

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université de Belhadj Bouchaib - Ain T'émouchent
Faculté des Lettres, Langues et Sciences Sociales
Département des Lettres et langue française



Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention de master

De langue française

Spécialité : Sciences du langage

Intitulé

**Dynamique sociolinguistique et sémiotique dans les
débats télévisés algériens : le cas de l'émission Samira
Morning sur la chaîne Samira TV**

Présenté par l'étudiante
SIAMER Ibtissam

Sous la direction de
Dre. BENBASSAL Kheira Souad

Membres de jury

Nom et Prénom		Grade
Pr. SAID BELARBI Djalloul	Président	Professeur
Dre. BENBASSAL Kheira Souad	Encadrante	MCB
Dre. AMOURI Nour El Houda	Examinatrice.	MCA

Année universitaire 2023/2024

Remerciements

*Je souhaite remercier chaleureusement ma directrice de recherche, Madame **BENBASSAL Kheira Souad**, pour sa guidance experte, ses conseils éclairés et sa patience inébranlable tout au long de l'élaboration de ce mémoire. Son expertise et son dévouement ont grandement enrichi mon travail.*

*Je tiens à exprimer ma profonde gratitude envers **mes parents**, pour leur soutien indéfectible, leurs encouragements constants et leur amour inconditionnel qui ont été mes piliers tout au long de ce parcours académique.*

*À **mes sœurs**, pour leur soutien affectif et leurs mots d'encouragement précieux qui ont toujours illuminé mon chemin, je vous adresse mes sincères remerciements.*

*À mon amie **Lamia**, pour son soutien inconditionnel, sa présence constante et ses encouragements motivants, je te suis profondément reconnaissante.*

*À mon examinatrice, Madame **AMOURI Nour El Houda**, pour ses précieux commentaires et ses suggestions constructives qui ont contribué à améliorer la qualité de ce mémoire, je vous adresse mes remerciements les plus sincères.*

*Enfin, je souhaite également remercier chaleureusement Monsieur **SAID BELARBI Djelloul**, pour sa présence et sa contribution à ce moment important de mon parcours académique.*

Dédicace

À mes parents, pour leur amour infini, leur soutien indéfectible et leur sacrifice sans limites, sans lesquels ce mémoire n'aurait pas été possible.

*À feu ma très chère professeure **Ait Yalla Dya**, dont la sagesse, l'enseignement et la bienveillance ont marqué mon parcours académique. Ton héritage continue d'inspirer et de guider mes efforts. Ce travail est dédié à ta mémoire. Paix à ton âme.*

Sommaire

Sommaire	5
Introduction générale.....	6
Chapitre 01 : Étude descriptive de l'émission « Samira Morning » et analyse sémiotique du corpus	11
1. Présentation du corpus.....	12
2- Le champ médiatique algérien	18
3. La sémiotique	22
4- Analyse du corpus :.....	23
Chapitre 02 : Contact des langues et analyse sociolinguistique du corpus	39
1- La situation sociolinguistique en Algérie.....	40
2- Contact des langues et analyse sociolinguistique du corpus.....	44
Conclusion générale	62
Références bibliographiques.....	65
Table des matières.....	68
Annexe.....	72

Introduction générale

La complexité linguistique en Algérie offre une opportunité de réflexion pour les chercheurs sur les multiples phénomènes linguistiques présents dans le pays. Le contact des langues est une caractéristique ancienne dans les pays du Maghreb, ayant un impact sur les pratiques linguistiques quotidiennes des locuteurs. Le paysage médiatique algérien fournit un terrain propice à des études sociolinguistiques sur les interactions linguistiques résultant du contact entre différentes langues dans la société algérienne. Cette analyse peut s'étendre aux différents médias disponibles pour le public, afin de les engager de manière optimale. Les professionnels des médias comptent sur leurs choix linguistiques pour élaborer de nouvelles stratégies de communication, axées sur la promotion des langues maternelles, ainsi que sur l'utilisation des outils informatiques et des moyens technologiques, notamment internet, pour maintenir un contact constant avec leur public, de plus en plus exigeant à l'ère de la mondialisation.

La communication en tant que pratique sociale revêt une importance capitale dans la vie familiale. Dans ce cadre, il n'y a pas de créneaux définis ni de rendez-vous fixes pour échanger, mais il existe incontestablement une langue sans laquelle toute communication serait impossible. Cette langue détermine ce qu'on appelle communément une communauté linguistique. Cependant, lorsque cette communauté partage plusieurs langues et se trouve dans une situation particulière, serait-il question de les pratiquer toutes ou d'en choisir une ? Dans le premier cas, la question est de savoir comment les alterner efficacement, tandis que dans le second cas, il s'agit de déterminer quelle langue privilégier pour communiquer ?

En Algérie, un pays réputé pour son plurilinguisme, plusieurs langues sont pratiquées, dont nous retiendrons quatre des plus couramment utilisées. Tout d'abord, les langues locales, telles que l'arabe avec ses différentes variantes (classique et dialectale), ainsi que le tamazight avec ses diverses déclinaisons (kabyle, Chaouia, targui, etc.). Ensuite, on trouve les langues étrangères, notamment le français, considéré comme la principale langue étrangère, et l'anglais.

En réalité, ces langues sont omniprésentes dans la vie quotidienne des Algériens, influençant ainsi le choix des langues utilisées. Dans un contexte formel, l'arabe et le français sont prédominants, tandis que les langues dialectales sont davantage

présentes dans des situations informelles. Par conséquent, l'usage d'une langue spécifique varie en fonction du contexte, du milieu socioprofessionnel, que ce soit dans le domaine scolaire et universitaire, administratif, commercial, médiatique, etc.

Dans cette étude, nous nous focaliserons sur les pratiques linguistiques des Algériens à la télévision, en particulier en examinant de près et en décrivant les interactions linguistiques lors des émissions télévisées. Nous nous intéresserons également à l'aspect sémiotique de ces interactions, dans le but d'enrichir les recherches existantes sur le contact des langues dans le contexte sociolinguistique algérien. Notre objectif est d'approfondir la compréhension du fonctionnement spécifique du contact des langues, en identifiant les motivations qui incitent les participants des émissions à alterner entre les langues. Cette question a été abordée par de nombreux sociolinguistes dans leurs analyses des échanges linguistiques et des pratiques langagières.

Pour ce faire, nous avons choisi dans le cadre de ce travail l'émission télévisée « Samira Morning », diffusée sur la chaîne Samira TV. Cette émission de divertissement est essentiellement présentée en arabe dialectal."

L'un des objectifs principaux de cette étude consiste à décrire le phénomène du contact de langues. En outre, ce qui nous a spécialement incités à travailler sur ce corpus est la constatation que l'émission "Samira Morning", selon nos observations, représente un espace où plusieurs langues circulent, notamment l'arabe dialectal, la langue de l'émission et le français, dont l'usage est particulièrement dominant. Ces diverses utilisations sont influencées à la fois par les comportements linguistiques multidimensionnels des invités et par l'instance de réception qui est supposée être multilingue.

À travers une analyse approfondie des données télévisuelles, elle explore la problématique suivante : comment les médias peuvent-ils refléter et contribuer à influencer les attitudes linguistiques des téléspectateurs algériens ?

Pour éclairer cette problématique, nous posons comme prémisse les hypothèses suivantes :

- Les animateurs de l'émission "Samira Morning" pourraient alterner entre différentes langues (arabe, français et des fois anglais) en fonction du sujet discuté, de leur compétence linguistique et de leur audience.
- Les choix sémiotiques de l'émission "Samira Morning", tels que l'aménagement spatial, les décors et les éléments visuels, reflèteraient et influenceraient les pratiques linguistiques et les dynamiques sociolinguistiques en Algérie.
- Les médias pourraient potentiellement refléter et influencer les attitudes linguistiques ainsi que les normes sociolinguistiques au sein de la société algérienne à travers leurs pratiques langagières.

Ce phénomène de contact de langues est une caractéristique notable de l'expression linguistique des participants de l'émission "Samira Morning" diffusée chaque matin de 8 :30h à 10 :00h.

Dans cette étude relevant du domaine de la sociolinguistique, notre intérêt se porte sur le phénomène du contact de langues, où celles-ci sont souvent utilisées de manière interchangeable.

La notion de contact de langues est définie par (Moreau, 1997) comme

Toute situation dans laquelle une présence simultanée de deux langues affecte le comportement langagier d'un individu ou d'une communauté linguistique. Elle est au cœur du changement et de la variation linguistiques, en diachronie comme en synchronie et s'inscrit dans des espaces aux frontières mouvantes, variables au gré des migrations, mais aussi des ouvertures et des fermetures économiques, culturelles ou des projets politiques (colonisation, domination culturelle extérieure...)

Le contact des langues constitue l'un des principaux domaines d'étude de la sociolinguistique. Ce phénomène se produit lorsqu'un individu utilise simultanément deux ou plusieurs systèmes linguistiques. Ce concept a été introduit pour la première fois par WEINREICH (1953) dans son ouvrage "Langage in contact".

Ainsi, nous envisageons d'abord une étude descriptive et sémiotique de notre corpus, où nous chercherons à décrire ce phénomène en relation avec les données socioculturelles des participants.

Ensuite, nous procéderons à une analyse sociolinguistique afin d'observer et d'expliquer l'utilisation simultanée des langues.

Voici l'organisation prévue pour notre travail :

- La présente introduction générale comprend la présentation, la problématisation et la contextualisation de notre étude.
- Le premier chapitre de cette étude se concentrera sur une présentation détaillée de l'émission "Samira Morning", diffusée sur Samira TV, choisie comme principal objet d'analyse. Nous examinerons les raisons qui ont motivé ce choix. Nous présenterons également une sélection spécifique de vidéos de l'émission, choisies pour leur représentativité et leur pertinence dans notre analyse des pratiques linguistiques et sémiotiques. Ensuite, nous explorerons les langues utilisées dans "Samira Morning" pour comprendre comment ces choix linguistiques contribuent à façonner les identités culturelles et sociales au sein de l'émission. Nous procéderons à une analyse approfondie du corpus sous une perspective sémiotique, en explorant particulièrement la relation entre la sémiotique et la publicité. De plus, nous fournirons une description détaillée du plateau de l'émission "Samira Morning", en analysant l'agencement spatial, les décors et les éléments visuels qui influencent l'ambiance générale et les interactions entre les participants. Enfin, nous mènerons une analyse sémio-discursive de quelques images utilisées dans le cadre de l'émission.
- Dans le second chapitre, nous analyserons les séquences et les passages extraits du corpus pour étudier le phénomène d'alternance codique. Nous mettrons l'accent sur les deux typologies proposées par POPLACK et GUMPERZ.
- Enfin, une conclusion générale qui résumera les résultats de notre étude.

Chapitre 01

*Étude descriptive de l'émission « SAMIRA
MORNING» et analyse sémiotique du corpus.*

Dans ce chapitre, nous nous concentrerons sur une description approfondie de notre corpus, l'émission "Samira Morning". Nous détaillerons son format, ses thématiques récurrentes et son rôle dans la diffusion d'informations, de divertissement et de messages commerciaux à travers le prisme de la télévision algérienne.

Ensuite, nous approfondirons notre exploration du champ médiatique algérien à travers l'étude de l'émission télévisée "Samira Morning". Nous commencerons par dresser le paysage médiatique en Algérie, mettant en lumière son impact sur la société contemporaine.

En parallèle, nous entreprendrons une analyse sémiotique des images publicitaires diffusées au sein de "Samira Morning". Chaque image sera scrutée à travers ses signes visuels, les messages sous-jacents qu'elle véhicule, illustrant ainsi comment ces publicités utilisent des stratégies visuelles pour captiver et persuader leur audience.

Ce chapitre vise à approfondir notre compréhension de l'impact et de l'influence de "Samira Morning" dans le paysage médiatique algérien, tout en explorant comment les images publicitaires intégrées à l'émission reflètent et façonnent les perceptions culturelles et sociales au sein de la société algérienne contemporaine.

1 La présentation du corpus :

1.1 La présentation de l'émission :

"Samira Morning" est une émission télévisée animée par des journalistes, notamment HOR Zahida, AISSAOUI Amel, BENAMAR Riyad et MAHAMSADJI Adel. Diffusée quotidiennement de 08:30 à 10:00 sur la chaîne Samira TV, elle dure environ une heure et demie. Très populaire en Algérie avec un taux de visionnage de 4.8K, l'émission se concentre sur le partage de conseils pratiques et de solutions dans divers domaines tels que la culture, la beauté, la santé, le sport, le développement personnel et l'art. Dirigée par des experts renommés (des médecins, coachs sportifs, des chefs cuisiniers...), elle aborde des sujets variés comme la nutrition, l'activité physique, la prévention des maladies, les traitements médicaux et les avancées récentes dans le domaine médical.

L'objectif de "Samira Morning" est d'éduquer et d'informer les téléspectateurs en leur fournissant des informations concrètes, des conseils pratiques et des récits inspirants pour les aider à mener une vie plus enrichissante.



Figure 01 : animateurs de l'émission "Samira Morning"

1.2 La motivation du choix de l'émission :

Nous avons opté pour l'émission "Samira Morning" parmi toutes les émissions télévisées algériennes car elle nous offre des informations pertinentes pour améliorer notre quotidien. Cette émission valorise d'abord le talent et la créativité des participants, leur fournissant une plateforme pour exprimer leurs compétences dans divers domaines. De plus, elle célèbre la diversité culturelle, artistique et linguistique en Algérie, mettant en avant les accents et les traditions régionales. C'est ce mélange linguistique et sémiotique qui a motivé notre choix pour cette étude. À travers ce travail, nous explorons les pratiques langagières et le phénomène de métissage des mots, en particulier la place de la langue française dans la scène sociolinguistique influencée par les médias algériens. Cela vise à sensibiliser le public à la richesse de la diversité linguistique et sémiotique du pays. Enfin, "Samira Morning" offre un divertissement captivant tout en inspirant les téléspectateurs à intégrer les informations essentielles à une vie quotidienne épanouie.

1.3 La description de la scène de l'émission :

L'émission est produite par Samira TV dans un studio de télévision à Alger. Le plateau de communication est soigneusement décoré et moderne, avec un décor beige qui évoque le confort. Dès l'entrée, on remarque des fauteuils disposés en forme de demi-cercle en beige, où les animateurs et leurs invités prennent place. Des espaces sont également dédiés aux différentes rubriques de l'émission. Le sol, quant à lui, est en blanc. Chaque jour, un thème est exploré en fonction des invités et de leurs spécialisations.

Le plateau est divisé en différents coins ou sections consacrées à chaque rubrique de l'émission : cuisine, beauté, artisanat... Chaque coin est aménagé de manière distincte pour refléter le thème correspondant. Par exemple, le coin cuisine a des éléments décoratifs liés à la gastronomie, tandis que le coin beauté inclut des miroirs et des accessoires de maquillage. Cette organisation spatiale permet une fluidité dans le déroulement de l'émission tout en créant des transitions visuelles claires entre les différentes parties du programme.



Figure 02 : scène de l'émission "Samira Morning"

1.4 La description des vidéos sélectionnées de l'émission :

Notre corpus est constitué de 17 passages oraux extraits de (03) épisodes différents, que nous décrivons ainsi :

Le premier épisode que nous avons choisi est celui qui fut diffusé le 19/02/2024 sur la chaîne Samira Tv et publié sur YouTube le jour même. Cet épisode dure une heure et 04 minutes, présenté par deux animateurs : BENAMAR Riyad et SAADAOUI Amel, cet épisode aborde le thème de l'arthrose. À ce jour, le 13/03/2024 la vidéo a été visionnée 2003 fois et a reçu 46 likes, Il est caractérisé par la participation de plusieurs invités spécialisés dans des domaines différents :

Assia : Cheffe cuisinière et maître restauratrice algérienne.

Nouri Dhiaa Eddine : Coach sport santé et bien-être.

Abdelli Abdelhak : kinésithérapeute.

Alleche Wissem: make-up et hair artiste.

Ait Aissa Amel : artisane algérienne.



Description



سميرة Morning | الالتهاب المفصلي - رياض بن عمر
و آمال سعداوي

48
J'aime

2 003
vues

19 févr.
2024

Figure 03 : Premier épisode sélectionné à l'analyse

Le deuxième épisode que nous avons sélectionné est celui qui était diffusé le 21/02/2024 et publié sur YouTube le même jour. Cet épisode qui dure une heure et 08 minutes, présenté par les deux animateurs SAADAOUI Amel et BENAMAR Riyad, cet épisode traite du syndrome métabolique. À la date du

16/03/2024, la vidéo a été visionnée 1894 fois et a reçu 37 likes. Il présente la participation de plusieurs invités spécialisés dans divers domaines :

Nouri Dhiaa Eddine : coach sport et bien-être.

Nacéri Khaoula : nutritionniste spécialiste

Belaid Sara : spécialisée dans la fabrication de savons et cosmétiques

Ait Aissa Amel : artisane algérienne

Ouamane Hanane : artisane spécialisée dans la fabrication de cosmétiques thérapeutiques et cosmétiques



Description

سميرة Morning | متلازمة الأيض - رياض بن عمرو - آمال سعداوي

32
J'aime

1 894
vues

21 févr.
2024

Figure 04 : deuxième épisode sélectionné.

Le dernier épisode choisi par nous, est l'épisode qui est diffusé le 25/02/2024 et publié sur YouTube le jour même. Cet épisode présenté par deux animateurs, et dure une heure et 17 minutes. cet épisode porte sur le traitement des enfants. Jusqu'au 22/03/2024, la vidéo a été visionnée 3789 fois et a obtenu 64 likes. Il se distingue par la présence de plusieurs invités spécialisés dans divers domaines selon les rubriques :

Zemouri Aymen: chef cuisinier

Ait Aissa Amel : artisane algérienne

Ikram : make-up et hair artiste

Khedimi Ibrahim : coach sport et bien être

Ait khelifa Samira: spécialiste psychologue



Description



سميرة Morning | التعامل مع الأطفال | عادل
محمصاجي و أمال سعداوي

64
J'aime

3 789
vues

25 févr.
2024

Figure 05 : troisième épisode sélectionné.

1.5 La description des langues utilisées dans l'émission :

Dans notre corpus, nous avons identifié trois langues couramment utilisées : le français, l'arabe dialectal et l'arabe classique. Dans le cadre de l'émission Samira Morning, nous avons observé que les animateurs et les invités alternent fréquemment entre l'arabe et le français. Cette pratique est largement répandue dans les échanges verbaux au sein de l'émission. Il est fascinant de constater comment ces langues s'entremêlent et coexistent harmonieusement tout au long de l'émission.

2 Le champ médiatique algérien :

Le paysage médiatique en Algérie reflète une diversité linguistique notable, résultant de la complexité et de la richesse linguistique du pays. Cette diversité se manifeste à travers l'usage de quatre langues principales : l'arabe classique, les dialectes arabes, l'anglais et le français. Cette situation multilingue est omniprésente tant dans les médias écrits que dans les médias audiovisuels, où elle se traduit par des interactions entre ces langues et divers phénomènes linguistiques.

Notamment à la radio et à la télévision, ces langues sont utilisées de manière à refléter le plurilinguisme caractéristique de l'Algérie. Ce phénomène linguistique complexe et dynamique influence non seulement la communication quotidienne des Algériens, mais également la manière dont les messages sont diffusés et reçus à travers les divers médias. L'interaction entre ces langues sur les plateformes médiatiques contribue à façonner une identité culturelle et linguistique unique, illustrant la diversité et la vitalité des pratiques langagières dans le contexte algérien contemporain.

2.1 Le discours journalistique/ médiatique :

Un journaliste s'engage toujours dans la quête de l'information, l'analyse et la présente dans un discours journalistique qui est une construction basée sur le monde, mais non pas une représentation directe du monde lui-même. Comme le dit, *Le sens n'est jamais donné par avance, il est construit par l'action langagière de l'homme en situation d'échange sociale.* Patrick Charaudeau, *Le discours d'information médiatique*, p. 40.

Avant d'être diffusée, l'information est obtenue à partir de sources spécifiques. Les journalistes recueillent des témoignages, prennent en compte des déclarations afin de transmettre l'information sous forme de discours rapporté, en se basant parfois sur d'autres auteurs que les journalistes eux-mêmes. Ainsi, ce qui distingue le discours journalistique est son recours aux discours rapportés pour garantir la crédibilité de la source et, par conséquent, l'exactitude de l'information.

2.2 La publicité :

La publicité est une stratégie de communication visant un public cible dans le but de le persuader d'acheter un produit ou d'utiliser un service. Elle remplit un double

rôle en cherchant à promouvoir une marque spécifique et à stimuler les besoins du consommateur.

Les objets promus peuvent être des biens matériels (produits physiques), des services immatériels ou même des entités institutionnelles telles que des marques. Ainsi, la publicité consiste à présenter un produit ou un service au public pour influencer favorablement ses décisions d'achat.

Trois éléments clés contribuent au succès de la publicité : l'information précise sur le produit ou le service, l'utilisation de stimuli rationnels pour convaincre le consommateur, et la création d'une intensité émotionnelle ou d'un attrait visuel qui attire et retient l'attention. Comme le dit *l'ensemble des actions mises en œuvre par une entreprise commerciale ou industrielle pour se faire connaître et communiquer sur ses produits et/ou prestations afin d'en promouvoir la vente*, BISKRI Yousra, L'apport de l'image humoristique des affiches publicitaires de santé dans l'apprentissage/assimilation du message : cas du FLE, p31.

2.3 L'image publicitaire :

L'image est envisagée comme un outil d'expression très important de la communication visuelle. Elle se présente comme un support de communication et d'information de format variable et tend à capter le regard d'une cible en particulier et de la persuader à acheter le produit objet de publicité. Nous pouvons ajouter que :

C'est un segment très important dans la communication visuelle, qui doit s'intégrer aux paysages urbains et attirer l'attention sur le message diffusé. Le format de l'affiche publicitaire peut être constitué de messages verbaux (texte, slogan) et de messages visuels représentant une marque, un produit,...etc. OBOUKHELIF Sonia et BOUKOUCHA Samira, op.cit., p.27.

Il en ressort que l'image publicitaire est conçue ainsi comme un média publicitaire et une image motivante dans la publicité visuelle.

2.3.1 Les composantes de l'image publicitaire :

Le support publicitaire, de par sa variabilité de formats, véhicule une diversité d'informations. Il se compose de deux messages distincts : un message verbal comprenant l'accroche, le slogan, la signature et le logo, ainsi qu'un message non verbal représenté par l'image.

Pour transmettre efficacement le message publicitaire, plusieurs éléments doivent être pris en considération :

2.3.1.1 Le titre :

Qui constitue la partie la plus cruciale de toute publicité. Il est recommandé de ne pas inclure le nom du produit dans le titre afin de faciliter la mémorisation de la marque. Un titre court est préférable, et il est conseillé de ne pas terminer par un point, car les publicités les plus efficaces évitent cette terminaison.

Selon GARY AMSTRONG¹³, un titre sous forme de question incite les lecteurs à continuer leur lecture pour trouver la réponse dans la publicité. À l'inverse, un titre long est plus difficile à mémoriser et peut devenir pesant et ennuyeux pour le consommateur.

2.3.1.2 L'image :

Joue un rôle crucial dans la publicité. Les études montrent qu'une photo est plus efficace qu'un dessin, surtout lorsque la crédibilité est en jeu. La présence d'une image aide à la mémorisation du produit, et il est conseillé d'utiliser une photo occupant une grande partie de l'espace publicitaire, avec un plan rapproché et une vue de face pour mieux cibler l'audience.

2.3.1.3 L'accroche :

Doit être adaptée : un texte long est approprié pour les produits techniques, tandis qu'un texte court laisse place aux graphismes et se lit plus rapidement. Le langage utilisé doit être simple et direct, mettant l'accent sur les arguments publicitaires et les avantages, de préférence de manière émotionnelle et centrée sur le prix.

2.3.1.4 Le langage :

Doit également être simple et éviter la complexité pour ne pas perdre les lecteurs. L'utilisation du pronom personnel "vous" au lieu de "nous" est recommandée, et l'annonce devrait inspirer le lecteur à un niveau personnel.

Enfin, il est essentiel de respecter **la règle des tiers** (un tiers pour le texte, un tiers pour le graphique et un tiers de blanc), car des graphismes forts véhiculent un message fort.

2.4 La relation entre la sémiotique et la publicité :

La sémiotique, en tant qu'étude des signes et de leur signification, joue un rôle crucial dans le domaine de la publicité. Voici comment la sémiotique est étroitement liée à la publicité :

La sémiotique permet d'analyser les signes et symboles utilisés dans les annonces publicitaires. Chaque élément visuel, chaque slogan, chaque couleur et chaque image dans une publicité est choisi pour transmettre un message spécifique au consommateur. La sémiotique aide à décoder ces éléments pour comprendre comment ils contribuent à la signification globale de la publicité.

Les publicités ne sont pas simplement des informations factuelles, mais des constructions de sens complexes. La sémiotique examine comment les publicitaires utilisent des signes linguistiques, visuels, sonores et gestuels pour créer des associations de sens qui influencent les perceptions et les comportements des consommateurs.

Roland Barthes, un théoricien de la sémiotique, a introduit l'idée que la publicité crée des mythologies modernes. Cela signifie que les publicités construisent des narrations symboliques qui vont au-delà de la simple promotion d'un produit pour incarner des valeurs culturelles, des aspirations sociales et des identités personnelles. La sémiotique aide à déchiffrer ces couches de signification et à comprendre comment elles interagissent avec les contextes culturels et sociaux.

La sémiotique aide à comprendre comment les consommateurs interprètent les messages publicitaires. Les théories sémiotiques examinent comment différents publics peuvent attribuer des significations diverses aux mêmes signes, en fonction de leurs expériences culturelles et de leurs références symboliques.

Enfin, la sémiotique permet également une critique des pratiques publicitaires. Elle permet d'analyser comment les publicités peuvent véhiculer des stéréotypes, perpétuer des normes culturelles ou manipuler émotionnellement les

consommateurs. Cette dimension critique est importante pour évaluer l'impact éthique et social de la publicité dans la société contemporaine.

3 La sémiotique

La sémiotique constitue une approche interdisciplinaire des sciences humaines, influençant profondément les études littéraires, linguistiques, anthropologiques, philosophiques et esthétiques depuis le début du XXe siècle. Cette discipline s'efforce d'unifier ces domaines divers en leur apportant une cohérence méthodologique et ontologique, malgré leurs différences apparentes.

Charles Sanders Peirce définit la sémiotique comme suit : *La sémiotique est l'étude des signes, ou l'ensemble des doctrines concernant la nature et l'emploi des signes.* (Charles Sanders Peirce), (What Is a Sign?) 1998, p.

3.1 Les types de la sémiotique :

La sémiotique se divise en plusieurs types, chacune focalisée sur des aspects spécifiques des signes et de leur utilisation. Ces branches permettent une analyse approfondie et diversifiée des processus de signification dans différents contextes.

3.1.1 Sémiotique discursive :

La sémiotique discursive se penche sur la construction et la transmission des significations à travers les textes et les discours. Son objectif principal est d'examiner les structures narratives, les éléments lexicaux et les relations syntaxiques afin de saisir la manière dont un message est exprimé et interprété dans un environnement spécifique. Cette méthode étudie aussi les techniques rhétoriques et les représentations stylistiques employées afin d'influencer les perceptions et les attitudes des lecteurs ou des auditeurs. Selon J. Fontanille, la sémiotique discursive : *étudie la manière dont les significations sont produites, transformées et transmises dans les pratiques discursives et textuelles.*

3.1.2 Sémiotique pragmatique :

La sémiotique pragmatique se concentre sur l'emploi des signes dans des situations réelles de communication. Son étude porte sur l'utilisation des signes (mots, gestes, symboles) pour réaliser des actes de communication particuliers, en

prenant en considération les intentions des locuteurs, les attentes des destinataires et les conditions ambiantes. Cette méthode se concentre sur les fonctions de communication des signes et sur l'impact des interactions sociales et des situations concrètes sur la création et l'interprétation des messages. Selon John. L Austin « *Dire quelque chose, c'est faire quelque chose ; ou en disant quelque chose, nous faisons quelque chose ; et même en disant quelque chose, nous faisons quelque chose.* »¹

Cette citation est extraite de son livre intitulé "Quand dire, c'est faire", où Austin élabore la théorie des actes de langage, qui est indispensable à la sémiotique pragmatique, en démontrant comment les énoncés peuvent réaliser des actions communicatives dans des situations réelles.

La sémiotique discursive et la sémiotique pragmatique ont été employées dans notre analyse du corpus afin de mieux comprendre les avis et les expériences partagés. À titre d'illustration, nous avons étudié la variation entre l'arabe algérien et le français dans les textes, ce qui met en lumière des aspects culturels et identitaires particuliers. De plus, nous avons étudié comment les évaluations subjectives étaient manifestées par les sélections lexicales et syntaxiques.

Grâce à la combinaison de ces deux approches, nous avons pu avoir une vision d'ensemble des interactions linguistiques et culturelles présentes dans notre corpus, ce qui a enrichi notre analyse des expériences partagées.

3.1.3 La sémiotique visuelle :

La sémiotique visuelle se concentre sur l'étude des images et des signes visuels, analysant comment ils communiquent des significations et influencent les perceptions. Cette approche est cruciale pour comprendre les messages complexes et les significations multiples véhiculés par les éléments visuels dans divers contextes. Comme le souligne Roland Barthes : *L'image visuelle possède ses propres codes et conventions, distincts mais parfois analogues à ceux du langage verba*¹ Cette citation met en évidence l'importance de décoder les images pour saisir les nuances de la communication visuelle.

3.2 L'analyse sémiotique :

L'analyse d'une image est essentielle car tout type d'image possède intrinsèquement un enseignement à offrir. Ce message visuel communique à travers son langage spécifique, ses codes distincts, et remplit souvent plusieurs fonctions telles que la communication, la persuasion, la critique, et bien d'autres.

Contrairement au slogan, qui peut sembler déconnecté de l'image à première vue, sa signification est profondément liée au contexte dans lequel il est présenté. En effet, les significations potentielles d'une affiche sont influencées de manière significative par le contexte dans lequel elle est affichée. Le slogan ne s'ancre pas nécessairement dans le contenu visuel de l'affiche, mais plutôt dans le contexte global. Les spectateurs qui regardent ces affiches sont replacés dans leur environnement, leur situation, ce qui renforce la fonction particulière d'ancrage du slogan.

Une typographie spécifique, par exemple longue et en hauteur, peut visuellement renforcer une impression de verticalité. L'utilisation de la deuxième personne du pluriel dans l'injonction adresse chacun individuellement tout en maintenant une politesse générale, comme l'indique le choix du pluriel dans la conjugaison.

le premier (sémiotique) d'origine Américaine, est le terme canonique qui désigne la sémiotique 6 JOLY Martine, Introduction à l'analyse de l'image, 2eme édition, Armand colin, 2009, p 33. 7 JOLY Martine, « l'image et les signes », 2eme édition, Armand colin, Paris, 2011, P 41. Chapitre 1 Outils théoriques sémiotique et publicité 12 comme philosophie des langages. L'usage du second (la sémiologie) d'origine européenne, est plutôt compris comme l'étude des langages particuliers (image, gestuelles, théâtre, etc.). (JOLY Martine), (op.cit, p 30).

Cette analyse repose sur plusieurs concepts clés :

3.2.1-Les signes :

Les signes constituent les éléments fondamentaux de l'analyse sémiotique, qu'ils soient des mots, des images, des gestes, des objets, etc. Il y a deux parties à chaque signe : le signifiant (la forme visible du signe) et le signifié (le concept ou l'idée qui lui est associé).

3.2.2-Les codes :

Les codes sont des normes et des conventions qui gouvernent l'usage et l'interprétation des signes au sein d'une culture spécifique. Prenons l'exemple du code vestimentaire, du code de la route, du code de conduite sociale, et ainsi de suite.

3.2.1 La théorie de connotations :

Selon cette théorie, les signes ont des significations implicites et symboliques, en analysant les liens culturels, sociaux et historiques qui leur sont associés. À titre d'exemple, le rouge peut être associé à la passion, au danger ou à la colère en fonction du contexte culturel.

4 Déroulement de l'émission :

L'émission Samira Morning suit un déroulement structuré qui débute par une introduction chaleureuse et des salutations des animateurs Benamar Riyad et Saadaoui Amel. Ensuite, elle se poursuit avec différentes rubriques qui couvrent une variété de thèmes tels que la cuisine, la beauté, l'artisanat, et d'autres sujets d'actualité ou culturels. Chaque rubrique est soigneusement organisée pour explorer et approfondir les aspects spécifiques de chaque domaine, tout en permettant aux invités d'apporter leurs expertises et points de vue. Cette structuration garantit une émission dynamique et enrichissante pour les téléspectateurs, offrant à chacun une diversité de contenus et d'informations pertinentes.

4.1 Les rubriques de l'émission

Le plateau est organisé de façon que chaque rubrique a son propre espace

4.1.1 La rubrique Kouzinetna



Figure 06 : le coin de la rubrique Kouzinetna

La rubrique « Kouzinetna » de l'émission « Samira Morning » est animée par la chef cuisinière Assia. Dans cette rubrique, Assia partage avec les animateurs et les invités des recettes quotidiennes simples et rapides à préparer.

4.1.2 La rubrique Etharrak Fi Darek



Figure 07 : la salle de sport FlexOn de la rubrique Etharrak fi darek

"Etharrak Fi Darek" est la deuxième rubrique de l'émission, ce qui signifie "bouge chez toi". C'est une rubrique sportive animée par le coach Nouri Dhiaa Eddine,

cette rubrique est bien plus qu'une simple rubrique sportive ; elle joue un rôle vital dans l'encouragement des modes de vie sains, la sensibilisation à l'activité physique régulière et la promotion du bien-être général des téléspectateurs.

4.1.3 La rubrique Essaha Hiya Sah



Figure 08 : Médecin invité dans la rubrique Saha hira sah

La rubrique "Essaha Hiya Sah" (La santé est la plus importante) revêt une importance cruciale au sein de l'émission. Chaque jour, cette rubrique met en lumière une maladie particulière en invitant des médecins spécialisés à discuter en profondeur de divers aspects liés à ces affections. Elle joue un rôle crucial en matière de sensibilisation, d'éducation et de soutien dans le domaine de la santé, apportant une valeur ajoutée significative à l'émission en abordant des questions de santé pertinentes et en fournissant des informations médicales essentielles au public.

4.1.4 La rubrique Be Beauty



Figure 09 : le coin de la rubrique Be Beauty

La rubrique "Be Beauty" se positionne comme une ressource incontournable pour le jeune public en proposant des astuces de beauté simples et rapides. Animée par Allech Wissem, ce segment de l'émission offre des conseils pratiques et accessibles qui visent à aider les téléspectateurs à améliorer leur apparence et à prendre soin d'eux-mêmes efficacement. En mettant l'accent sur des techniques faciles à appliquer, "Be Beauty" encourage une approche positive de la beauté et du bien-être, tout en fournissant des solutions adaptées aux besoins quotidiens de son audience.

4.1.5 La rubrique Fan wa Ibdæ



Figure 10 : le coin de la rubrique Fan wa ibdae

La rubrique "Fan wa Ibdæ" (Art et créativité) est dédiée aux créations faites à la main, comme son nom l'indique. Ce segment met en avant des œuvres artistiques, des projets artisanaux et des créations originales réalisées par des artisans et des artistes talentueux. Elle célèbre la créativité sous toutes ses formes, en mettant en lumière des techniques artistiques variées, des métiers traditionnels et des innovations artistiques contemporaines. "Fan wa Ibdæ" offre ainsi une plateforme pour inspirer, éduquer et promouvoir l'artisanat et les arts visuels au sein de l'émission, captivant et enrichissant ainsi son public par la beauté et la diversité des créations manuelles présentées.

5 L'analyse sémiotique du corpus

5.1 L'analyse du logo de l'émission.



Figure 11 : le logo de l'émission

Le logo de l'émission 'Samira Morning' se présente avec le nom de l'émission écrit en lettres majuscules, placées au centre d'un ciel bleu serein. À l'intérieur du 'O' de 'Morning', un soleil stylisé émerge, symbolisant le matin et ajoutant une touche vivante à l'ensemble. Les couleurs principales du logo sont le jaune lumineux, le bleu apaisant et l'orange chaleureux, qui évoquent l'énergie et la positivité associées au début de la journée. Le nom 'Samira Morning' est écrit en blanc, créant un contraste net et assurant une lisibilité claire, renforçant ainsi l'identité visuelle dynamique et accueillante de l'émission.

5.2 L'analyse de la scène de l'émission :



Figure 12 : la scène de l'émission

Benamar Riyad, en tant qu'animateur principal, assume un rôle de leadership et de médiation. Son rôle consiste à orchestrer le déroulement de l'émission en introduisant les rubriques, en facilitant les transitions et en donnant la parole aux invités. Saadaoui Amel, quant à elle, complète cette dynamique en apportant son propre style et en contribuant à l'interaction avec les invités.

Chaque rubrique représente une unité sémiotique distincte qui explore un aspect particulier de la vie quotidienne, de la culture ou de l'actualité. Par exemple, la rubrique sur la cuisine peut non seulement partager des recettes mais aussi véhiculer des traditions culinaires et des valeurs culturelles. La diversité des rubriques permet à l'émission de toucher un large éventail d'audience tout en offrant une expérience variée et enrichissante.

5.2.1 Les Couleurs

La couleur beige est souvent associée à la neutralité, à la simplicité et à l'élégance. Dans le cadre de l'émission, si le sol est en beige, cela peut créer une atmosphère chaleureuse et accueillante, tout en restant discrète pour ne pas distraire l'attention des animateurs et des invités. Le choix du beige peut aussi évoquer un lien avec la nature, offrant une toile de fond qui met en valeur les autres éléments visuels et humains.

Quant à la couleur blanche est généralement associé à la pureté, à la clarté et à la propreté. En télévision, il est souvent utilisé pour ses qualités lumineuses, aidant à

illuminer l'espace et à renforcer la visibilité des animateurs et des invités. Dans "Samira Morning", le blanc peut être présent dans les décors, les murs ou les éléments de mobilier, contribuant ainsi à créer une ambiance propre et rafraîchissante.

Le vert est souvent connoté avec la nature, la fraîcheur et parfois la santé. En télévision, il peut être utilisé pour créer un contraste agréable avec d'autres couleurs ou pour symboliser la vie et la vitalité. Si les fleurs dans l'émission sont vertes, cela peut renforcer l'idée de fraîcheur et de nature, ajoutant une touche visuelle harmonieuse et apaisante à l'environnement du plateau.

5.2.2 Les Fleurs

Les fleurs sont des éléments visuels symboliques qui peuvent ajouter de la couleur, de la texture et de la vie à l'environnement de l'émission. Le choix des fleurs vertes, par exemple, peut suggérer une connexion avec la nature et peut être utilisé pour apporter une atmosphère de fraîcheur et de tranquillité. En sémiotique, les fleurs peuvent aussi avoir des connotations culturelles ou symboliques spécifiques selon leur type et leur arrangement. Leur présence sur le plateau peut également ajouter une dimension esthétique et symbolique à l'émission, renforçant ainsi son identité visuelle et son ambiance générale.

5.2.3 Le Sol

Le sol en beige peut servir de toile de fond neutre qui met en valeur les autres éléments visuels du plateau, y compris les animateurs, les invités et les décors. En sémiotique, la couleur du sol peut influencer la perception de l'espace, créant une ambiance plus chaleureuse et accueillante ou plus formelle et professionnelle selon les intentions des concepteurs. Le beige, par sa neutralité, permet également de maintenir l'attention sur les contenus présentés à l'écran sans distraire le public.

5.2.4 Les tables

L'analyse sémiotique des tables en forme de demi-cercle dans l'émission "Samira Morning" révèle leur rôle significatif dans la facilitation de la communication visuelle, la gestion des interactions sociales et l'esthétique globale du plateau. Cette disposition n'est pas simplement fonctionnelle mais porte aussi des connotations symboliques et culturelles qui contribuent à façonner l'expérience des téléspectateurs et à renforcer l'identité visuelle de l'émission

5.3 Analyse des coins des rubriques et des publicités des sponsors

5.3.1 L'analyse du coin de la rubrique fan wa ibdae



Figure 13 : le coin de la rubrique fan wa ibda

Cette rubrique célèbre ; art et la créativité à travers des présentations d'œuvres artisanales et artistiques, les œuvres d'art sont mises en valeur à travers des plans esthétiques qui captent les détails et les textures, des couleurs vives et des décors artistiques sont utilisés pour refléter la diversité des expressions artistiques présentées.

L'image publicitaire présente une marque de fournitures scolaires, mettant en vedette l'artisane Amel Ait Aissa de la rubrique "Fan Wa Ibdæ" (Art et Créativité)

L'image publicitaire capturée dans l'émission présente une scène où l'artisane Amel Ait Aissa utilise les produits de la marque techno de fournitures scolaires pour créer une œuvre artistique sur un sac à main. Voici une analyse détaillée de cette publicité :

Contenu visuel :

Artisane Amel Ait Aissa : L'utilisation de cette figure connue de la rubrique "Art et Créativité" apporte une crédibilité et une expertise dans l'utilisation des produits de la marque. Son implication dans le processus créatif renforce l'association des produits avec l'art et la créativité.

Produits Techno : Les fournitures scolaires de la marque sont disposées de manière visible et ordonnée sur la table. Cette disposition montre la diversité et la

qualité des produits offerts par la marque, tout en mettant en avant leur utilisation pratique dans des projets créatifs.

Création artistique : L'artisane utilise les produits de la marque pour dessiner ou décorer un sac à main, démontrant ainsi leur polyvalence et leur potentiel créatif. Cela montre aux spectateurs comment les produits peuvent être utilisés dans des applications réelles et inspirantes.

Cette publicité dans l'émission "Samira Morning" utilise efficacement l'expertise artistique d'Amel Ait Aissa pour démontrer les capacités des produits de la marque de fournitures scolaires. Elle vise à éduquer, inspirer et convaincre les spectateurs de l'utilité et de la qualité des produits, tout en renforçant l'image de la marque dans le domaine de l'art et de la créativité.

5.3.2 Analyse du coin de la rubrique Be Beauty



Figure 14 : Le coin de la rubrique Be Beauty

Animée par Allech Wissem, cette rubrique offre des conseils de beauté pratiques et accessibles. Les produits de beauté et les techniques sont démontrés visuellement avec des gros plans sur les produits et les gestes. Des couleurs douces et des éléments esthétiques sont utilisés pour promouvoir une esthétique positive et accessible. L'image publicitaire présente la marque de produits cosmétiques "Venus", avec la makeup artiste Wassila Alleche dans la rubrique "Be Beauty" de l'émission :

Wassila Alleche est mise en avant dans la rubrique "Be Beauty", positionnée comme une experte en beauté. Son implication dans la publicité renforce l'expertise de la marque dans le domaine des cosmétiques et de la beauté.

Les produits cosmétiques de la marque Venus sont présentés de manière stratégique autour de Wassila Alleche. Cela inclut des gels nettoyants, masques pour le visage, gommages, gels douches, brumes, démaquillants, crèmes solaires et d'autres outils de soins. La mise en scène montre la diversité et la qualité des produits offerts par la marque.

Cette publicité met en valeur la marque de cosmétiques Venus à travers l'expertise de Wassila Alleche dans la rubrique "Be Beauty". Elle utilise efficacement son influence pour démontrer l'efficacité, la qualité et la polyvalence des produits cosmétiques Venus, tout en inspirant les spectateurs à explorer et à adopter ces produits dans leur propre routine beauté.

5.3.3 L'analyse du coin de la rubrique Kouzinetna



Figure 15 : Le coin de la rubrique Kouzinetna

Animée par la chef cuisinière Assia, cette rubrique se concentre sur la cuisine et présente des recettes simples et rapides à préparer.

L'élément visuel central est la cuisine elle-même, où Assia démontre les étapes de préparation des plats. Les plans de caméra sont souvent rapprochés pour montrer les détails des ingrédients et des techniques de cuisine.

La musique de fond peut être utilisée pour créer une ambiance chaleureuse et accueillante, renforçant l'idée de convivialité autour de la nourriture. Les couleurs vives et chaleureuses dans la cuisine contribuent à l'atmosphère accueillante et confortable. Le décor peut inclure des éléments traditionnels ou modernes, selon le style de la rubrique.

La publicité met en avant les marques Cotex (papier essuie-tout) et Mama (produits alimentaires à base de blé), avec une cheffe cuisinière utilisant ces deux produits dans sa recette.

La cheffe cuisinière est mise en avant dans l'image, illustrant son expertise culinaire. Elle est en train de préparer une recette de Bastilla et une Salade Marguerite mettant en valeur les produits de la marque Mama, les produits Mama (couscous, farine, semoule, etc.) sont également mis en avant sur le plan de travail ou dans des contenants, montrant leur qualité et leur variété.

Les produits Cotex, notamment le papier essuie-tout, sont visibles dans l'image, utilisés par la cheffe cuisinière pendant la préparation de la recette. Cela montre l'utilité pratique du produit dans la cuisine et souligne son rôle dans le maintien de la propreté et de l'efficacité pendant la cuisson.

Cette publicité crée une synergie entre Cotex et Mama en les associant dans un cadre culinaire. Elle montre comment les deux marques peuvent être utilisées ensemble de manière complémentaire dans la cuisine quotidienne, renforçant ainsi leur utilité et leur praticité pour les consommateurs. En montrant les produits utilisés de manière pratique et accessible, la publicité vise à rendre les marques Cotex et Mama familières et essentielles dans la vie quotidienne des consommateurs. Elle les positionne comme des choix fiables pour les besoins domestiques et culinaires.

Cette publicité pour les marques Cotex et Mama utilise la figure d'une cheffe cuisinière pour démontrer l'usage intégré et efficace de leurs produits dans la cuisine quotidienne. Elle vise à inspirer et à informer les consommateurs sur la manière dont ils peuvent bénéficier de la qualité et de la praticité de ces marques dans leur propre environnement culinaire.

5.3.4 Le coin de la rubrique Etharrak fi Darek

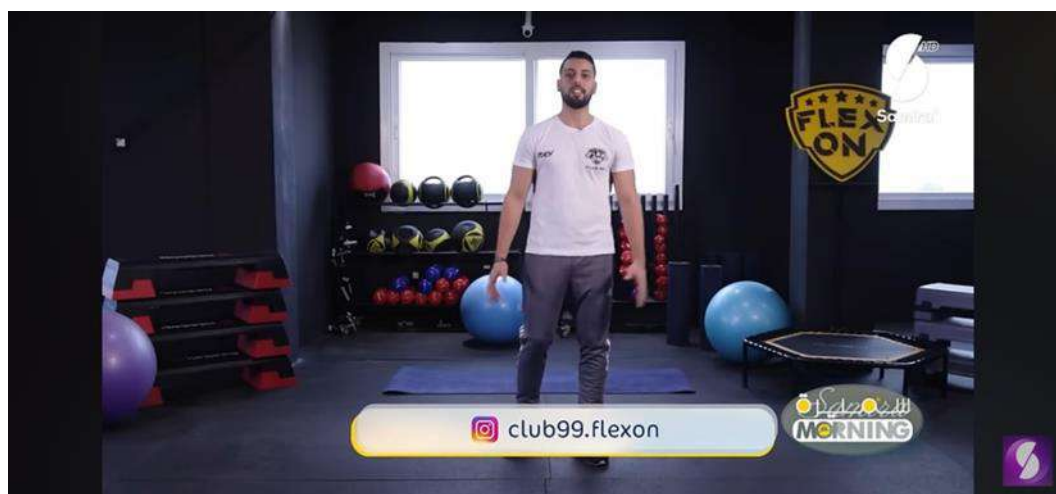


Figure 16 : la salle de sport de la rubrique Etharrak fi darek

Animée par le coach Nouri Dhiaa Eddine, cette rubrique encourage les téléspectateurs à pratiquer l'exercice physique à domicile.

Le décor de la salle de sport est souvent moderne et équipé d'appareils sportifs. Les mouvements du coach et des participants sont mis en valeur à travers des plans de caméra dynamiques.

La musique rythmée ou les sons d'encouragement peuvent accompagner les séquences d'exercice pour motiver les téléspectateurs.

Les couleurs vives et énergiques sont utilisées pour stimuler l'énergie et l'engagement des téléspectateurs dans l'exercice physique.

Cette image représente la rubrique "Etharrak fi Darek" (Bouge chez toi), représentant un coach sport et bien-être faisant une séance de sport pour les téléspectateurs, avec le logo de la salle de sport Flex ON et la page Instagram de la salle affichée à l'écran :

Le coach sportif Nouri Dhiaa Eddine est au centre de l'image, guidant une séance d'exercices physiques destinée aux téléspectateurs. Sa présence incarne l'expertise et l'encouragement dans le domaine du sport et du bien-être.

Le logo de la salle de sport Flex ON est visible à côté du coach. Ce logo est reconnaissable et associe la marque à l'activité physique et à la santé. En bas de l'écran, la page Instagram de la salle de sport Flex ON est affichée, invitant les téléspectateurs à suivre la salle et à s'engager davantage avec la communauté en ligne de Flex ON. La présence de la page Instagram encourage l'engagement des téléspectateurs avec Flex ON au-delà de l'émission télévisée. Cela favorise la création d'une communauté en ligne autour du fitness et du bien-être, où les membres peuvent interagir, partager leurs expériences et recevoir des conseils supplémentaires.

Cette publicité dans la rubrique "Etharrak fi Darek" vise à encourager un mode de vie actif et sain chez les téléspectateurs. Elle montre comment ils peuvent participer à une séance de sport depuis chez eux, sous la direction d'un coach professionnel.

Cette publicité pour Flex ON dans la rubrique "Etharrak fi Darek" utilise la présence d'un coach sportif pour encourager l'activité physique chez les téléspectateurs. Elle renforce l'image de la salle de sport en tant que partenaire fiable dans la poursuite d'un mode de vie sain, tout en facilitant l'engagement communautaire à travers les médias sociaux.

Dans ce chapitre, nous avons exploré plusieurs aspects clés du paysage médiatique algérien, en nous concentrant particulièrement sur l'émission "Samira Morning". Nous avons débuté par une présentation détaillée du contexte médiatique en Algérie, mettant en lumière ses caractéristiques principales. Ensuite, nous avons plongé dans une analyse approfondie du corpus médiatique représenté par "Samira Morning", décrivant son format, son contenu et son impact culturel.

En parallèle, nous avons mené une analyse sémiotique des images publicitaires diffusées au sein de cette émission. Chaque image a été examinée à travers le prisme des signes visuels, des symboles et des messages sous-jacents, illustrant comment ces publicités utilisent des stratégies visuelles pour communiquer efficacement avec leur audience cible.

En combinant ces éléments, nous avons non seulement enrichi notre compréhension de la manière dont les médias et la publicité interagissent en Algérie, mais nous avons également mis en lumière l'importance de l'émission "Samira Morning" en tant que plateforme influente pour la diffusion d'informations, de divertissement et de messages commerciaux dans le pays.

Chapitre 2

Contact des langues et analyse sociolinguistique du corpus

Dans le présent chapitre, nous allons explorer en profondeur la dynamique complexe de la situation sociolinguistique en Algérie à travers le prisme de l'émission télévisée "Samira Morning". Nous débuterons par une analyse approfondie du statut des langues en Algérie, en examinant comment l'arabe algérien, le français et parfois le tamazight coexistent et interagissent dans le paysage médiatique.

Ensuite, nous nous pencherons sur les conséquences du contact des langues observées au sein de notre corpus, notamment les phénomènes d'emprunts linguistiques, d'alternance codique, de bilinguisme et d'interférences linguistiques. À travers des exemples concrets tirés des émissions, des interviews et des publicités diffusées dans "Samira Morning", nous illustrerons comment ces pratiques linguistiques enrichissent la communication médiatique tout en reflétant les réalités sociolinguistiques contemporaines en Algérie.

Ce chapitre nous permettra de mieux comprendre comment la langue et la culture se croisent et se manifestent dans les médias algériens, en mettant en lumière l'importance de l'émission "Samira Morning" comme un microcosme des pratiques linguistiques et culturelles du pays.

1 La situation sociolinguistique en Algérie

Les multiples conquêtes et invasions qu'a subies l'Algérie ont engendré une grande diversité linguistique. En 1830, la colonisation française a débuté, marquée par une politique de francisation visant à imposer la langue française, notamment par le biais de l'éducation.

Cette diversité linguistique se manifeste par la présence de plusieurs langues, notamment le berbère, utilisé dans certaines régions spécifiques, l'arabe dialectal, langue maternelle de la majorité des Algériens, et le français, introduit de force par le colonisateur.

La diversité linguistique en Algérie offre un terrain fertile pour l'exploration et la recherche. C'est pourquoi nous estimons crucial de décrire cette situation sociolinguistique afin de mieux comprendre les diverses interprétations linguistiques qui pourraient expliquer les erreurs faites par les élèves.

1.1 Les langues en présence en Algérie

L'algérien constitue un terrain fertile pour la variation linguistique, on peut distinguer la présence de plusieurs langues parmi eux, il y a deux langues officielles l'arabe et le tamazight et d'autres langues étrangères (français, Anglais, Italien, Espagnole...etc.)

1.1.1 L'arabe

L'arabe est classé parmi les langues sémitiques, aux côtés de l'Akkadien, du sudarabique, de l'hébreu et de quelques langues éthiopiennes. Selon certains grammairiens et linguistes arabes, sa présence dans la péninsule arabique remonte à plusieurs siècles avant la naissance du prophète Mohamed en 570 après Jésus-Christ. L'arabe présente diverses variantes

1.1.1.1 L'arabe institutionnel

L'arabe institutionnel, également appelé "littéraire", "coranique", "classique" et "scolaire", occupe le statut de langue nationale et officielle de la République algérienne depuis son indépendance en 1962. Le président Ahmed Ben Bella déclarait le 5 juillet 1963 que *l'arabisation est nécessaire, car il n'y a pas de scolarisation sans arabisation.*

Après l'indépendance, les autorités algériennes ont insisté sur l'officialité de la langue arabe, comme le confirme CHERIGUEN F en déclarant que *depuis 1962, l'État s'est efforcé d'imposer cette langue. L'adhésion à la Ligue arabe à cette époque a renforcé l'affirmation de "l'arabité de l'Algérie", bien que cela ne soit pas formellement énoncé dans les principes régissant la société algérienne.*

GRANDGUILLAUME souligne également *la nécessité de faire de l'arabe une langue officielle, non seulement pour affirmer une identité nationale face à l'ancien colonisateur, mais aussi pour s'inscrire dans un modèle linguistico-culturel partagé par plusieurs pays arabes, formant ainsi une "Oumma" revendiquant des appartenances idéologiques, linguistiques, culturelles et religieuses communes.*

YELLES. M contribue à cette vision en soutenant une restauration de la civilisation arabomusulmane au Maghreb, visant à réaffirmer la souveraineté nationale. DOURARI A. confirme que *l'arabe classique est réservé aux domaines*

formels tels que les prêches, la religion, l'administration, l'éducation, les médias audiovisuels et la diplomatie internationale arabe. Il souligne également que l'arabe scolaire est la langue officielle de la République algérienne, utilisée dans toutes ses institutions et administrations.

1.1.1.2 L'arabe dialectal

Bien que exclue des institutions gouvernementales telles que l'école et l'administration, la langue dialectale est largement utilisée dans la vie quotidienne par la plupart des Algériens. Elle joue un rôle essentiel dans les interactions publiques et est considérée comme la langue de la vie courante. Dans ce contexte CHIBANE. R affirme *que Malgré son absence de normalisation ou de codification, et malgré le fait qu'elle soit utilisée dans diverses formes d'expression culturelle telles que le théâtre et la chanson, l'arabe dialectal demeure un élément vital de la société algérienne, du fait de l'importance numérique de ses locuteurs et de son omniprésence dans la vie quotidienne.*

1.1.2 Le berbère

Le berbère, une branche de la famille linguistique chamito-sémitique, est la langue autochtone de l'Afrique du Nord et est la langue maternelle d'un grand nombre de locuteurs en Algérie, avec ses différentes variétés telles que le kabyle, le chaoui, le m'zab, et d'autres.

Selon BOUKOUS. A, *le terme "berbère" dérive de "barbare", une dénomination étrangère aux communautés berbères résultant de l'ethnocentrisme gréco-romain qui qualifiait de "barbare" toute culture marquée par la différence.*

En 2001, tamazight a été institutionnalisé comme langue nationale de l'État algérien. Le président Abdelaziz BOUTEFLIKA a affirmé que *tamazight est la langue nationale en Algérie.*

La première crise berbériste a éclaté en 1949, comme rapporté par Amar OUERDANE et Mohamed HARBI, lorsque la majorité des éléments kabyles de l'aile radicale, partisans de l'insurrection armée immédiate, se sont opposés à la définition arabo-islamique de la nation algérienne qui excluait l'identité berbère.

En 2016, tamazight a finalement été reconnu comme langue officielle en Algérie après plus d'un demi-siècle de lutte. Actuellement, la situation sociolinguistique des langues berbères a évolué : l'enseignement de tamazight commence dès la première année primaire en Kabylie et est facultatif dans les autres régions du pays.

1.1.3 Le français

Le statut de la langue française en Algérie est complexe et résulte de l'histoire coloniale du pays. Avant l'indépendance en 1962, le français était la langue de l'administration, de l'éducation et des affaires en Algérie, imposée par le régime colonial français. Cette domination linguistique a laissé un héritage important qui se ressent encore aujourd'hui.

Après l'indépendance, l'Algérie a adopté l'arabe comme langue officielle et nationale, affirmant ainsi son identité post-coloniale. Cependant, le français a conservé une place significative dans la société algérienne. Il est toujours largement utilisé dans les domaines de l'enseignement supérieur, des affaires, de la diplomatie et des médias. De plus, de nombreux Algériens parlent couramment le français et le considèrent comme une compétence précieuse dans un monde globalisé.

La langue française reste donc un symbole de prestige et d'opportunité en Algérie, même si son statut a évolué depuis l'indépendance. Cependant, son importance est parfois remise en question dans le contexte d'une volonté de promotion des langues nationales et de préservation de l'identité culturelle algérienne, notamment à travers la reconnaissance et la valorisation des langues berbères telles que le kabyle.

Selon Christian « *la langue française véhicule l'officialité sans être langue d'enseignement. Elle reste la langue de transmission de savoir, sans être la langue identitaire. Elle continue à façonner l'imaginaire culturel collectif de différentes formes et par différents canaux et sans être la langue officielle, elle est la langue officielle* ». (1985 :161

1.1.4 L'anglais

L'anglais est généralement perçu comme une seconde langue étrangère en Algérie. Depuis son intégration dans le système éducatif en 1993, l'anglais a acquis une place significative dans le pays et jouit désormais d'un statut prestigieux. Réputée comme la langue des sciences et des technologies, sa présence dans les milieux scolaires est devenue indispensable.

Bien que la pratique de l'anglais dans les contextes de communication demeure souvent limitée et rare, cela ne signifie en aucun cas que son importance est négligeable. Ces dernières années, avec l'ouverture de l'économie, on observe une augmentation de la demande pour des formations en anglais à différents niveaux dans les écoles privées. Cela témoigne d'un intérêt croissant pour l'apprentissage de cette langue.

2 Contact des langues et analyse sociolinguistique du corpus :

Le contact des langues est un phénomène répandu à travers le monde, résultant de la coexistence de deux ou plusieurs langues. On qualifie ces langues en *contact si elles sont alternativement utilisées par les mêmes personnes* (GAR MADI 1981 : 101-102 cité par JVIRASOLVIT, 2005 ; 55).

Il désigne toute situation où deux langues coexistent, utilisées par un individu ou un groupe à divers degrés, impliquant un échange mutuel et réciproque. On parle de contact de langues constant lorsque ces langues sont alternativement employées par le même individu. Selon WEINRICH(1953) qui fut le premier à utiliser le terme, *le contact de langue inclut toute situation dans laquelle une présence simultanée de deux langues affecte le comportement langagier d'un individu. Le contact de langue réfère en fonctionnement psycholinguistique de l'individu qui maîtrise plus d'une langue, donc de l'individu bilingue.*

Ce concept se reflète dans les pratiques linguistiques d'un individu à travers divers phénomènes tels que le bilinguisme / plurilinguisme, l'emprunt, les xénismes, la diglossie, l'interférence et l'alternance codique, entre autres.

2.1 Les phénomènes de contact des langues

2.1.1 Le bilinguisme

Dans sa définition la plus large, le bilinguisme réfère à la compétence dans deux langues, signifiant la capacité de s'exprimer dans différentes situations de communication dans chacune de ces langues. Il peut caractériser un individu ou une communauté où deux langues sont utilisées. *Le bilinguisme est un phénomène mondial. Dans tous les pays on trouve des personnes qui utilisent 2 ou 3 langues à diverses fins et dans divers contextes. Dans certains pays, peut être considéré comme instruite, une personne doit posséder plus de deux langues.* (MOREAU M-L 1997- p61).

Ainsi, le bilinguisme se traduit par la capacité à converser et à réfléchir sans difficulté, adaptant cela en fonction des diverses situations de communication.

Extrait 01

Mohamed Hirech (dentiste) : Généralement sah ki nahiw le nerf l aasab taa sin tezraq la dent ou doka kayn houloul bezzaf kayn haja lewla c'est tabyid dakhili hab yqoul blanchiment interne,

Transcription phonétique :

Mohamed Heirech: /ʒenɛʁalmât sa ki nahiw læ nerf l a:sab ta: sin tɔzraq læ dent u dɔka kajn hulu:l bezzaf kajn haʒa lewla se tabjid daxili hab iqul blanʃimã entern/

Traduction

En général, lorsque le nerf est retiré, la dent tend à nécroser. Actuellement, il existe plusieurs solutions disponibles, telles que le blanchiment interne.

Extrait 02

Mohamed Heirech : c'est un produit ndirouh f la dent mel dakhel ysema naawdou nefethou chwia l plombage hadek nhato le produit nkhalawah ça depend ala hseb le produit oundaada naawdou nrenouliw had l'étape plusieurs fois hata taawed tweli la dent beyda kima lokhrin.

Transcription phonétique :

Mohamed Heirech: /set_œn pɔdʒi nɪdiru f la dent mɛl daxɛl isemə nawɟu nɛfəθu ʃwi:ja l plɔ̃baz haɛk ɲhaɟu lə pɔdʒi nɛxlɪwa ʒa dəpɑ̃d_ala ʒsəb lə pɔdʒi umba:da nawɟu nɛnɪvliw had_letap plizjœk fwa hata tawwid twili la dent bejda kima lokɛin/

Traduction :

C'est un traitement où un produit est appliqué à l'intérieur de la dent. On ouvre donc le plombage, appliquons le produit, et répétons cette étape plusieurs fois jusqu'à obtenir une dent blanche.

Extrait 03 :

Et bien sûr nqolo sbah lkhir l kamel l'équipe technique li rahi hnaya yaani équipe kbira allah ybarek. Et maranich wahdi Bon adel mazel ma jech raho laheq et nroho directement nqolo l amel sbah lkhir. Amel bonjour ça va ?

Transcription phonétique :

/ɛt bɛ̃ suɛ, nqolo sbaħ lkɪɛ l kamɛl l'ɛkip tɛknɪk li raħi hnaja ja:ni ɛkip kbira al:a ybarek. et maɛaniʃ wa:di bɔn adel mazel ma ʒɛf kaħu laħɛq et nruħu diɛktmɛnt nqolo l amɛl sbaħ lkɪɛ. amɛl bɔnzɪuɛ bɔnzɪuɛ sa va?/

Traduction :

Et bien sûr, nous disons bonjour à toute l'équipe technique qui est ici, c'est une grande équipe, que Dieu la bénisse. Et je ne suis pas seul. Bon, Adel est toujours là, il n'est pas parti, alors nous allons directement dire bonjour. Bonjour Amel, comment ça va?

Commentaire :

En examinant ces extraits, il est clair qu'ils illustrent le phénomène de bilinguisme où les locuteurs utilisent l'arabe dialectal algérien comme langue principale tout en intégrant des emprunts au français pour des termes techniques ou spécifiques. Ce bilinguisme facilite la communication dans des domaines spécialisés tout en

reflétant la réalité linguistique et culturelle de l'Algérie, où le français joue un rôle significatif dans les contextes professionnels et éducatifs.

2.1.2 Le plurilinguisme

Une communauté plurilingue utilise plusieurs langues dans diverses situations de communication, comme c'est le cas en Algérie où l'algérien, l'arabe classique, le français comme première langue étrangère et l'anglais comme deuxième langue étrangère sont couramment utilisés.

Le terme "plurilinguisme" est appliqué aux situations où plusieurs langues ou variétés coexistent dans les répertoires linguistiques et la communication sociale. En Algérie, la situation linguistique montre un plurilinguisme où les locuteurs maîtrisent souvent deux ou plusieurs langues et peuvent les utiliser ou les alterner lorsqu'ils prennent la parole.

Être plurilingue signifie être capable de passer d'une langue à une autre au quotidien, une compétence unique qui s'enrichit de chaque nouvelle expérience, même minime, dans chaque nouvelle langue que chaque individu possède dans son répertoire et qu'il utilise selon les situations et les besoins.

Voici quelques extraits du corpus illustrant le plurilinguisme :

Extrait 04 :

Coach : Njousou dorka le toisième excercice li houwa shoulder press win rah nqis fihom les épaules rah nkhadmou b disque taqadrou ntouma 3la hseb niveau taakom soit bel qraa taa Ima ida kontou f dar ida kontou f la sale taqadrou takhadmou b disque taa deux kilos, cinq kilos, dix kilos hata vingt kilo why not.

Transcription phonétique :

/Nju:zu dərka lə twa:zijəm ɛksersis li huwa fu:ldər prɛs win ra:h nɛs fihəm lɛz_ɛpawl ra:h nxa:dmu b disku taqadru ntuma ʃla hseb nivɛw ta:kum swa bel qra: taa ʔima ida kuntum f dar ida kuntum f la sal taqadru takxadmu b disku taa dø kilos, sɛk kilos, dɛs kilos hata: vɛt kilo waj nɔt./

Traduction

Nous arrivons maintenant au troisième exercice, le shoulder press, qui cible les épaules. Vous pouvez utiliser un disque adapté à votre niveau, ou bien une bouteille d'eau si vous êtes à la maison, allant de deux kilos à vingt kilos, selon vos possibilités.

Extrait 05 :

Amel : Alors aujourd'hui je vais faire un joli tableau, donc rako tchofo beli le tableau il est vierge Rani nhawes ala hadik la dame africaine Donc rayha ndir un joli tableau W rayha nestaamel juste le modeling past à la fin de l'application des couleurs b les textures et bien sûr le wax

Transcription phonétique :

Amel : /Alɔrz_ozuɔd_i vɛ fɛɾ œ ʒɔli tablo, dɔk ra.ku ʃufu beli lə tablo il_ɛ viɾʒə ʁani nhawəs_ala hadik la dam afɾikɛn dɔk ʁajha ndir œ ʒɔli tablo u ʁajha nɛstamel ʒyst lə mɔdɛliŋ past a la fɛ də laplikasjɔ dez kulœɾ bɛ lɛ tɛkstɪkɾz_e bjɛ syɾ lə waks/

Traduction :

Aujourd'hui, je vais créer un beau tableau. Comme vous pouvez le voir, la toile est encore vierge. Je suis à la recherche d'une inspiration qui est la dame africaine pour ce tableau. Je vais appliquer les couleurs et les textures avec soin, en utilisant principalement le wax pour achever le modèle à la fin.

Commentaire :

Les locuteurs ont démontré une véritable richesse plurilingue dans leurs échanges récents, en utilisant trois codes linguistiques distincts : l'arabe dialectal, le français et l'anglais. Le terme 'shoulder press', utilisé pour décrire une technique précise dans l'entraînement physique, reflète une approche universelle du fitness et de la santé. En parlant de 'modeling past', ils ont évoqué une méthode artistique qui transcende les frontières linguistiques, soulignant l'importance de la texture et de la forme dans la création artistique. Enfin, l'utilisation du 'wax' dans leur conversation montre une appréciation pour les matériaux traditionnels et leur application dans l'artisanat et l'art contemporain. Ce mélange harmonieux de vocabulaire spécialisé et de codes linguistiques diversifiés reflète non seulement

une compétence linguistique, mais aussi une compréhension profonde des domaines variés où ces termes sont employés, enrichissant ainsi leur discussion d'une dimension culturelle et technique diversifiée.

2.1.3 Emprunt

L'emprunt est considéré comme le produit d'une interaction constante entre deux communautés et leurs langues respectives. Il se caractérise par l'introduction de termes issus d'une langue étrangère dans un système linguistique donné.

Selon DUBOIS *il y'a l'emprunt quand un parler 'A' utilise et finit par intégrer une unité ou un trait linguistique qui existait précédemment dans un parler 'B' et que 'A' ne possédait pas l'unité ou le trait emprunté sont eux-mêmes appelés emprunt* (1994 :188)

Il est notable que l'emprunt peut revêtir une importance considérable, contribuant à l'enrichissement d'une langue. SALMINEN confirme que *l'emprunt fait partie de procédé par lequel on enrichit le lexique d'une langue. Il consiste à faire apparaître dans un système linguistique un mot provenant d'une autre langue.* (1997 :173)

Lorsqu'ils interagissent avec des locuteurs d'une autre langue, les individus incorporent des éléments empruntés pour pallier les lacunes linguistiques ou faciliter l'intercompréhension.

Voici quelques extraits du corpus illustrant l'emprunt :

Extrait 06 :

Amel : Oui, kima chefna koul wahed yakder ydir un small business ghir men darou, ce qui fait que tout le monde peut travailler et gagner de la'argent de chez lui

Transcription phonétique :

Amel : /wi kima ʃɛfna kul wa:ħid yakdar jədir un sməl biznis ɣir mən daru, sə ki fet kə tu lə mundə pø travajje e ɣəne də largã də ʃe lu/

Traduction

Amel : Oui, comme nous avons observé, il est possible pour chacun de créer une petite entreprise depuis son domicile, offrant ainsi la possibilité à tous de travailler et de gagner de l'argent chez eux.

Extrait 07 :

Wissem : kima rana nchoufou récemment les astuces taa **le makeup** un peu par tout ce fait réussir **le look**

Transcription phonétique :

Wissem : /kima rana nʃufu ʁesãmã lez_astys taa lə makeup œ pø paʁ tut sə fə ʁysir lə luk/

Traduction :

Wissem : Récemment, nous remarquons les techniques de maquillage utilisées un peu partout, ce qui contribue à réussir le look.

Commentaire

L'extrait 05 comprend trois codes linguistiques : le français avec l'expression « ce qui fait que tout le monde peut travailler et gagner de l'argent de chez lui », l'arabe dialectal avec « kima chefna koul wahed yakder ydir », et le terme « small business », emprunté de l'anglais au français, signifiant une petite entreprise.

Cet emprunt s'intègre dans un contexte commercial. Ainsi, on observe que l'énonciateur a choisi d'emprunter une expression étrangère, « business », qui signifie entreprise, ce qui indique que cet énoncé contient un emprunt linguistique.

Quant à l'extrait 06, il contient également trois codes linguistiques : le français avec l'expression « un peu par tout ce fait réussir », l'arabe dialectal avec « kima rana nchoufou », et les termes « **makeup** » signifiant maquillage et « **look** » empruntés de l'anglais au français.

Ces emprunts s'intègrent dans un contexte esthétique. Ainsi, on remarque que l'énonciateur a opté pour **l'emprunt** d'expressions étrangères, « makeup » et « look », ce qui souligne que cet énoncé inclut des emprunts linguistiques.

2.1.4 La diglossie

La diglossie est un terme qui est apparu initialement dans le domaine des études linguistiques en France. Il s'agit d'un concept social divisé en deux parties : "di" signifiant "deux" et "glossa" qui signifie "langue", comme l'a défini le linguiste et philosophe grec JEAN PSICHARI (1854- 1929) comme une *configuration linguistique dans laquelle deux variétés d'une même langue sont en usage, mais un usage décalé parce que l'une des variétés est valorisée par rapport à l'autre.*

Selon **Ferguson** la diglossie est :

La diglossie est une situation linguistique relativement stable dans laquelle, en plus des dialectes primaires de la langue (qui peuvent inclure un standard), il existe une variété superposée très divergente, hautement codifiée (souvent grammaticalement plus complexe), véhicule du grand et respecté corps de la littérature écrite, soit d'une période antérieure, soit dans une autre communauté de la parole, qui est largement apprise par l'éducation formelle et n'est utilisée par aucun secteur de la communauté pour une conversation ordinaire.

En se basant sur ces deux définitions, on peut décrire la diglossie comme un phénomène linguistique présent dans les interactions au sein d'une communauté linguistique. Les locuteurs utilisent plusieurs variantes d'une même langue, chaque variante étant employée dans des contextes distincts mais interconnectés de manière complémentaire.

2.1.5 L'interférence

L'interférence linguistique est un phénomène résultant du contact entre les langues. Elle se réfère à l'influence qu'un système linguistique (une langue ou une variété linguistique) exerce sur un autre.

Mackey (1976) définit ce phénomène de façon très simple : l'interférence est l'utilisation d'éléments appartenant à une langue tandis que l'on en parle ou que l'on en écrit une autre.

2.1.6 Les types d'interférence

2.1.6.1 Interférence syntaxique

Utiliser la structure syntaxique d'une langue maternelle dans une langue seconde, même si les deux langues ont des structures différentes. Par exemple, un locuteur dont la langue maternelle est le français peut dire "I have 20 ans" plutôt que "I am 20 years old" en anglais, en calquant la structure française.

2.1.6.2 Interférence lexicale

Utiliser un mot ou une expression d'une langue maternelle dans une langue seconde, même s'il existe un terme spécifique dans cette langue. Par exemple, un locuteur bilingue pourrait utiliser le mot "confortable" en anglais pour décrire une situation agréable, plutôt que d'utiliser "confortable" en français.

2.1.6.3 Interférence phonologique

Prononcer les sons d'une langue étrangère selon les règles phonologiques de la langue maternelle. Par exemple, un locuteur francophone peut avoir du mal à prononcer correctement le son "th" en anglais, et le remplacer par un son similaire de sa langue maternelle.

2.1.6.4 Interférence grammaticale :

L'interférence grammaticale est un phénomène linguistique qui se produit lorsqu'une langue influence une autre langue dans le cadre d'un contact linguistique. Cette influence peut affecter la structure grammaticale, la syntaxe, le lexique ou la phonologie d'une langue.

Quelques extraits du corpus illustrant l'interférence :

Extrait 08 :

Zahida : Attends, quand je veux euh **nahjez** un billet d'avion pour Paris

Transcription phonétique

/atād, kã ʒə vøz ε nãʒez œ bijɛ daviõ ruɔ Pavi/

Traduction

Attends, quand je veux réserver un billet d'avion pour Paris

Extrait 09 :

Zahida : Il est toujours en déplacement, il est vraiment **bezzaf** occupé

Transcription phonétique :

/ il ε tjur ù deplice' mǎ, il ε vʁemǎ bezaf ɔkype/

Traduction :

Il est toujours en déplacement, il est vraiment très occupé.

Extrait 10 :

Amel : quand je suis avec ma sœur au **souk** et je veux acheter des légumes... pour préparer **un tajine** pour le dîner.

Transcription phonétique :

/ kǎ zə sʁi avɛk ma sœʁ o suk e zə voz aʃte dɛ lezym pʁɛ pʁɛpʁavɛ œ tajin pʁɛ lə dine/

Traduction :

Quand je suis avec ma sœur au marché et que je veux acheter des légumes... pour préparer un plat pour le dîner.

Extrait 11 :

Wassila : Ce comportement est vraiment **hram**.

Transcription phonétique :

/se kɔpʁɔʃtəmǎ ε vʁemǎ vʁam/

Traduction :

Ce comportement est vraiment **interdit ou inapproprié**.

Commentaire :

Les extraits présentés illustrent le phénomène de l'interférence linguistique entre l'arabe dialectal et le français. Dans chaque exemple, nous observons comment les

locuteurs intègrent naturellement des éléments de leur langue maternelle dans le français parlé. Zahida décrit quelqu'un comme étant "bezzaf occupé", utilisant le mot arabe "bezzaf" pour intensifier en français. Amel, parlant de ses activités au marché, utilise le mot "souk" et exprime son intention d'acheter des légumes pour préparer un "tajine", un plat traditionnel, pour le dîner. Enfin, Wassila qualifie un comportement de "hram", un terme arabe signifiant interdit ou inapproprié.

Ces exemples montrent non seulement comment les langues peuvent coexister et s'influencer mutuellement dans le discours quotidien, mais aussi comment cette hybridation enrichit l'expression linguistique en incorporant des nuances culturelles et des traditions spécifiques. L'interférence linguistique reflète ainsi la dynamique vivante des langues en contact, où chaque mot apporte avec lui une histoire et une signification qui transcende les frontières linguistiques traditionnelles.

2.1.7 L'alternance codique (code switching)

Un autre aspect linguistique qui peut résulter du contact des langues est ce qu'on nomme l'alternance codique, connue également sous le terme de code-switching en anglais. *L'alternance codique se produit quand un locuteur bilingue change de langue au sein d'une seule et même conversation* (Walker, 2005). Cette alternance implique le mélange de phrases ou de parties de phrases, chacune respectant les règles morphologiques et syntaxiques (et éventuellement phonologiques) de la langue d'origine. Elle est courante dans les sociétés bilingues et multilingues, quel que soit l'âge des locuteurs. Analyser cette alternance n'est pas simple, car il est souvent difficile de différencier entre les changements intentionnels de langue et les emprunts non assimilés, ce qui reste un sujet controversé.

La notion d'alternance codique, aussi connue sous le nom de code-switching, émerge des recherches sur le bilinguisme et le contact entre langues. Selon J.J. Gumperz, elle peut être définie 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*. Ce phénomène est largement répandu dans les contextes créoles et au sein de communautés caractérisées par le plurilinguisme.

2.1.8 Les types de l'alternance codique

Les alternances des codes peuvent se produire à l'intérieur d'une seule phrase, d'une conversation ou d'un échange plus large, et ils peuvent impliquer un mot, une clause, une phrase, voire plusieurs phrases.

2.1.8.1 Selon J.GUMPERZ

Nous pouvons différencier les alternances situationnelles, qui sont liées aux changements d'interlocuteurs, de thème, etc., en fonction de la situation de communication, et les alternances conversationnelles ou métaphoriques, qui ne changent pas de thème mais qui régulent les pratiques linguistiques.

a) Alternance codique conversationnelle

Elle est dite aussi métaphorique et stylistique. C'est l'alternance qu'on rencontre dans les conversations comme GUMPERZ la définit comme étant *la juxtaposition à l'intérieur d'un même échange verbale de passage ou le discours appartient à deux systèmes grammaticaux différents*. (1989 :57)

Ce type d'alternance se produit de manière inconsciente et automatique, au point que parfois le locuteur en perd le contrôle. Elle peut affecter les niveaux syntaxique, phonologique et morphologique.

Cependant, elle est considérée par son auteur comme une *typologie prémilitaire commune qui vaut pour chaque situation*. (J.GUMPERZ 1989 :73).

b) Alternance situationnelle

Ce type d'alternance est influencé par diverses situations de communication, telles que les activités et les contextes spécifiques, l'appartenance sociale du locuteur, l'interlocuteur, le répertoire et les compétences linguistiques des participants, ainsi que le sujet abordé. Dans ce cas, le changement de thème ou de locuteur n'est pas pris en compte.

2.1.8.2 Selon S. Poplack (1988).

a) Alternance codique intra-phrastique

Cette catégorie englobe deux structures syntaxiques provenant de deux langues distinctes. Elle décrit le changement de langue qui survient à l'intérieur d'une seule phrase.

Nous tenons à souligner que ce phénomène est largement observé dans les pratiques linguistiques en Algérie. Il décrit la situation d'un locuteur bilingue qui utilise deux langues pour s'exprimer, comme lorsqu'un segment en français est inséré dans un syntagme en arabe algérien.

Nous tenons à souligner que ce phénomène est largement observé dans les pratiques linguistiques en Algérie. Il décrit la situation d'un locuteur bilingue qui utilise deux langues pour s'exprimer, comme lorsqu'un segment en français est inséré dans un syntagme en arabe algérien.

Extrait 12 :

Amel : Alabalek tjini **bizarre** ki nqoullek **bonjour** w hna adna qrib sa'aa w hnaya f les **coulisses**. Nqoullek **rebonjour voilà** w nqoul l mouchahidina lkiram win ma kountou marahba bikom w Sbah lkhir w mselkhir l nes wella la **communauté** f l'**etranger** li sabqinna b swaye'a hata l achr swaye'a nqoulhom marahaba bikom.

Transcription phonétique :

/ala.balek tʒini bi.zaʁ ki nqul.lek bonʒuʁ wəna adna qrib sa.ʔa wəna.ja f lə kul.is. Nqul.lek rə.bonʒuʁ wa.la wə nqul.lil mu.ʃa.hi.di.na lkiram win ma kuntu ma.ʁaħ.ba bi.kum w sbaħ lkix w mselkix l nes wəla la kumyni.te f l_ et.raŋ.ge li sab.qi.na b swa.jeʃa ħa.ta l aħʁ swa.jeʃa nqul.lum ma.ʁaħ.ba bi.kum./

Traduction :

C'est étrange quand je te salue au début, puis que nous passons presque une heure ensemble dans les coulisses. Je te redis bonjour lorsque nous nous adressons à nos chers téléspectateurs, où qu'ils soient, leur souhaitant la bienvenue. Je dis également bonjour et bonsoir à notre communauté à l'étranger, qui vit plusieurs heures devant nous.

Extrait 13 : Mouchahidina marhba bikoum win ma kounto ntouma li rakom branchés m3ana fi qanatkoum samira tv fi l'émission diyalkoum samira morning

kima kol sbiha njokom men 8h w nos l 10h njewzou sa3a w nos kima lazem lhal b les rubriques b les invités et bien sûr les informations li npartagiwhom m3akom. Donc nselmou 3likoum win ma konto tahiya kbira.

Transcription phonétique :

/muʃahidina marba bikum win ma kuntu ntuma li rakum brãʃez mki tʃanatcum samira tivi fi l_emisjõ djalkum samira mörning kima kul sbiha nzukum men 8h w nus l 10h nzuwzu safa w nus kima lazem lhal bel rubrik bel ëvite e ben sur lez ëfõrmasjõ li npartaziwhom mriakum. Dõnk nslmu ʃlikum win ma kuntu tahiya kbira/

Traduction :

Nous vous souhaitons la bienvenue, où que vous soyez, vous qui êtes branchés avec nous sur vos chaînes Samira TV dans l'émission Samira Morning, comme chaque matin, nous vous rejoignons à partir de 8 heures et jusqu'à 10 heures, nous vous informerons à l'heure prévue avec les rubriques, les invités et bien sûr les informations que nous partageons avec vous. Donc, nous vous saluons, où que vous soyez, avec nos meilleurs vœux.

Commentaire :

Dans cet extrait, on observe une alternance entre l'arabe dialectal (algérien) et le français. L'arabe dialectal est utilisé principalement pour saluer (« bonjour », « Sbah lkhir »), introduire des concepts généraux comme « les coulisses », et adresser la communauté (« marahba bikom »). En revanche, le français est inséré pour des termes spécifiques tels que « bizarre », « voilà », et dans l'expression « la communauté f l'etranger ».

b) Alternance codique inter-phrastique.

C'est lorsque nous rencontrons un syntagme, voire une phrase entière en français au sein d'un discours en arabe algérien. Cela représente le passage d'une langue à une autre ou d'une variété de la langue arabe à une autre. Ce phénomène correspond à l'utilisation alternative au niveau d'unités linguistiques plus étendues.

Ce phénomène se produit lorsque les segments alternés comprennent des expressions idiomatiques ou des proverbes. Il représente un exemple caractéristique d'alternance codique, marqué par l'utilisation de termes comme "d'accord", "bon", "donc", "bien sûr", "alors", etc.

Ce type d'alternance est largement répandu dans le langage journalistique. Son rôle est de renforcer et de ponctuer le discours en lui conférant une certaine force pour mieux captiver l'auditoire. Cette utilisation est mise en évidence dans les extraits suivants :

Extrait 14 :

Amel : Lyoum raha nchoufou ndirou **un vase ensemble** bessah **ce qui est bien** c'est qu'on va découvrir les perforateurs de papier li rayhin ndirou bihom ***des jolies petits pochoires pourquoi pas** li rah nestaamlouhom inshaallah **sur les supports la sur des assiettes etcétera. Donc voilà**

Transcription phonétique

/lju:m raħa nřu:fu: n.di:ru: un vas ã.sãbl bes.sa? sə ki ε bẽ s_õ va de.ku.vriħ le pεħ.fo.va.tœħ də pa.pje li vɔj.hin n.di:ru: bi.əm de ʒɔ.li pə.ti po.řwaħ pux.kwa pa li ka nes.ta:m.lu.hu.mã řa a.la:h syħ læ sup.pœħ la syħ de.z_a.sjet et.sε.tε.ka dõk vwa:./

Traduction :

Aujourd'hui, nous allons voir, nous allons faire un vase ensemble, et c'est bien parce que nous allons découvrir les perforateurs de papier que nous allons utiliser pour faire de jolis petits motifs, que nous pourrions utiliser sur des supports comme des assiettes, et ainsi de suite. Donc voilà.

Extrait 15 : Raki tbani chwiya ayana amel ! C vrai que j'ai passé un petit moment chghoul jewetz l3ars voilà donc... Mebrouk 3la li dzewjou Si non wech rayha djewzilna liyoum.

Transcription phonétique :

/řaki tbani řwiya řajana amel! si vœj ke ze pase ã pti mãmã řyul ʒwizt lřaħ vwa la dõk... məbœuk ala li dzewzu sinõ wεř vɔjħa dʒewzilna lijum/

Traduction :

Tu es fatiguée un peu aujourd'hui Amel ! C'est vrai que j'ai passé un petit moment à travailler sur les préparatifs du mariage, voilà donc... Félicitations pour ceux qui se sont mariés. Sinon, quoi de prévu pour nous aujourd'hui ?

Commentaire :

Dans ces extraits, il y a également une alternance entre l'arabe dialectal et le français. L'arabe dialectal est utilisé pour des actions concrètes comme « ndirou un vase ensemble », des expressions idiomatiques comme « bessah » (ce qui est bien), et des termes comme « inshaallah ». Le français intervient principalement pour des mots spécifiques ou des expressions intraduisibles comme « perforateurs de papier », « petits pochoirs », et dans la conclusion « etcétera ».

c) Alternance codique extra-phrastique.

G. Valdes-Fallis (1978 :66) désigne ce type d'alternance comme *l'alternance séquentielle qui démontre la combinaison entre la lexie arabe et son synonyme en français et vice versa*. Il s'agit d'une stratégie bilingue où les locuteurs intègrent des expressions en arabe dialectal et leurs équivalents en français dans une même intervention, afin de rendre l'information accessible à un public de divers niveaux. Cette répétition représente une nouvelle stratégie discursive utilisée pour renforcer et simplifier le message transmis.

Extrait 16 :

Amel Ait Aissa : Généralement ki negel3ou **le nerf laassab** taa sen terza9 la dent

Transcription phonétique :

/jene' ralmã ki negəlʃu lə nerf la'sʔɑ:b ta: sən ter'zɑʕ lə dent/

Extrait 17 : Les couleurs à peu près win rah ydoro ? Je vais rester dans les temps gris et blanc et doré...djabli rabi raki tkhadmi l salon taa Adel ou ma qoltinech, tu as toutcompris..hedi la suite ta3 la dernière fois et bah très bien mbaad nawdou nwelou lik amel. Nchllh avec un grand plaisir.

Transcription phonétique :

/le kulæx a pø pæ win ka iduko? zə ve ʁeste dā le tã ɣwi e blã e dæke...dzablɪ rabi
raki tkadmi l salɔ̃ ta ʁadəl u ma qoltɪlnɛʃ, ty a tutkɔ̃rwi..edi la sɔ̃itə tæʃ la dæknjɛx
fwɛs e ba tæ bɛje mba:d nawdu nwɛlu lik amɛl. ɲɪɪʃ ak avɛk œ ɣwã plɛziʁ/

Traduction :

Quelles couleurs vont à peu près avec cela ? Je vais rester dans les tons gris, blancs et dorés... Je suis contente que tu travailles toujours au salon d'Adel, ou je ne t'ai pas dit, tu as tout compris... Voici la suite de la dernière fois et c'est très bien, après nous allons regarder ce que nous avons prévu pour toi, Amel. Avec un grand plaisir, espérons-le

Commentaire :

Ces extraits illustrent le phénomène de l'alternance codique, où les locuteurs passent naturellement d'une langue à une autre pour exprimer leurs pensées et leurs émotions de manière fluide et contextuellement appropriée. Dans chaque extrait, nous observons comment les personnes utilisent alternativement le français et des éléments de l'arabe dialectal et l'arabe classique, créant ainsi un mélange dynamique de langues et de cultures.

Enfin, l'extrait utilise l'alternance codique pour discuter de préférences esthétiques et de plans futurs, intégrant des mots et des expressions arabes comme "doré" et "djabli rabi" dans une conversation principalement en français. Cela montre comment l'alternance codique est utilisée pour exprimer des concepts spécifiques et des significations qui peuvent être mieux transmis dans une langue plutôt que dans une autre.

En somme, ces extraits illustrent de manière vivante et authentique comment l'alternance codique enrichit la communication en permettant aux locuteurs de naviguer avec fluidité entre les langues pour mieux exprimer leur identité culturelle et linguistique.

Dans ce chapitre, nous avons plongé au cœur de la dynamique sociolinguistique complexe de l'Algérie à travers l'analyse approfondie de l'émission télévisée "Samira Morning". Nous avons exploré le statut des langues en Algérie, observant comment l'arabe algérien, le français et parfois le tamazight coexistent et interagissent dans le paysage médiatique contemporain.

En examinant les effets du contact des langues au sein de notre corpus, nous avons mis en lumière divers phénomènes linguistiques tels que les emprunts lexicaux, l'alternance codique, le bilinguisme et les interférences linguistiques. À travers des exemples concrets tirés d'émissions, d'interviews et de publicités diffusées dans "Samira Morning", nous avons illustré comment ces pratiques enrichissent la communication médiatique tout en reflétant les réalités sociolinguistiques diversifiées de l'Algérie contemporaine.

Ce chapitre nous a permis de mieux comprendre comment la langue et la culture s'entrecroisent et se manifestent dans les médias algériens. L'émission "Samira Morning" apparaît ainsi comme un microcosme vivant des pratiques linguistiques et culturelles du pays, soulignant l'importance cruciale de ces dimensions pour la compréhension et l'appréciation des dynamiques sociétales en Algérie aujourd'hui.

Conclusion générale

La présente étude a exploré en profondeur la dynamique complexe du contact des langues dans le contexte médiatique algérien à travers l'analyse de l'émission télévisée "Samira Morning". À travers cette exploration, nous avons pu mettre en lumière plusieurs aspects essentiels des pratiques linguistiques et sémiotiques qui façonnent non seulement l'émission mais aussi les interactions socioculturelles au sein de la société algérienne contemporaine.

L'Algérie, avec sa riche diversité linguistique héritée de son histoire coloniale et de sa mosaïque culturelle complexe, offre un terrain fertile pour l'étude du plurilinguisme et du contact des langues. L'émission "Samira Morning" a servi de microcosme où les langues arabe dialectal, français et parfois tamazight coexistent et interagissent de manière dynamique. Cette coexistence linguistique reflète les réalités sociolinguistiques complexes de l'Algérie moderne, où les choix linguistiques ne sont pas seulement fonctionnels mais aussi porteurs d'identités et de valeurs culturelles.

Notre étude a permis de documenter et d'analyser comment les animateurs et les invités de l'émission naviguent entre ces différentes langues, en adaptant leurs discours et leurs interactions en fonction du contexte et de l'audience visée. L'alternance codique, les emprunts lexicaux et les stratégies de communication médiatique ont été examinés comme des phénomènes linguistiques significatifs qui enrichissent la compréhension de la communication interculturelle et intracommunautaire en Algérie.

En mettant en lumière l'importance de l'émission "Samira Morning" comme un espace de négociation linguistique et culturelle, cette étude contribue à élargir le champ de la sociolinguistique en Algérie. Elle souligne également l'impact potentiel des médias sur la perception et l'usage des langues, influençant ainsi les attitudes linguistiques au sein de la société algérienne.

Pour conclure, cette recherche a non seulement enrichi notre compréhension des pratiques linguistiques spécifiques dans les médias algériens, mais elle a également ouvert de nouvelles perspectives pour des études futures sur le plurilinguisme, le contact des langues et la communication médiatique en contextes diversifiés. En continuant à explorer ces dynamiques complexes, nous

pourrons mieux appréhender les défis et les opportunités que présente la diversité linguistique pour la construction d'une société algérienne inclusive et interconnectée.

Références bibliographiques

Dictionnaires

- DUBOIS J All, 1994, dictionnaire de linguistique et des sciences du langage, paros : Larousse.
- Dictionnaire le nouveau petit de langue française, 2010, paris : dictionnaire le robert

Ouvrages

- Abdelkébir Khatibi, Amour bilingue, récit, Montpellier, Fata Morgana, 1983.
- ASSELAH RAHAL S., plurilinguisme et migrations, l'Harmattan,2004.
- BARBIER.F LAVENIR.B « histoire des medias, de Dederot à internet .bulletin des bibliothèques » en France (BBF). N1, 1997.
- Chachou, I : Aspects des contacts des langues en contexte publicitaire algérien : Analyse et enquête sociolinguistiques, thèse de doctorat, s/d Lounici A. Université de Mostaganem ,2011.
- Cheriguen, F. x. « Politiques linguistiques en Algérie », Essais de sémiotique du nom propre et du texte, Alger, OPU,2011.
- CHRISTIAN, A. abécédaires en devenir, idéologie coloniale et langue française en Algérie, Alger, ENAP, 1985.
- DABENE, L. et al:« L’insertion des jeunes issus de l’immigration algérienne. Aspects sociolinguistiques, discursifs et socio-politiques », in Rapport de recherche du Programme pluriannuel en sciences humaines (PPSH), Rhône-Alpes, multigraph,1988.
- DABENE L, repère sociolinguistiques pour l’enseignement des langues, paris : hachette, 1994.
- Deroy, L,L’emprunt linguistique, paris, les belles lettres, 1956..
- J.J.GUMPERZ « sociolinguistique interactionnelle » université de la réunion, l’harmattan, 1989.
- KAHLOUCHE, R.:« Diglossie, norme et mélange de langues. Etude de comportements linguistiques de bilingues berbères (kabyle)-français » in, Fouad LAROUSSE (dir.),
- Cahiers de linguistique sociale, Minoration linguistique au Maghreb, Université de Rouen,1933

Thèses

- Ali BENECHERIF. M. Z., “alternance codique arabe dialectal/ français dans des conversations bilingues de locuteurs algériens immigrés/ non immigrés” these de Doctorat, université de Telemcen, 2008-2009.
- ZABOOT.T , Un code switching algérien : le parler de tizi-ouzou, thèse de doctorat, université de la Sorbonne 1989.

Sitographie

- français en ligne, URL : <http://W3.restena.lu/amirfa/exos/gram/reggn.htm>.(consulté le 27/02/2024)
- Site internet : URL: www.entv.dz (consulté le 09/04/2024)
- Site internet des medias Algérie : <http://www.medias-algerie.com>(consulté le 02/05/2024)
- <http://www.mémoireenlineom/10/13/7486/1-alternance-codique-dans-l-émissionradiopgonique-media-mania--de-jijel-FM.html>(consulté le 04/05/2024)
- [https://wikitionary.org/wiki/complement du nom](https://wikitionary.org/wiki/complement_du_nom) (consulté le 07/05/2024)

Table des matières

Table des matières

Sommaire	5
Introduction générale.....	6
Chapitre 01 : Étude descriptive de l'émission « SAMIRA MORNING» et analyse sémiotique du corpus.....	11
1 La présentation du corpus	12
1.1 La présentation de l'émission :	12
1.2 La motivation du choix de l'émission :.....	13
1.3 La description de la scène de l'émission :	14
1.4 La description des vidéos sélectionnées de l'émission	14
1.5 La description des langues utilisées dans l'émission	17
2 Le champ médiatique algérien :.....	18
2.1 Le discours journalistique/ médiatique :.....	18
2.2 La publicité :.....	18
2.3 L'image publicitaire :	19
2.3.1 Les composantes de l'image publicitaire :.....	19
2.3.1.1 Le titre	20
2.3.1.2 L'image :	20
2.3.1.3 L'accroche :.....	20
2.3.1.4 Le langage :	20
2.4 La relation entre la sémiotique et la publicité.....	21
La sémiotique	22
3.1 Les types de la sémiotique :	22
3.1.1 Sémiotique discursive :.....	22
3.1.2 Sémiotique pragmatique	22
3.1.3 La sémiotique visuelle :.....	23
3.2 L'analyse sémiotique :	24
3.2.1-Les signes :.....	25
3.2.2-Les codes :	25
3.2.1 La théorie de connotations :.....	25
4Dérroulement de l'émission	25
4.1 Les rubriques de l'émission	25
4.1.1 La rubrique Kouzinetna	26

4.1.2	La rubrique Etharrak Fi Darek	26
4.1.3	La rubrique Essaha Hiya Sah.....	27
4.1.4	La rubrique Be Beauty	28
4.1.5	La rubrique Fan wa Ibdæ.....	28
5L	L'analyse sémiotique du corpus	29
5.1	L'analyse du logo de l'émission.....	29
5.2	L'analyse de la scène de l'émission	30
5.2.1	Les Couleurs.....	30
5.2.2	Les Fleurs.....	31
5.2.3	Le Sol.....	31
5.2.4	Les tables.....	31
5.3	Analyse des coins des rubriques et des publicités des sponsors	32
5.3.1	L'analyse du coin de la rubrique fan wa ibdæ.....	32
5.3.2	Analyse du coin de la rubrique Be Beauty	33
5.3.3	L'analyse du coin de la rubrique Kouzinetna	34
	Figure 09 : Le coin de la rubrique Kouzinetna	34
5.3.4	Le coin de la rubrique Etharrak fi Darek.....	36
Chapitre 2	39
Contact des langues et analyse sociolinguistique du corpus.....		39
1 La situation sociolinguistique en Algérie		40
1.1 Les langues en présence en Algérie		41
1.1.1 L'arabe		41
1.1.1.1 L'arabe institutionnel.....		41
1.1.1.2 L'arabe dialectal		42
1.1.2 Le berbère		42
1.1.3 Le français.....		43
1.1.4 L'anglais.....		44
2. Contact des langues et analyse sociolinguistique du corpus : ...		44
2.1 Les phénomènes de contact des langues.....		45
2.1.1 Le bilinguisme		45
2.1.2 Le plurilinguisme.....		47
2.1.3 Emprunt		49
2.1.4 La diglossie.....		51
2.1.5 L'interférence.....		51
2.1.6 Les types d'interférences		52

2.1.6.1	Interférence syntaxique	52
2.1.6.2	Interférence lexicale.....	52
2.1.6.3	Interférence phonologique	52
2.1.6.4	Interférence grammaticale :	52
2.1.7	L'alternance codique (code switching).....	54
2.1.8	Les types de l'alternance codique	55
2.1.8.1	Selon J.GUMPERZ	55
2.1.8.2	Selon S. Poplack (1988).	55
Conclusion générale		62
Références bibliographiques.....		65
Table des matières.....		68
Annexe.....		72

Annexe

Liste des figures

Figure 01 : animateurs de l'émission "Samira Morning".

Figure 02 : Scène de l'émission "Samira Morning".

Figure 03 : Premier épisode sélectionné à l'analyse.

Figure 04 : deuxième épisode sélectionné.

Figure 05 : troisième épisode sélectionné.

Figure 06 : le coin de la rubrique Kouzinetna.

Figure 07 : la salle de sport FlexOn de la rubrique Etharrak Fi Darek .

Figure 08 : médecin invité dans la rubrique Saha Hiya Sah.

Figure 09 : le coin de la rubrique Be Beauty.

Figure 10 : le coin de la rubrique Fan Wa Ibdæ.

Figure 11 : le logo de l'émission.

Figure 12 : la scène de l'émission.

Figure 13 : le coin de la rubrique Fan Wa Ibdæ.

Figure 14 : le coin de la rubrique Be Beauty.

Figure 15 : le coin de la rubrique Kouzinetna.

Figure 16 : la salle de sport de la rubrique Etharrak Fi Darek.

Listes des extraits

Extrait 01 : Mohamed Hirech (dentiste) : Généralement sah ki nahiw le nerf l aasab taa sin tezraq la dent ou doka kayn houloul bezzaf kayn haja lewla c'est tabyid dakhili hab yqoul blanchiment interne,

Extrait 02 : Mohamed Heirech : c'est un produit ndirouh f la dent mel dakhel ysema naawdou nefethou chwia l plombage hadek nhato le produit nkhalawah ça depend ala hseb le produit oumbaada naawdou nrenouvliw had l'étape plusieurs fois hata taawed tweli la dent beyda kima lokhrin.

Extrait 03 : Amel : Et bien sûr nqolo sbah lkhir l kamel l'équipe technique li rahi hnaya yaani équipe kbira allah ybarek. Et maranich wahdi Bon adel mazel ma jech raho laheq et nroho directement nqolo l amel sbah lkhir. Amel bonjour ça va ?

Extrait 04 : Coach : Njouzou dorka le toisième excercice li houwa shoulder press win rah nqis fihom les épaules rah nkhadmou b disque taqadrou ntouma 3la hseb niveau taakom soit bel qraa taa Ima ida kontou f dar ida kontou f la sale taqadrou takhadmou b disque taa deux kilos, cinq kilos, dix kilos hata vingt kilo why not.

Extrait 05 : Amel : Alors aujourd'hui je vais faire un joli tableau, donc rako tchofo beli le tableau il est vierge Rani nhawes ala hadik la dame africaine Donc rayha ndir un joli tableau W rayha nestaamel juste le modeling past à la fin de l'application des couleurs b les textures et bien sûr le wax

Extrait 06 : Amel : Oui, kima chefna koul wahed yakder ydir un small business ghir men darou, ce qui fait que tout le monde peut travailler et gagner de la'argent de chez lui

Extrait 07 : Wissem : kima rana nchoufou récemment les astuces taa le makeup un peu par tout ce fait réussir le look.

Extrait 08 : Zahida : Attends, quand je veux euh nahjez un billet d'avion pour Paris

Extrait 09 : Zahida : Il est toujours en déplacement, il est vraiment bezzaf occupé

Extrait 10 : Amel : quand je suis avec ma sœur au souk et je veux acheter des légumes... pour préparer un tajine pour le dîner.

Extrait 11 : Wassila : Ce comportement est vraiment hram.

Extrait 12 : Amel : Alabalek tjini bizarre ki nqoullek bonjour w hna adna qrib sa'aa w hnaya f les coulisses. Nqoullek rebonjour voilà w nqoul l mouchahidina lkiram win ma kountou marahba bikom w Sbah lkhir w mselkhir l nes wella la communauté f l'étranger li sabqinna b swaye'a hata l achr swaye'a nqoulhom marahaba bikom.

Extrait 13 : Zahid : Mouchahidina marhba bikoum win ma kounto ntouma li rakom branchés m3ana fi qanatkoum samira tv fi l'émission diyalkoum samira morning kima kol sbiha njokom men 8h w nos l 10h njewzou sa3a w nos kima lazem lhal b les rubriques b les invités et bien sûr les informations li npartagiwhom m3akom. Donc nselmou 3likoum win ma konto tahiya kbira.


Extrait 14 : Amel : Lyoum raha nchoufou ndirou un vase ensemble bessah ce qui est bien c'est qu'on va decouvrir les perforateurs de papier li rayhin ndirou bihom *des jolies petits pochoires pourquoi pas li rah nestaamlouhom inshaallah sur les supports la sur des assiettes etcétera. Donc voilà

Extrait 15 : Amel : Raki tbani chwiya ayana amel ! C vrai que j'ai passé un petit moment chghoul jewezt l3ars voilà donc... Mebrouk 3la li dzewjou Si non wech rayha djewzilna liyoum.

Extrait 16 : Amel : Généralement ki negel3ou le nerf laassab taa sen terza9 la dent

Extrait 17 : Amel : Les couleurs à peu près win rah ydoro ? Je vais rester dans les temps gris et blanc et doré...djabli rabi raki tkhadmi l salon taa Adel ou ma qoltilnech, tu as toutcompris..hedi la suite ta3 la dernière fois et bah très bien mbaad nawdou nwelou lik amel. Nchllh avec un grand plaisir.



 club99.flexon





Description



سميرة Morning | الالتهاب المفصلي - رياض بن عمر
و آمال سعادوي

48
J'aime

2 003
vues

19 févr.
2024



Description



سميرة Morning | التعامل مع الأطفال | عادل
محمصاجي و أمال سعداوي

64
J'aime

3 789
vues

25 févr.
2024

Résumé

Notre mémoire explore la dynamique sociolinguistique et sémiotique au sein de l'émission télévisée algérienne "Samira Morning " sur Samira TV. Nous examinons comment les langues (arabe, français, parfois anglais) sont utilisées et négociées dans ce contexte médiatique spécifique, ainsi que les phénomènes sociolinguistiques tels que l'emprunt linguistique, le bilinguisme et l'alternance codique. En utilisant une approche sociolinguistique et sémiotique, notre recherche analyse les discours des animateurs et invités, ainsi que les affiches publicitaires de l'émission. Nous explorons également comment les médias peuvent influencer les attitudes linguistiques et les normes sociolinguistiques en Algérie. Notre conclusion souligne l'importance des médias dans la valorisation du multilinguisme et de la diversité culturelle en Algérie, en particulier dans un contexte post-libéralisation médiatique.

Mots clés : la dynamique sociolinguistique – la sémiotique – Samira Morning – les phénomènes sociolinguistique – les discours - les médias.

ملخص

مذكرتنا تستكشف الديناميات الاجتماعية واللغوية داخل البرنامج التلفزيوني الجزائري. نحن ندرس كيفية استخدام اللغات (العربية، الفرنسية، وأحياناً الإنجليزية) والمفاوضات في هذا السياق الإعلامي المحدد، بالإضافة إلى الظواهر الاجتماعية واللغوية مثل الاقتراض اللغوي، والتحول بين اللغات، والتناوب اللغوي. باستخدام منهج اجتماعي لغوي وسيميائي، يحلل بحثنا خطابات المقدمين والضيوف، بالإضافة إلى اللافتات الإعلانية للبرنامج. كما نستكشف كيف يمكن لوسائل الإعلام أن تؤثر على المواقف اللغوية والمعايير الاجتماعية اللغوية في الجزائر. تسلط استنتاجاتنا الضوء على أهمية وسائل الإعلام في تعزيز التعددية اللغوية والثقافية في الجزائر، خاصة في سياق ما بعد التحرير

الكلمات المفتاحية: الديناميات اللغوية الاجتماعية – السيميائية – الظواهر اللغوية الاجتماعية – الخطابات – وسائل الإعلام.

Abstract

Our thesis explores the sociolinguistic and semiotic dynamics within the Algerian television program *Samira Morning* on Samira TV. We examine how languages (Arabic, French, sometimes and English) are used and negotiated in this specific media context, as well as sociolinguistic phenomena such as linguistic borrowing, bilingualism, and code switching. Using a sociolinguistic and semiotic approach, our research analyzes the speeches of hosts and guests, as well as the advertising posters of the program. We also explore how media can influence linguistic attitudes and sociolinguistic norms in Algeria. Our conclusion highlights the importance of media in promoting multilingualism and cultural diversity in Algeria, particularly in a post-media liberalization context.

Key words: sociolinguistic dynamics – semiotics – Samira Morning – sociolinguistic phenomena – discourses – the media.