

4^e

CONGRÈS

des études sur le Moyen-Orient
et les mondes musulmans

28 juin - 2 juillet 2021



Atelier 75

Les affichages urbains en Algérie à l'ère de la mondialisation et de l'ouverture économique : une diversité linguistique et culturelle sans précédent

L'Algérie s'est inscrite dans une dialectique d'information et de communication par le biais de l'ouverture sur le monde et sur l'économie extérieure. La mise en mur urbaine en est l'une des représentations les plus concrètes et attribue donc à l'Algérie le sceau d'un pays plurilingue et pluriculturel. Cette pluralité linguistique qui s'étend aussi bien sur le plan culturel que sociolinguistique est vectrice du progrès et de mondialisation.

Etudier la ville comme étant un carrefour de langues et de profusion de diverses formes langagières permet donc de mettre en exergue l'intérêt de tout ce qui s'affiche sur ses murs, comme comportements sociolinguistiques. La jonction de plusieurs éléments de communication sémio-linguistiques dans une ville implique une nouvelle vision, car, la ville est envisagée comme une sphère d'éléments abscons et évolutifs, du moment qu'elle met en place de nouveaux comportements langagiers qu'il faut prendre en considération, décrire et analyser. En effet, l'analyse du discours en espace urbain nécessite une prise en compte d'un ensemble de spécificités différentes. Notre recherche est axée sur les fonctions démarcatives et identitaires des pratiques linguistiques affichées.

Il s'agit d'une enquête sociolinguistique urbaine menée sur le terrain afin d'étudier la mise en mots de la pluralité linguistique et du dynamisme identitaire. Nous visons plus précisément à étudier et à définir les caractéristiques sociolinguistiques des différents affichages présentés dans l'espace urbain de l'ouest algérien, à savoir la ville d'Oran, Mascara, Mostaganem, Tlemcen, Relizane et Chlef. De ce fait, notre hypothèse est que les affichages dans l'espace urbain algérien représentent l'admission du plurilinguisme et du dynamisme identitaire où les Algériens se trouvent bilingues ou même plurilingues.

Notre atelier tentera de répondre aux interrogations suivantes :

Leur mise en mur reflète-t-elle une marque d'une politique linguistique ? Quelles sont les caractéristiques de la mise en mur urbaine des villes de l'ouest algérien ? Quelle est le contenu de chaque modèle linguistique placardé ? L'affichage reflète-t-il la vérité des mots ? Quelles sont les attitudes des citoyens à l'égard de l'affichage urbain ? Peut-on faire de la mise en mur un outil d'apprentissage et d'appropriation de la langue ? Quelles seraient les fonctions identitaires des textes affichés dans l'espace urbain algérien et quelle valeur transmettent-ils ?

Pour ce faire, un nombre considérable d'affichages a été photographié dans les différents centres et alentours des villes de l'ouest algérien et qui seront analysés. Le constat de notre corpus est en partie lié à celui de Roland BARTHES lorsqu'il a étudié la signalétique au Japon et ce, non pas par rapport à la description des citoyens mais par rapport au décor de la ville et plus précisément celui de ses murs. Ainsi, c'est à partir de ce constat que nous amorçons l'étude de notre corpus.

Il faut signaler que notre enquête est formulée en deux volets : celui du dépouillement des informations recueillies à travers les entretiens semi-directifs et celui des photographies prises dans l'ensemble des villes et portant sur les affiches publicitaires, celles du commerce, affiches touristiques, électorales, les ononymes et les graffitis.

Responsable : Amina Azzedine (Université Mustapha STAMBOULI de Mascara, Université d'Oran 2, Algérie)

Programme

Amina Azzedine (Université Mustapha STAMBOULI de Mascara, Université d'Oran 2, Algérie)

Espaces commerciaux en Algérie : un nouveau mode linguistique pour l'appropriation de l'espace urbain

L'analyse du discours en espace urbain et sur l'espace urbain nécessite une prise en compte d'un ensemble de spécificités différentes. Notre enquête porte sur les fonctions démarcatives et identitaires des pratiques linguistiques au sein des enseignes commerciales. Nous essayons donc de comprendre quelles sont les particularités sociolinguistiques et culturelles des enseignes commerciales et celles qui suscitent l'attention des personnes ? Quel sont les éléments linguistiques (énoncés et / ou illustrations) qui leur s'adressent le plus par le biais des devantures commerciales ? L'Algérien consomme-t-il la langue ou le produit, vu le nombre de langues existants dans l'espace urbain ?

Tant d'interrogations à prendre en compte pour diriger le regard vers les réalités sous-jacentes qui permettent de nous guider à mettre en relief les spécificités langagières de l'espace urbain algérien.

Pour la collecte des données, des centaines de devantures des boutiques ont été étudiées. Ces dernières se rapportent aux articles de consommation fréquente tels que vêtements, produits cosmétiques, chaussures, bijoux, optique, etc. Les devantures de ce genre de magasins attirent notre attention du fait qu'elles représentent un service de grande consommation.

Sara Azzedine (Université Mustapha STAMBOULI de Mascara, Université d'Oran 2, Algérie)

Analyse sociolinguistique des affichages urbains: cas des graffitis de l'ouest algérien

Notre communication suggère une étude analytique des graffitis dans une perspective sociolinguistique, dans différentes villes de l'ouest algérien. Il s'agit d'étudier le discours plurilingue des graffiteurs algériens à l'ère de la mondialisation et de l'ouverture économique. Nous visons à analyser les spécificités sociolinguistiques des différents graffitis exposés dans l'espace urbain de l'ouest algérien. Ces derniers éveillent spécialement notre intérêt du fait qu'ils renvoient à une réalité sociale.

Belkacem Boumedini (Université Mustapha STAMBOULI de Mascara, CRASC d'Oran, Algérie)

Étude sociolinguistique des discours épilinguistiques sur les langues affichées en Algérie après l'ouverture économique. Cas des villes de l'ouest

Notre communication propose une étude analytique des discours épilinguistiques dans une perspective sociolinguistique dans les différentes villes de l'ouest algérien. Il s'agit d'une enquête sociolinguistique qui vise à étudier la mise en discours épilinguistique sur la pluralité linguistique et le dynamisme identitaire. Nous visons à étudier les caractéristiques sociolinguistiques des jugements des interviewés sur les différentes langues des affiches présentes dans l'espace urbain de l'ouest algérien.

Fadila Moulasserdoun (Université Mustapha Stambouli, Mascara, Algérie, Université d'Oran 2)

L'emprunt lexical français, les processus de son intégration au parler algérien

L'emprunt est dû au contact des langues. Il est défini comme étant l'intégration, l'adaptation à une langue d'un élément d'une autre langue étrangère ; dans la plupart des cas, par nécessité de communication ou pour combler un manque linguistique. Le contact des langues en Algérie favorise l'implantation d'emprunts français qui s'enrichissent au contact des réalités algériennes et des langues nationales. Les Algériens possèdent au moins deux langues servant à établir la communication : le berbère ou l'arabe dialectal et le français devenu actuellement deuxième langue étrangère du pays.

Le recours à ce phénomène linguistique implique une adaptation lexicale sur le plan graphique, phonologique, morphosyntaxique et sémantique. Les emprunts français collectés dans notre travail ont subi des transformations assurant leur intégration dans le système du parler algérien.

L'emprunt tient une grande place dans le parler des locuteurs algériens. Sa fréquence semble être plus élevée dans leurs pratiques langagières. Le sujet parlant algérien en tant que membre d'un groupe socialement défini, influe sur son répertoire langagier, considéré comme une marque de sa personnalité, de son identité algérienne, arabo musulmane.