

L'alternance codique dans les messages publicitaires en Algérie Le cas des opérateurs téléphoniques

Belkacem Boumedini
Doctorant, Université de Mostaganem



Synergies Algérie n° 6 - 2009 pp. 99-108

Résumé : *Depuis quelques années, les opérateurs téléphoniques ont envahi le marché du téléphone portable algérien. Pour une bonne présentation du produit commercialisé, ils ont eu recours à la publicité où les langues se sont mélangées : arabe classique, arabe dialectal, français et même l'anglais. Pour quels objectifs linguistiques, culturels, artistiques et économiques y a-t-il eu recours à ces langues? Quels phénomènes linguistiques en dérivent (emprunt, alternance codique) dans les corpus des trois opérateurs téléphoniques présents en Algérie, matérialisant ainsi une réalité plurilingue de ce pays ?*

Mots-clés : *le français en Algérie, mélange linguistique, emprunt, alternance codique, opérateurs téléphoniques, multilinguisme.*

Abstract: *Since some years, the phone operators have invaded the Algerian mobile phone market. For a good presentation of the marketed product, they have recourse to advertising where languages blend: classical Arabic, dialectal Arabic, French and even English. For which linguistic, cultural, artistic and economic objectives is their recourse to these languages? What linguistic phenomena derive from this fact? (Borrowing, code switching) in the corpus of the three phone operators present in Algeria, explaining a multilingual reality in this country?*

Keywords: *French language in Algeria, linguistic mixture, Borrowing, code switching, the phone operators.*

المخلص: منذ سنوات، عرفت السوق الجزائرية انتشارا كبيرا لمشغلي الهاتف النقال. من اجل تقديم منتج تجاري، لجا معظم الموزعين لإشهار أبن امترجت اللغات : العربية الفصيحة، العربية الدارجة، الفرنسية و حتى الانجليزية. من اجل أي هدف لغوي، ثقافي، فني و اقتصادي يلجئون إلى هذه اللغات ؟ ما هي الظواهر اللغوية التي تنتج عن ذلك في مدونة موزعي الهاتف بالجزائر (جيزي، موبيليس، ونجمة)، والذي يشرح الحقيقة اللغوية في الجزائر.

الكلمات المفتاحية : اللغة الفرنسية في الجزائر، المزيج اللغوي، الترادف اللغوي، الاقتباس اللغوي. موزعي الهاتف،

Introduction

L'Afrique du Nord est une région connue depuis des siècles pour son multilinguisme du fait du contact des langues en présence. Depuis la conquête phénicienne, les langues en passage n'ont pas cessé d'influencer la langue berbère, première langue parlée par les populations vivant sur ce territoire. Cette langue qui « a su résister, dans l'antiquité, aux conquêtes phéniciennes et romaine » (Haddadou, Mohand-Akli, 2003) s'est trouvée incapable de gagner le terrain devant la langue arabe (classique et dialectal). Elle « ne cesse, depuis le VII^e siècle de l'ère chrétienne, de reculer devant l'arabe, langue liturgique de l'Islam, auquel les Berbères s'étaient convertis en masses » (Derradji, 2004 : 20).

L'Algérie, pays du Maghreb, a connu plusieurs envahisseurs après l'arrivée des Arabes (Vandales, Espagnols, Turcs) mais la polémique autour de la question de la langue n'a émergé qu'après la conquête française.

Aujourd'hui, le français est toujours présent en Algérie. Il est de plus en plus approprié aux

« Exigences et contraintes particularisantes imposées par le locuteur algérien (...) et semble s'inscrire dans l'idéologie de la francophonie qui institue par là une sorte de hiérarchisation des divers usages de la langue française » (Haddadou, Mohand-Akli, 2003 : 132). Même si le contexte sociolinguistique et linguistique algérien est bien différent du contexte africain.

La réalité linguistique révèle une situation très compliquée dans le quotidien des Algériens qui recourent de plus en plus en plus à l'emprunt intégré et non intégré, mais surtout à l'alternance codique, phénomènes résultant du multilinguisme. Cette réalité est apparente même dans le domaine commercial où la langue représente l'élément clé dans la présentation du produit commercialisé.

L'Algérie, pays qui a connu une période d'acculturation durant la colonisation, n'a pas pu rejeter son « butin de guerre »¹, dans son processus d'alphabétisation. Le terme de littéracie qui a longtemps signifié alphabétisation

« réfère à l'état des individus qui ont assimilé l'écrit dans leurs structures cognitives au point qu'il infiltre leurs processus de pensée et de communication et que l'ayant ainsi assimilé, ils ne puissent plus se définir sans lui » (Pierre 1994 : 37)

Notre étude tente d'expliquer comment dans le contexte algérien (plurilingue), les opérateurs téléphoniques (Mobilis, Djezzy et Nedjma) ont contribué à l'enrichissement du contexte plurilingue en Algérie en recourant à la combinaison entre les langues en présence, comme stratégie publicitaire permettant d'agir sur le consommateur.

1. Contextualisation

1.1. Situation linguistique de l'Algérie

La situation linguistique en Algérie se caractérise principalement par la coexistence de plusieurs langues : l'arabe classique, l'arabe algérien, le tamazight dans ses différentes variétés, et le français.

La politique linguistique qui s'est imposée depuis l'indépendance s'est nourrie de courants idéologiques venant surtout de l'extérieur, mais selon F. Laroussi :

« Il est difficile de faire un compte rendu exhaustif des courants idéologiques qui ont influencé les politiques linguistiques au Maghreb. Néanmoins toute réflexion, dans ce domaine, ne peut passer sous silence les deux courants dominants, le nationalisme arabe et l'islamisme, avec dans chaque cas des subdivisions correspondant à des tendances différentes, voire antagoniques. » (Laroussi, 2003 : 139)

Se situant sur l'une des rives de la méditerranée, l'Algérie, comme les autres pays du Maghreb n'échappe pas à l'influence de la culture européenne. Le contact avec la France et le français, qui restent depuis la colonisation très présents dans les domaines économiques, a eu et continue d'avoir pour conséquence l'emprunt linguistique qui constitue une source importante de la création linguistique en arabe dialectal.

Comme le décrit le sociologue G. Granguillaume, le contexte algérien se définit par rapport au triangle linguistique qui est l'arabe classique, le français et les deux langues maternelles (l'arabe dialectal et le berbère) :

« La situation linguistique actuelle est ainsi triangulaire, la langue maternelle - arabe ou berbère occupe le champ de la vie familiale et sociale. Dans la vie scolaire, elle demeure la langue de relation entre élèves et enseignants, sauf dans l'acte d'enseigner, qui doit être fait en arabe (classique) ou en français selon le cas. » (Granguillaume, 1979 : 4).

1.2. La publicité du téléphone portable en Algérie

La publicité est « Un des aspects de la communication commerciale, c'est-à-dire d'un des quatre éléments d'action sur le marché ou marketing-mix (le produit, le prix, la distribution, la commercialisation ». (Dayan, 1990 : 5).

Après l'autorisation donnée par l'état aux différents opérateurs étrangers d'investir dans le téléphone portable à la fin des années 1990, Djezzy était le premier à s'aventurer et, depuis, les affiches et les spots se sont multipliés, dans les journaux, à la radio, à la télévision mais aussi sur les enseignes publicitaires.

Le besoin très fort et universel de communiquer pousse les différents conquérants sur le marché du téléphone portable en Algérie à savoir : Mobilis, Djezzy et Nedjema à penser aux moyens les plus efficaces pour atteindre le plus grand nombre d'abonnés. Pour cela, il a fallu qu'un slogan ou un spot publicitaire où apparaissent les différentes langues pratiquées en Algérie, soit lancé.

2. Cadre conceptuel

2.1. Etat monolingue, société plurilingue

L'Algérie, comme la France, est officiellement un état monolingue, puisque ces pays ne reconnaissent qu'une seule langue officielle, l'arabe « classique »² pour l'Algérie et le français pour la France. L'Algérie a hérité comme la plupart des « pays nés de la décolonisation, le modèle de développement (...) des anciennes

puissances coloniales» (Benrabah, 2007 : 55). Cela n'exclut pas la pluralité linguistique et culturelle comme réalité sociale, culturelle et économique : « La société algérienne est pluraliste : dans ses régions, dans ses langues, dans ses conceptions du rapport au passé, à l'avenir, dans ses représentations de l'Occident ou du monde arabe » (Grandguillaume, 1997).

Grosjean considère qu'une personne bilingue ne maîtrise pas forcément une deuxième langue comme sa langue première mais utilise ces deux langues quotidiennement, et développe des compétences en relation à ses besoins :

« Un des nombreux mythes qui entourent le bilinguisme est que le bilingue a une maîtrise équivalente (et souvent parfaite) de ses deux langues. En fait, une personne de ce genre est l'exception ; est bilingue la personne qui se sert régulièrement de deux langues dans la vie de tous les jours et non qui possède une maîtrise semblable (et parfaite) des deux langues. Elle devient bilingue parce qu'elle a besoin de communiquer avec le monde environnant par l'intermédiaire de deux langues et (elle) le reste tant que ce besoin se fait sentir » (Grosjean, 1984 : 17).

Selon les modalités de son développement et les compétences atteintes dans chacune des langues, le bilinguisme peut se présenter sous différentes formes. Une fois atteinte la phase de stabilité, deux types ont été distingués : il peut être dominant (cas majoritaire mentionné par Grosjean) ou beaucoup plus rarement équilibré c'est-à-dire que les compétences sont équivalentes dans les deux langues. De plus, même s'il est possible ce bilinguisme équilibré est instable, puisqu'il peut fluctuer voire disparaître pour laisser place à un bilinguisme dominant.

2.2. L'alternance codique

Telle qu'elle est présentée dans les différentes définitions, l'alternance codique consiste à passer d'une langue à une autre ou d'un système ou sous-système à un autre système ou sous-système grammaticalement différent. Pour Gumperz, elle est la « juxtaposition, à l'intérieur d'un même échange verbal, de passages où le discours appartient à deux systèmes ou sous-systèmes grammaticaux différents. » (Gumperz, 1989 : 64) Ce que Grosjean appelle usage alternatif qui se produit entre deux langues, en rejetant ainsi les « sous systèmes » : « l'usage alternatif de deux ou plusieurs langues dans le même énoncé ou la même conversation » (Grosjean, 1982).

Selon la définition de Poplack, l'alternance peut intervenir chez une personne bilingue, sans préavis et en toute liberté dans le choix des éléments à alterner, à condition qu'il y ait respect des règles grammaticales des langues alternées :

« L'alternance peut se produire librement entre deux éléments quelconques d'une phrase, pourvu qu'ils soient ordonnés de la même façon selon les règles de leurs grammaires respectives » (Poplack, 1988).

Cela évite l'intégration et maintient une frontière entre l'emprunt et l'alternance codique.

Lüdi et Py considèrent aussi que l'alternance n'est possible qu'entre deux langues différentes et lorsque le locuteur se trouve dans une situation bilingue :

« Le passage d'une langue à l'autre dans une situation de communication définie comme bilingue par les participants » (Lüdi & Py, 2003 : 141).

Ces définitions comportent des nuances, voire des différences, peut-être parce qu'elles ont été proposées pour des contextes linguistiques différents et à des périodes différentes de l'histoire de la recherche sociolinguistique. Par rapport à notre corpus (la publicité des opérateurs téléphoniques) et au contexte sociolinguistique de notre étude (l'Algérie), nous considérons que l'alternance codique intervient dans un échange verbal nécessairement bilingue, et peut prendre la forme de toute une série de combinaisons entre deux ou plusieurs langues ou variétés d'une même langue, ou même entre deux ou plusieurs parlers régionaux, dans le but de faciliter au locuteur, soit l'expression de son bilinguisme (ou multilinguisme), soit la transmission d'un message à des récepteurs bilingues (multilingues). Lors des échanges verbaux, les frontières linguistiques doivent apparaître clairement entre les différentes langues employées.

2.3. L'emprunt

Plusieurs définitions ont été proposées pour expliquer le phénomène de l'emprunt. Pour J. Dubois, emprunter une unité ou un trait linguistique implique son intégration dans un parler qui présente une insuffisance lexicale : « Il y a emprunt linguistique 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 » (Dubois et al. 1973 : 188).

Tout comme Dubois, Deroy ne limite pas l'emprunt au mot mais, plutôt, il considère que toute forme d'expression reçue d'une autre langue peut représenter un emprunt : « Une forme d'expression qu'une communauté linguistique reçoit d'une autre communauté » (Deroy, 1956 : 18)

J. Hamers introduit un autre élément dans sa définition : la conscience. Elle considère en effet que si le locuteur n'est pas conscient d'avoir utilisé un mot qui n'appartient pas à la langue qu'il utilise quotidiennement, l'emprunt devient interférence :

« Un emprunt est un mot, un morphème ou une expression qu'un locuteur ou une communauté emprunte à une autre langue, sans le traduire. Lorsque l'emprunt est inconscient, il se confond avec l'interférence » (Hamers, 1997 : 136).

Cependant, on peut faire remarquer que ce critère de la conscience d'utiliser une expression provenant d'une autre langue ou variété est délicat à appliquer par le linguiste.

Dans son article « Emprunt ou xénisme : les apories d'une dichotomie introuvable ? » Queffelec reprend la distinction que Deroy a opérée entre l'emprunt et le xénisme :

[...] Au point de vue de l'usage à un moment donné de l'histoire d'une langue, c'est-à-dire de la synchronie, l'emprunt total se présente [...] avec de multiples nuances d'extension. On peut distinguer deux catégories : les pérégrinismes ou xénismes, c'est-à-dire les mots sentis comme étrangers et en quelque sorte cités (les Fremdwörter des linguistes allemands) et les emprunts proprement dits ou mots tout à fait naturalisés (les Lehnwörter) » (Deroy, 1956 : 224).

A partir de cette définition, nous pouvons distinguer deux catégories de mots empruntés. D'une part, les pérégrinismes ou xénismes, c'est-à-dire les mots utilisés par le locuteur et considérés par lui comme étrangers, c'est-à-dire non intégrés à la langue réceptrice. Ils représentent des emprunts « non stabilisés » ; d'autre part, des mots complètement intégrés dans la langue emprunteuse et apparaissant comme des emprunts stabilisés.

L'intégration des mots empruntés s'opère aux plans phonétique et phonologique, selon quatre modalités, d'après Deroy :

« [...] Il y a quatre façons d'adapter la prononciation d'un mot étranger : négliger les phonèmes inconnus ou imprononçables, leur substituer des phonèmes usuels, introduire des phonèmes nouveaux pour donner au mot un air familier, déplacer le ton conformément aux règles de la langue emprunteuse » (Deroy, 1956 : 224).

L'intégration au plan morphologique permet aux termes empruntés d'être dotés d'un nombre, d'un genre et d'une personne dans la langue emprunteuse. Certains mots empruntés restent fidèles au genre et au nombre une fois intégrés dans une langue, c'est le cas de *sbitar* (hôpital), *machina* (machine), d'autres au contraire changent de genre, comme *lavio* (l'avion). Un Français dira : cet avion. Un Algérien dira plutôt : *hadik lavio* (cet avion). Pour former le pluriel d'un mot emprunté à la langue française et inséré dans l'arabe algérien, plusieurs formes sont possibles. Ainsi, pour le pluriel du mot machine, on peut rencontrer : *machinat*, *mwachin*, *mmachin*, pour le mot table, on a : *tablat*, *twabal*.

Sur le plan sémantique, Queffelec montre qu'un mot emprunté à une langue peut garder son sens dans cette langue d'origine, comme il peut perdre le sens qu'il avait dans la langue A et prendre un sens distinct dans la langue emprunteuse. Des mots comme *fort* (avec le r roulé), emprunté au français, changent de sens une fois utilisés dans la langue arabe, de même que le mot *bled* qui est utilisé autrement que dans l'arabe algérien. Comme le note Deroy : « L'emprunt d'un mot entraîne aussi parfois des modifications sémantiques » (Deroy, 1956 : 261).

Dans le cas de l'Algérie, où le contact entre le français et l'arabe dialectal remonte à la période coloniale, l'application des notions d'emprunt et d'alternance codique devient problématique. Dans un premier contact avec le français, les Algériens ont procédé à l'algérianisation du français, de sorte que les mots et les expressions empruntés se sont intégrés et ont subi une transformation.

3. Présentation du corpus

Notre corpus a été réalisé à partir des messages publicitaires proposés par les opérateurs Mobilis, Djezzy et Nedjma. Ce choix est dû surtout au recours

au mélange de plusieurs codes linguistiques dans le même message chez les deux opérateurs téléphoniques privés, Djezzy et Nedjma, qui succèdent à Mobilis, le représentant de la concurrence étatique face à la privatisation de la télécommunication en Algérie. Le corpus a été transcrit en suivant les conventions du guide³ édité par l'Institut National des Langues et Civilisations Orientales, conçu par des spécialistes des variétés de l'arabe maghrébin. Il se compose de treize messages répartis en quatre messages pour l'opérateur Djezzy, huit pour Nedjma et un message représentant le seul opérateur étatique Mobilis.

Les messages choisis présentent une variété de combinaisons entre les différentes langues en présence en Algérie. Nous avons jugé intéressant de présenter une traduction française des passages en arabe (classique et dialectal) déjà transcrits en graphie latine, pour qu'elles soient comprises du public francisant. Ainsi que d'indiquer les langues employées tout au long du corpus.

L'opérateur	Les messages	Arabe classique	Arabe dialectal	Français	Anglais
Djezy	- <i>Eich</i> (vis) la vie - <i>Eich</i> (vis) le foot -Pack (Mot anglais qui signifie emballage réunissant un lot d'une même marchandise) <i>lahbal</i> (la folie) - <i>Eich</i> les joies de l' <i>aid</i> (la fête) avec Djezy	+	+	+	+
Nedjma	- <i>Ch hal</i> (combien) la validité ? <i>Maa zal</i> (pas encore) -l'appel à quatre dinars vers <i>gaa</i> (tous) les réseaux. - <i>Al moukalama bi</i> (l'appel à) quatre dinars <i>Nahwa gaa</i> (vers tous) les réseaux. - Fort <i>bazzaf</i> (très ou beaucoup) - <i>Bitakat attaabia maâ</i> (carte de recharge avec) la puce star. - <i>Bi imkan zabain</i> (les clients peuvent) le forfait groupe <i>al istifaada min khadamat</i> (bénéficier des services de) Nedjma storm (mot anglais qui signifie tempête, orage). -Abonnement Nedjma, <i>afdal ichtirak li afdal tahakoum</i> (meilleur abonnement pour meilleurs services.) - <i>Mabrouk</i> (félicitations) à l'heureux gagnant	+	+	+	+
Mobilis	-Mobilis <i>Akbar chabaka fi ldjazair</i> (le plus grand réseau en Algérie)	+		+	

4. Analyse du corpus

Dans ce tableau, nous retrouvons une série de messages publicitaires des opérateurs Djezzy Nedjma et Mobilis. Les messages s'organisent autour de cinq thèmes:

a. Le coût de l'appel

Ex1 : L'appel à quatre dinars vers *gaa* (tous) les réseaux (Nedjma)

Ex2 : *Al moukalama bi* (l'appel à) quatre dinars *Nahwa gaa* (vers tous) les réseaux (Nedjma)

b. La validité

Ex : *Ch hal* (combien) la validité ? -*Maa zal* (Pas encore) (Nedjma)

c. La couverture du réseau

Ex : *Mobilis Akbar chabaka fi Idjazair*. (Mobilis, le plus grand réseau en Algérie) (Mobilis)

d. L'abonnement

Ex : -Abonnement Nedjma, *afdal ichtirak li afdal tahakoum* (meilleur abonnement pour meilleurs services) (Nedjma)

c. Les nouveaux services proposés

Ex 1 : Pack (mot anglais qui signifie emballage réunissant un lot d'une même marchandise) *lahbal* (la folie).

Ex 2 : *Bitakat attaabia maâ* (carte de recharge avec) la puce star/

Dans notre corpus, nous remarquons qu'il existe une frontière linguistique entre les unités en français et celles en arabe dialectal ou en arabe classique, puisqu'aucune unité ne s'impose sur l'autre pour la forcer à s'intégrer. Ceci explique qu'il s'agit beaucoup plus d'alternance codique que d'emprunt, comme dans l'exemple suivant, proposé par l'opérateur Nedjma: *Al moukalama bi* (l'appel à) quatre dinars *Nahwa gaa* (vers tous) les réseaux où nous remarquons la délimitation des codes : -*Al moukalama bi* (arabe classique) - quatre dinars (français) -*Nahwa* (arabe classique) - *gaa* (arabe algérien).

Le recours à l'alternance codique entre le français et l'arabe (classique et algérien) dans ces messages publicitaires reflète la situation bilingue de l'Algérie, conséquence du contact linguistique entre Algériens et Français depuis l'époque coloniale et jusqu'à nos jours.

Les mots empruntés à l'anglais comme Storm et Pack, n'ont pas été stabilisés, ce qui les laisse toujours étrangers au récepteur algérien. Il s'agit donc d'un xénisme, si l'on se réfère à la définition de Deroys, (présentée dans la partie théorique).

Nous remarquons enfin l'absence de la langue tamazight⁴ du corpus. Cela s'explique peut-être par la volonté de proposer des messages qui soient compris par un grand nombre d'Algériens, puisque cette langue n'est pratiquée aujourd'hui que dans la région de la Kabylie et que, par conséquent, son emploi peut engendrer le rejet du produit offert.

Le choix du terme *Gaa* en arabe algérien plutôt que *kol* (tous) en arabe classique a un impact sur l'acheteur qui repère dans le message sa langue maternelle, ce qui le familiarise avec le contenu du message : la couverture réseau. Pour demander le prix ou la quantité, un Algérien peu alphabétisé dira *Chhal* (combien en arabe algérien) plutôt que *Kam* (combien en arabe classique) ou combien (en français). Cette alternance entre *Chhal*, en arabe algérien et « la validité » en français avec la réponse *Maa zal* (message proposé par Nedjma) permet aux abonnés de différents niveaux de connaissances de comprendre le contenu.

Nous retrouvons aussi l'emploi du superlatif comme : *Gaa, Akbar, kol afdal, Fort bazzaf* ce qui évoque l'idée de la concurrence chez les opérateurs.

Le recours à l'alternance des codes a parfois des fins esthétiques, comme la rime dans les exemples suivants :

- vers *gaa* (tous) les réseaux (Nedjma)
- *Ch hal* (combien) la validité ? *Maa zal* (pas encore) (Nedjma)

Dans l'exemple 1, le mot français *vers* rime avec le mot arabe algérien *gaa*. Dans l'exemple 2 la rime est exprimée par les deux mots en arabe algérien (*Ch hal* et *Maa zal*) insérés dans les deux phrases en question/réponse.

Avec l'image, la langue joue un très grand rôle dans la présentation d'un produit commercial. Ce recours à l'alternance des codes a une finalité commerciale et identitaire puisqu'il a pris en considération la composante essentielle de l'identité algérienne : la langue.

Conclusion

Si la littéracie a signifié un jour l'alphabétisation : « Au niveau social, le concept de littéracie est intimement lié au concept de culture » (Pierre, 1994 : 37). Cela nous permet de dire que le recours aux différentes langues présentes dans la société algérienne permet de faire émerger et de revaloriser la culture dans cette société. En optant pour l'alternance des codes dans leurs messages publicitaires, les opérateurs téléphoniques ont réussi à conquérir un secteur économiquement vierge et d'obtenir un grand nombre d'abonnés.

Avec cet article, nous avons tenté de démontrer comment la population algérienne s'est familiarisée avec la publicité des opérateurs téléphoniques, ce qui permet de dire que les études sur la littéracie ne sont pas liées au contexte d'enseignement mais plutôt sont élargies à d'autres secteurs, économiques, commerciaux, etc. Où la langue est l'enjeu principal.

Notes

¹ Expression empruntée à Kateb Yacine.

² A notre connaissance il n'a jamais été question dans des textes officiels de préciser quelle langue arabe (classique ou dialectale).

³ Propositions concernant la notation usuelle de l'arabe maghrébin : graphie arabe et graphie latine, synthèse de la journée d'étude du CEDREA - dialectologie - INALCO - 24 mai 1997, élaborée par Dominique CAUBET en janvier 1998, 2^{ème} édition (juin 2000).

⁴ Nous ne pouvons pas affirmer qu'il n'existe aucun message en langue tamazight puisque nous ne disposons pas de toutes les données sur la publicité proposée dans la région de la kabylie.

Bibliographie et Sitographie

Abou, Selim. 1981. *L'identité culturelle*, Paris, Anthropos.

Armand, Dayan. 1990. *La Publicité*. Paris, PUF.

Benrabah, Mohamed. 2007. « Politique linguistique en Algérie : insécurité au sommet ». *Ouvertures à la base, Variations au cœur et aux marges de la sociolinguistique*, Mélanges offerts à Jacqueline Billiez, Paris, L'Harmattan.

Bourhis Richard Y, Lopicq Dominique, et Itesh Sachdev. 2000. « La psychologie sociale de la communication multilingue ». In *Divers Cité Langues*. <http://www.telouquebec.ca/diverscite>.

Deroy, L. 1956. *L'emprunt linguistique*, Paris, Les Belles Lettres, p.18. books.google.com

Derradji, Yacine, 2004, La langue française en Algérie : particularisme lexical ou norme endogène, *Les cahiers du S.L.A.D*, Edition SLAD, Constantine, Algérie.

Dubois, Jean et al. 1973. *Dictionnaire de linguistique*, Paris, Larousse.

Grandguillaume, Gilbert. 1997 « Arabisation et démagogie en Algérie ». *Le Monde diplomatique*. <http://www.monde-diplomatique.fr>.

Grojean, F. 1984. « Le bilinguisme : Vivre avec deux langues ». *Tranel* n° 7.

Haddadou, Mohand-Akli. 2003. « L'Etat algérien face à la revendication berbère : de la répression aux concessions, Quelle Politique linguistique pour quel Etat-nation ? » *Glottopol* n° 1. <http://www.univ-rouen.fr/dyalang/glottopol>.

Hamers, J. 1997. « Emprunt ». In Moreau, Marie-Louise. 1997. *Sociolinguistique concepts de base*. Sprimont, Mardaga.

Glottopol n° 2, Juillet 2003. <http://www.univ-rouen.fr/dyalang/glottopol>.

Gumperz, J. J. 1989. *Engager la conversation*. Paris, Minuit.

Laroussi, Fouad. 2003. « Quelle politique linguistique dans l'état nation. Idéologies linguistiques et Etat-nation au Maghreb », *Glottopol* n° 1.

Lüdi, G. & Py, B. 2003. *Être bilingue*. Bern, Peter Lang (3^{ème} édition).

Poplack, S. 1988, « Conséquences linguistiques du contact des langues : un modèle d'analyse variationniste », *Langage et Société*, n° 43.

Régine, Pierre, 1994, De l'alphabétisation à la littératie : le défi du XXI^e siècle. Conférence d'ouverture. Actes du colloque *Citoyens de demain : Quelle éducation?* Paris, UNESCO.

Trimaille, Cyril. 2006. *Plurilinguisme et identités*, Cours de master, Grenoble. Non publié.