

**Approche sociolinguistique du discours journalistique en
Algérie: renouvellement social et renouvellement linguistique
Nadjiba Benazzouz, Université de Biskra, Algérie.**

Resume :

Tout changement linguistique se trouve déterminé non seulement par sa structure immanente qui règle les échanges des locuteurs dans une communauté, mais aussi par son fonctionnement soumis aux lois d'évolution d'une société donnée. La modification de la structure sociale se traduit par un changement des conditions dans lesquelles se développe le langage. Dans une perspective sociolinguistique, nous nous sommes posée la problématique suivante : dans quelle mesure le changement social peut-il intervenir dans la création de nouvelles unités lexicales dans la presse écrite algérienne?

الملخص:

التغيير اللغوي ليس مرتبطا فقط بشكل الكلمات الجديدة، انه أيضا يواكب التطور الاجتماعي لمجتمع ما فالتغيير الاجتماعي يخلق وسطا جديدا لتطور اللغة. و من الملاحظ أن النص الصحفي الصادر عن الصحافة المكتوبة يختلف عن باقي النصوص الإعلامية، لذا تهدف هذه المداخلة إلى دراسة مجموعة وحدات لغوية منتقاة من الصحافة الجزائرية المكتوبة باللغة الفرنسية و ذلك للإجابة عن الإشكالية التالية: كيفي تؤثر التطورات الاجتماعية على الإبداع اللغوي لدى الصحفيين.

Introduction:

La linguistique est nécessairement sociolinguistique, selon W. LABOV, c'est-à-dire qu'on ne peut étudier la langue qu'en relation avec des variables sociales. Dans la présente contribution, nous souhaitons montrer l'impact du changement social sur l'évolution linguistique, selon W. LABOV « *on peut difficilement chasser la conclusion du sens commun, selon laquelle, en fin de compte, la linguistique doit avoir pour objet l'instrument de communication qu'emploie la communauté* »⁽¹⁾.

Cette vision met l'accent sur le lien indissociable qui existe entre la langue et la société. De ce fait, les néologismes ne sont qu'un produit de société et leur étude ne se fait qu'en relation avec l'évolution sociale d'une communauté. Comme le développe W. LABOV, la société a des incidences sur la langue, et « *c'est en effet dans et par la langue qu'un individu et société se déterminent mutuellement* » (2).

Il est question, dans la présente intervention, de montrer que le rééquilibrage d'une situation linguistique comme celle en Algérie passe nécessairement par la reconstruction sociale, culturelle, politique et identitaire manifestée dans les statuts des différentes langues existantes. Le français en usage en Algérie, avec ses particularités lexicales, semble se constituer progressivement sa propre identité dans son nouveau milieu d'adoption.

1. PARTICULARITE DU DISCOURS JOURNALISTIQUE

La presse est un objet qui participe d'une réalité complexe où interviennent des facteurs aussi nombreux que divers. Son statut de moyen de communication de masse, les fonctions qu'elle assume, les enjeux dont elle est l'objet et les modélisations auxquelles elle se prête, la soumettent à un large spectre de déterminations dont il est peu probable de pouvoir dresser un état complet. Son étymologie provient du latin *pressus*, qui veut dire pressé, comprimé, serré, enfoncé. La presse ou presse écrite désigne l'ensemble des journaux. Plus généralement, elle englobe tous les moyens de diffusion de l'information écrite : quotidiens, hebdomadaires et autres publications périodiques ainsi que les organismes professionnels contribuant à la diffusion de l'information écrite.

Moyen de communication, la presse véhicule un message, ce message est mis en forme par le texte, c'est ce dernier qui fait la presse en lui conférant sa valeur pratique. Ce texte est une manifestation linguistique, issue, à l'origine, d'un besoin de communication. Cette pulsion communicative installe son produit dans des réseaux communicationnels déterminés.

Etant donné que la langue est un moyen de communication par lequel les gens échangent de l'information, il faut inventer un nouveau mot pour désigner de l'information qui serait nouvelle. Toute langue évolue nécessairement, et tout changement linguistique

se trouve déterminé non seulement par sa structure immanente qui règle les échanges des locuteurs dans une communauté, mais aussi par son fonctionnement soumis aux lois d'évolution d'une société donnée. La modification de la structure sociale se traduit par un changement des conditions dans lesquelles se développe le langage. De ce fait, le discours journalistique émis à travers la presse écrite se voit différent des autres discours médiatiques. L'analyse et la description de ce genre de discours demande un traitement un peu particulier par son caractère scriptural qui nécessite une lecture et une connaissance préalable du code (langue d'écriture y compris le processus créatif) qu'utilise cette presse.

2. PROBLEMATIQUE, CORPUS D'ETUDE ET OBJECTIFS

Les linguistes s'intéressent à l'étude des rapports entre la langue et le jeu des mouvements sociaux, accordant une attention particulière à des relations sociales établies dans et par le nouveau mot, ce qui laisse à dire que « *la formation du néologisme n'est pas une opération purement linguistique, qu'elle est à la fois un phénomène de langue et un phénomène de société* » (3).

Le signe linguistique qui constitue *l'arène* selon Bakhtine fait que le langage ne soit pas isolé de son contexte social : « *La véritable substance de la langue n'est pas constituée par un système abstrait de formes linguistiques... ni par l'énonciation monolingue*

isolée, ni par l'acte psychologique de sa production, mais par le phénomène social de l'interaction verbale »⁽⁴⁾.

Notre étude relative à l'analyse des lexies néologiques dans le discours journalistique se concentre plus particulièrement sur un corpus écrit se composant de 580 lexies néologiques extraites de la presse écrite algérienne d'expression française pendant la période s'échelonnant du 01 / 06 / 2010 au 31 / 05 /2011. Les trois quotidiens nationaux d'expression française : El-Watan, Liberté et Quotidien d'Oran en sont le support. Ce choix est bien entendu lié à l'objectif global de la recherche qui a pour ambition de donner une image des différentes facettes du français écrit en Algérie, en évoquant l'impact du changement social, culturel et politique sur les pratiques linguistiques des journalistes.

Le traitement de ce corpus va nous permettre d'étudier les nouvelles réalités de la langue française en Algérie tout en répondant à la problématique suivante : En quoi le changement linguistique est-il relié aux changements sociaux? Autrement dit, dans quelle mesure le changement social peut-il intervenir dans la création de nouvelles lexies ? Les objectifs visés à travers cette étude étant d'abord, de montrer l'impact du changement social sur la créativité linguistique et de voir comment le locuteur arrive à répondre à ses lacunes en matière de lexique en faisant recours aux différentes langues composant le paysage linguistique algérien. Le choix de la presse écrite algérienne d'expression française est un

choix conscient dans la mesure où ce discours journalistique véhicule non seulement l'information mais une effervescence linguistique marquée par la présence de différentes variétés composant le champ linguistique algérien.

Dans la présente contribution, nous allons essayer de comprendre comment fonctionne le processus néologique et dans quelles conditions sociales émerge une nouvelle unité lexicale, c'est pourquoi nous allons focaliser notre intérêt sur l'ensemble des événements et des mutations politiques, sociologiques, culturelles et religieuses qui ont présidé à l'expansion de la langue et qui ont eu une influence sur son évolution pendant la période considérée. Ces nouvelles unités linguistiques, composant notre corpus, sont produites dans des conditions précises et leur sens ne peut être appréhendé qu'en les plaçant chacune dans son contexte, il serait donc impensable de tenter de déconnecter la néologie des conditions d'énonciation qui font apparaître les néologismes. Selon MAINGUENEAU D. « *les conditions d'apparition du discours, son mode d'existence constituent d'une certaine façon son sens* »⁽⁵⁾.

C'est pourquoi, pour mieux saisir les spécificités du discours dans lequel apparaissent les néologismes, nous essayerons de mettre l'accent sur leurs conditions d'énonciation. Nous essayerons de relier, dans une perspective interprétative, les changements linguistiques aux changements sociaux, c'est dans ce sens que cette

étude abordera la question de l'évolution de la langue selon une approche sociolinguistique.

1. ESSAI DE CLASSIFICATION DES LEXIES NEOLOGIQUES

Notre recherche qui s'intéresse à l'analyse du phénomène linguistique observé depuis peu en Algérie, celui de la naissance et la création d'unités lexicales nouvelles, vise à interpréter cette dynamique lexicale de point de vue sociolinguistique et socioculturelle puisqu'il est impossible de dissocier les manifestations, les pratiques linguistiques des locuteurs qui les ont réalisés, utilisés, de leur contexte d'apparition. L'objectif étant de montrer dans quelles directions évolue le lexique et quels sont les rôles sociaux à ces changements. Le changement linguistique se produit par la différenciation à travers les générations qui coexistent dans une même synchronie. La néologie prend donc une dimension sociolinguistique. La consultation des journaux parus pendant la période choisie nous a permis d'observer un recours croissant à la création de mots nouveaux. Selon XU : « *l'analyse quantitative d'un corpus peut souvent servir à dégager une certaine tendance linguistique reliée au contexte d'une époque particulière dans une société donnée* » ⁽⁶⁾.

Ainsi, la période que nous avons choisie pour faire la collecte des néologismes, coïncide avec un contexte politico social très particulier ; elle jalonne d'évènements qui ont marqué l'actualité sur

l'échelle nationale et internationale surtout dans le monde arabe entre le 01/06/2010 et le 31/05/2011.

Pour les besoins de notre recherche, nous nous sommes intéressée au processus de répartition des lexies néologiques collectées selon les domaines de production, leurs fréquences dans un journal par rapport à un autre, leur répartition par mois. Ces critères extralinguistiques nous renseignent sur ce processus néologique et à ses causalités sociale, culturelle et identitaire.

2.1. Répartition des lexies néologiques par domaines

Les lexies néologiques seront classées par domaines sémantiques qui sont au nombre de quatre à savoir : le domaine social, le domaine politique, le domaine religieux et le domaine culturel. Il est à noter que cette classification est loin d'être exhaustive dans la mesure où les sujets traités par les journalistes sont d'ordre varié. Pour rendre notre tâche plus pratique, nous avons inclus dans le domaine social : les comportements sociaux, les faits de société, les choses du quotidien et des réalités nouvelles, les activités et les métiers, les idéologies. Même les domaines de très faible présence tels que le sport, l'économique, le tourisme...font partie dans notre classification du social.

Notre objectif à travers la classification par domaines est de démontrer que l'appartenance sociale, culturelle, politique et religieuse influence le processus néologique. La langue française utilisée par les journalistes algériens s'est appropriée pour devenir un

moyen d'affirmation sociale et culturelle. Les lexies néologiques sont réparties, selon les domaines, dans le tableau suivant:

Néologismes Domaines	Nombre de néologismes	Pourcentages
Social	342	58,96%
Politique	84	14,48%
Culturel	78	13,44%
Religieux	76	13,10%

Tableau 01: Répartition des lexies néologiques par domaines.

Ces résultats peuvent être présentés comme suit :

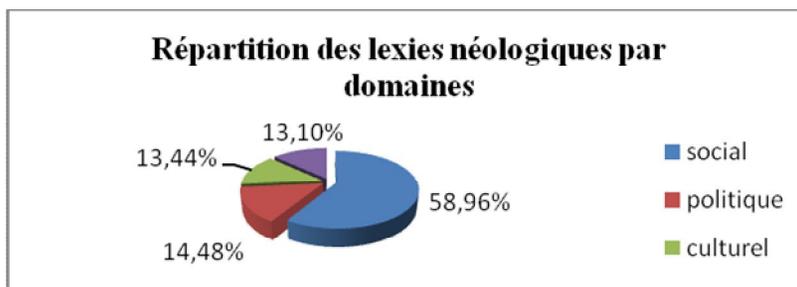


Figure : 01

D'après les résultats récapitulés dans la figure ci-dessus, nous pouvons dire que les lexies néologiques sont utilisées dans des domaines très variés : le domaine social, est celui où la création

lexicale est forte, la proportion des lexies néologiques en témoigne : 58,96%. Le domaine de la politique est bien représenté, il constitue 14,48% de l'ensemble des néologismes. Avec la proportion de 13,44%, le domaine culturel devance de très peu celui de la religion 13,10%.

Ces proportions nous permettent de constater que le domaine qui suscite le plus la néologie journalistique est celui du social, il comporte, à lui seul, plus de la moitié des créations lexicales (58,96%) suivi du domaine de la politique. Ces données peuvent être interprétées comme suit : La place importante occupée par le domaine social est, sans doute, due à la nature des articles de presse à partir desquelles ont été extraites les lexies néologiques, articles de commentaire, où les journalistes ne se contentent pas de décrire ou de commenter ce qui se passe mais tentent parfois d'explicitier certains comportements sociaux et ce, en mettant en évidence les problèmes du citoyen algérien confronté au chômage, au terrorisme...etc. Il est à noter que cette période de l'année 2010/2011 a été marquée par la pénurie de certains produits de grande consommation, la hausse des prix, crise de logements, problème de liquidité dans les postes et la question du pouvoir d'achat sont devenues des thèmes centraux dans les articles de prsses. Nous citons à titre d'exemple les lexies néologiques suivantes : *prêt-à-habiter, soucial, guellil, marchandables, s'entremanger, tout est ghali, zawaliya, prêt-à-manger, mdammar, demmerebarkisme, sans-le-douroetc.*

Le nombre des lexies néologiques renvoyant au domaine de la politique est considérable. Certes, ces résultats sont à mettre en relation avec les événements qui ont marqué la scène politique en Algérie et dans le monde arabe (printemps arabe) pendant la période s'étalant du 17/12/2010 jusqu'à l'année 2011, commençant par la révolution tunisienne, ensuite égyptienne et arrivant à celle libyenne, ainsi que d'autres événements internationaux. A l'échelle nationale, le pays a connu différents émeutes et manifestations, nous citons à titre d'exemple les émeutes du 3 janvier 2011 contre la flambée des prix de quelques produits, grèves de différentes strates de la société (médecins, étudiants, gardes communaux...) et les manifestations chaque samedi demandant la levée de l'état d'urgence. Les lexies néologiques qui relèvent de ce domaine sont nombreuses : *Anti-Bouteflika*, *moukhabarates*, *baltaguisme*, *Si -Kadhafi*, *antimeute*, *méga-grève*, *anti-Quaida*, *kabouliser*, *Bouteflikien*...

En ce qui concerne l'appartenance au domaine culturel, 13,44 % des lexies ont été concernées exemple : *Karkabou*, *El Fen el Acil*, *Layali El Malouf*, *Zorna*, *Hawzi*, *Melhoun*...etc. Signalant que pendant l'année 2011, la ville de Tlemcen a été proclamée capitale de la culture islamique, de grandes manifestations culturelles ont été ainsi organisées.

Cependant, les lexies correspondant au domaine religieux sont en dernière position malgré que la période de la collecte des néologismes a coïncidé avec l'avènement du mois de Ramadhan, les

fêtes de *l'aïd Esseghir* et *l'aïd Elkebir*. Les lexies correspondant à ce domaine sont presque égales à celles du domaine culturel, nous citons les exemples suivants : *choura, post-chorba, Adhan du Maghreb, siyam makhoul, tarrawih, zakat, sadaka...*

2.2. Répartition des lexies néologiques par journal

Nous avons sélectionné trois journaux d'étude et non pas un seul afin de collecter le plus grand nombre de néologismes. Nous avons choisi les trois journaux les plus lus, ce choix est bien réfléchi. D'une part, démontrer que le processus néologique en Algérie ne se manifeste pas seulement dans un seul journal et d'autre part, établir une comparaison dans notre analyse du corpus entre ces trois journaux pour voir si ce processus néologique est réparti d'une manière équitable. Les lexies néologiques sont réparties comme suit :

Néologismes Journal	Nombre de néologismes	Pourcentages
El Watan	128	22,06%
Quotidien d'Oran	319	55%
Liberté	133	22,93%
Total	580	100%

Tableau 02 : Répartition des lexies néologiques par journal.

A la lecture de ce tableau, nous remarquons que 319 néologismes sont produits dans le journal le Quotidien d'Oran, c'est-à-dire presque sur 2

néologismes produits, un néologisme est produit par les journalistes du Quotidien d'Oran. Ainsi les deux autres journaux, El Watan et Liberté se partagent respectivement les nombres suivants : 128 et 133 néologismes.

Ces résultats peuvent être présentés de la manière suivante :

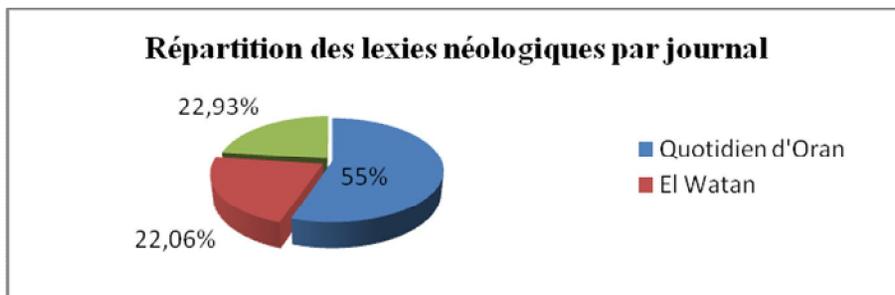


Figure 02

Ces chiffres peuvent être interprétés comme suit :

La primauté du journal Quotidien d'Oran dans la production de la plus grande proportion des lexies néologiques est remarquable. Plus de la moitié de ces lexies 55% sont collectées de ce journal, à noter que les attitudes et les comportements constituent l'un des centres d'intérêts des journalistes ce qui reflète d'ailleurs une grande subjectivité. Tandis que les deux journaux : *El Watan et Liberté* forment ensemble le pourcentage de 44.99 %. Dès lors, nous pouvons dire que le processus néologique se diffère d'un journal à l'autre selon la manière et la vision du monde de leurs journalistes.

2.3. Répartition des lexies néologiques par mois

Pour vérifier la régularité du processus néologique, nous allons procéder à leur répartition par mois. Notre objectif à travers cette répartition est de mettre l'accent sur l'influence des événements sociaux, culturels, politique et religieux sur la créativité linguistique qui émerge dans le discours journalistique algérien. La période de collecte des lexies a coïncidé avec un environnement complexe des émeutes, des manifestations et des protestations nationaux et internationaux, mais leur fréquence s'est différée d'un mois à l'autre.

Le nombre total des néologismes extraits pendant la période de douze mois (sept mois de l'année 2010 et cinq mois de l'année 2011) est 580 lexies, elles sont réparties comme suit :

	Néologismes Mois	Nombre	Pourcentage
2010	Juin	52	8,96%
	Juillet	39	6,72%
	Août	64	11,03%
	Septembre	62	10,68%
	Octobre	54	9,31%
	Novembre	33	5,68%
	Décembre	39	6,72%

2011	Janvier	58	10%
	Février	46	7,93%
	Mars	50	8,62%
	Avril	44	7,58%
	Mai	39	6,72%
Total	12	580	99,95%

Tableau 03: Répartition des lexies néologiques par mois

A la lecture de ce tableau, nous pouvons procéder au classement des mois selon le pourcentage le plus bas au plus élevé: novembre, mai, juillet, décembre, avril, février, mars, juin, octobre, janvier, septembre, août, ce qui va être présenté comme suit :

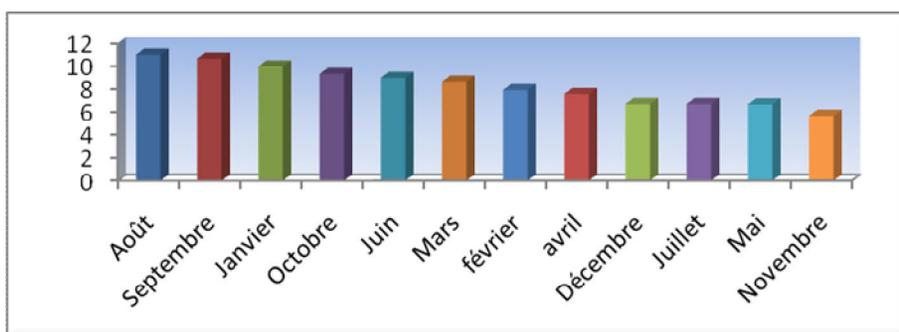


Figure 03: Répartition des lexies néologiques par mois

BENMAYOUF admet qu' « *il est impossible de dissocier les pratiques linguistiques des locuteurs qui les ont réalisées, utilisées ou colportées du contexte dans lequel les locuteurs s'inscrivent* » (7).

Si l'on prête attention à la conjoncture politique et socioculturelle pendant la période s'étalant du 01 juin 2010 jusqu'au 30 mai 2011, nous pouvons remarquer que la création lexicale est abondante durant les mois qui ont été très riches en événements. Marqués par de nombreux troubles, les 12 mois de notre période ont vu le surgissement de nombreuses formes néologiques. Ce constat permet d'affirmer que la néologie journalistique est soumise aux facteurs sociopolitiques et socioculturels.

La proportion des lexies parues pendant le mois d'août 2010 est écrasante cela s'explique par le fait que ce mois a coïncidé avec le mois de Ramadhan , la deuxième place est occupée par le mois de septembre 2010 cela est, sans doute, due à la rentrée sociale en Algérie qui consiste à la reprise des activités sociales, politiques, éducatives et culturelles et aussi la célébration de la fête religieuse musulmane l'Aïd El Fitr (10 septembre 2010). En troisième place le mois de janvier 2011, pendant lequel s'est déclenchée la révolution tunisienne qui a bouleversé le monde arabe même notre pays a connu des émeutes et des manifestations. La proportion élevée pendant ces trois mois s'explique, donc, par l'ensemble des événements nationaux et internationaux ainsi que religieux.

Les trois places suivantes sont occupées successivement par octobre et juin de l'année 2010 et mars 2011. Le mois d'octobre 2010 a été marqué par la pénurie de certains produits de grande consommation, la

hausse des prix et le manque de liquidité dans les postes. Pendant le mois de mars 2011, il y avait de grandes manifestations nationales et internationales. Ce qui était surprenant, c'est la proportion peu élevée des néologismes pendant le mois de juin 2010, on s'attendait à ce que ce mois soit bien riche surtout lorsque la période de la collecte des néologismes a coïncidé avec la coupe du monde à laquelle l'Algérie était qualifié, et même notre choix de la période était basé sur ce premier évènement. Il paraît, d'après ce constat, que les événements sociaux et politiques ont suscité beaucoup d'intérêt chez les journalistes.

Les trois mois : février et avril de l'année 2011 et décembre 2010 ont connu presque les mêmes proportions de néologismes qui sont successivement 7,93%, 7,58%, 6,72%. En mois de février 2011, le monde était toujours en bouleversement, c'est pourquoi sa proportion dépasse les deux mois suivants, pendant le mois d'avril 2011 les choses ont commencé à rentrer dans l'ordre soit au niveau national ou international ce qui a impliqué moins de néologismes. Ainsi pendant le mois de décembre 2010 les révolutions n'ont pas encore commencé ce qui explique sa proportion faible par rapport aux mois précédents.

En dernier lieu, juillet 2010, mai 2011 et novembre 2010, nous pouvons dire que ce classement de ces mois s'explique par leur pauvreté en évènements par rapport aux autres mois.

1. ANALYSE DES CONDITIONS D'ENONCIATION DES NEOLOGISMES

Comme nous l'avons mentionné ci-dessus, les raisons du surgissement des innovations lexicales ne peuvent pas être déterminées si ces unités sont examinées indépendamment de leurs conditions d'énonciation. Nous essayons d'analyser ces conditions dans notre corpus.

1.1. Niveaux de langue

Nous revenons aux trois composantes de la langue qui permettent de définir les registres selon MORTUREUX, qui sont la qualité de la prononciation, de la syntaxe ainsi que le choix du vocabulaire.

1.1.1. Qualité de la prononciation

La prononciation caractérise l'oral, nous adhérons au point de vue de DUCROT qui prétend que *« l'intonation n'a pas de réel équivalent à l'écrit car la ponctuation ne donne en vérité qu'une vague indication, qui permet de déterminer uniquement la fonction distinctive et démarcative »* ⁽⁸⁾.

A partir des textes écrits, il est donc impossible de se faire une idée exacte de la manière dont ceux-ci ont été prononcés. Etant donné que notre corpus est constitué de l'ensemble des articles journalistiques collectés de la presse écrite francophone, ce critère s'avère impertinent pour la détermination des niveaux de langue dans notre corpus.

2.3.1. Syntaxe

Le non respect du code est un procédé omniprésent dans notre corpus, nombreux sont les néologismes qui, du point de vue syntaxique, témoignent la transgression de la langue. Nous citons à titre d'exemple les

lexies suivantes : *Tout est ghali, Poussini n'poussik, Made in Là-bas...*

2.3.2. Choix du vocabulaire

De manière générale, les journalistes dans leurs écrits se servent de la langue écrite usuelle. Cependant, nous avons remarqué que certains emplois de la langue présentent des écarts par rapport à la forme standard du français. Nous avons sélectionné quelques cas qui nous semblent significatifs :

- Des expressions populaires : notamment en arabe dialectal, il s'agit des exemples suivants : *Allah idjib el-khir, Allah yerham babak, El Hamdou lillah, Charika gadra, Hadj/Moussa hadj*
- Le niveau familier se manifeste également par le mélange de langues. L'alternance codique apparaît à travers l'insertion de segments d'énoncé ou d'énoncés relevant de deux langues différentes : arabe dialectal / français : *Sidi quelque chose*, Français/ arabe dialectal : *Grands souaggas*
- Le nombre des néologismes hybrides est de : 139 lexies.
- Les mots abrégés (ou troncations) sont employés généralement dans les situations de communication familière. Exemples : *Petit déj* (petit déjeuner), *H 24* (24 heures sur 24 heures), *Heures*

sup (heures supplémentaires), *Protesta* (protestation), *Barça* (Barcelona), *Infax* (informations), *Sarko* (Sarkozy).

- Les emprunts aux autres langues sont en nombre de : 299 lexies.

Les expressions populaires, le mélange de langues, la néologie syntaxique, les formes hybrides et les emprunts...etc., sont des marques associées au registre familier. Beaucoup de néologismes naissent dans les situations où les locuteurs pratiquent le registre familier. Ils apparaissent du fait du non-respect des règles du code linguistique. Ce recours au registre familier surtout aux formes hybrides et aux emprunts témoigne l'attachement des journalistes à leur appartenance sociale, ils se servent d'un vocabulaire approprié faisant partie de leur identité et leur quotidien. Il est à signaler que malgré ces transgressions des règles de la langue française, les journalistes se servent, aussi, d'un français correct, les règles syntaxiques sont respectées et les phrases sont bien construites. Ce qui nous laisse à dire que la créativité linguistique n'est pas due à l'incompétence en langue française.

2.4. Acte humoristique dans les lexies néologiques

EURARD explique que: « *l'écriture humoristique tend à manipuler le langage comme le lieu d'une activité ludique et poétique au sens de création, re-création et récréation* »⁽⁹⁾.

L'humour entretient, avec la pratique linguistique, plusieurs types de relations. L'humour, présent à travers certains néologismes résultants des jeux de mots dans les articles de presse, sert à faciliter la communication en créant des rapports de complicité et de familiarité entre l'émetteur et les

destinataires. Avec ce type de création, on assiste à une sorte de connivence des journalistes avec les lecteurs. Cette production humoristique rattache les lexies néologiques à la société dans laquelle elles naissent et elles se répandent.

Par la création humoristique, le journaliste manie la langue pour faire plaisir aux lecteurs. Cette pratique favorise, dans les écrits journalistiques, l'émergence de certaines innovations lexicales. Les jeux de mots constituent un moyen privilégié pour obtenir cet effet, cela justifie le foisonnement des néologismes à fonction ludique. Les unités linguistiques dont l'emploi vise à produire un effet humoristique sont nombreuses dans notre corpus. Nous avons extrait les exemples suivants : *Ma'aak yal khodra*, *Parking-trottoir*, *Soucial*, *Annation*, *Taxi-heurts*, *Sauciale*, *Sauciaux*, *Prêt-à-jeter*, *Prêt-à-manger*, *Harraga numériques*, *Demmerebarkisme*, *Medmour*, *Zenga zenga*, *Ben oui*, *Sarkozine*.

Conclusion :

Le contexte médiatique algérien est devenu la scène d'un développement impressionnant de lexies néologiques témoignant du dynamisme de la langue française dans le secteur de l'information et de la presse. Les raisons d'une telle création sont diverses. Cet enrichissement linguistique traduit, sur le plan des pratiques langagières, les nombreux besoins auxquels le locuteur est contraint de répondre. Ces lexies traduisent la situation d'instabilité qu'a connue notre pays ces dernières années et interprètent les réalités et le vécu du locuteur algérien entraînant l'apparition d'un français souvent qualifié d'Algérie traduisant une identité singulière algérienne.

Le capital lexical néologique proposé et fourni par les journalistes algériens n'a pas la prétention de l'exhaustivité. Il a seulement celui d'être un échantillon, un reflet de la réalité. La presse écrite algérienne témoigne sa volonté d'exister, d'apporter son point de vue sur la réalité sociale qui l'entoure, de s'exprimer pour participer à la vie de communauté, de s'identifier car, comme l'affirme TOUALBI : « *L'identité s'affiche quand elle a besoin de parler, de se dire. C'est alors qu'elle se formule comme manifestation d'une différence par rapport à l'Autre auquel elle entend signaler la particularité des caractères intrinsèques mais par rapport à soi également qui a besoin de se convaincre que son originalité est suffisamment visible pour être presque comme constitutive d'une identité sui generis, c'est-à-dire à nulle autre semblable* »⁽¹⁰⁾.

❖ **Références bibliographiques:**

- (1) LABOV W., *Sociolinguistique*, Minuit, Paris, 1976, p.262
- (2) BENVENISTE E., *Problèmes de linguistique générale*, Gallimard, France, 1966, p.25.
- (3) ZHENHUAXU, *Le néologisme et ses implications sociales*, L'Harmattan, France, 2001, p.15
- (4) BAKHTINE M., *Le marxisme et la philosophie du langage. Essai d'application de la méthode sociologique*, trad. Fr., Minuit, Paris, 1977, p.136.
- (5) MAINGUENEAU D., *L'Analyse Du Discours, Introduction aux lectures de L'Archive*, Hachette, Supérieur, Paris, 1991, p. 179.
- (6) ZHENHUA XU, *Op.cit.*, p.55
- (7) BENMAYOUF Y.-C. , *Les Néologismes Hybrides Franco-arabes Dans La Réalité Algérienne D'aujourd'hui*, Congrès International d'Euralex, 25 ans d'études de dictionnaires. Sur <http://www.iula.upf.edu>. Consulté le 01/08/2009.
- (8) DUCROT J. -M., *Les Relations entre oral et écrit : Prise de conscience d'une problématique d'ordre didactique*, Synergies F.L.E. Sur <http://www.france-synergies.org>.
- (9) EURARD F, *L'humour, « Contours Littéraires »*, Hachette, Paris, 1996, p. 73.
- (10) TOUALBI N., *L'identité au Maghreb*, Casbah Editions, Alger, 2000, p.186.