leurs richesses linguistiques. Il est indéniablement très difficile de saisir cette réalité dans sa conception culturelle mais il est plus passionnant de la mettre sous la loupe d'un linguiste pour en faire un corpus scientifique.

Dr. Souheila HEDID
Editrice associée
Université Frères Mentouri. Constantine 1.

Laboratoire Traduction et Langues

Sommaire

Editorial	1-3
Étude des pratiques langagières des revendeurs de voitures. Du marché de voitures au marché des langues. Dr. Bramki Madjda.	4-14
Le corpus urbain : d'une donnée brute à un objet d'étude scientifique. Quelques repères méthodologiques. Dr. Hedid Souheila	15-26
Lorsque la culture urbaine se mêle à la diversité linguistique : Le roman graphique. Dr BOUMENDJEL Lilia	27-44
La sociolinguistique urbaine à l'heure du tournant spatial. Dr Mokhtar BOUGHANEM	45-53
Cinquante années de pratiques plurilingues dans la publicité télévisuelle algérienne. Dr. Bendib Hanane	54-65
تجليات الدلالة في الخطاب القانوني الفرنسي: الخطاب التعاقدى أنموذجا د/ محمد هشام بن شريف	66-78

