

Les pratiques langagières en milieu commercial : étude sociolinguistique réalisée au marché hebdomadaire « El Hamri » à Oran

Ahmed Chernouhi¹

Abstract

In this study, we aim to examine the language practices of speakers at the “El Hamri” weekly market in Oran from an urban sociolinguistic perspective. In doing so, we seek to highlight language practices in an urban commercial setting, a place where speakers of varying educational backgrounds and using diverse forms of communication come together. In line with this, we plan to develop a sample of data for a sociolinguistic study of language use at the weekly market, examining the patterns of verbal interaction among speakers within an informal trading environment. This research aims to re-examine the key characteristics of speakers’ linguistic repertoires in situations of spontaneous communication and within the context of commercial practices. Similarly, we aim to highlight the discursive output of speakers in the marketplace whilst situating ourselves within the theoretical and methodological frameworks of the field of urban sociolinguistics developed by researchers from various academic backgrounds, such as: Bulot and Veschambre (2006), Calvet (1994), Caubet (2004), Drivaud and Peretz-Juillard (1984), Lindenfeld (1985), Sopylyuk (2017), Abdelbamid and Cberak (2019), Taleb-Ibrahim (1997), (2000) and (2002). Furthermore, this fieldwork is based primarily on the collection of data relating to the language practices and speech of those involved in the “El Hamri” weekly market. We have, in fact, employed two methods of data collection: the first involves recordings made using a tape recorder. As for the second, we conducted interviews with respondents aged between 19 and 56, comprising two groups: traders and visitors. The recording process enabled us to collect speech sequences, each consisting of numerous turns of speech, whilst excluding non-significant sounds, background noise and moments of interruption. It should be noted that this study is both a macrosociolinguistic study (involving questionnaires and interviews) and a microsociolinguistic study (analysing language use). From the outset, this monograph aims to demonstrate how speakers (traders and customers) at the weekly market employ language characterised by linguistic devices in general, and lexical ones in particular, which give rise to innovative forms of expression. Furthermore, it seeks to identify the linguistic phenomena emerging within their language(s).

Keywords: *Language practices; Oran; weekly market; linguistic repertoire(s); multilingualism; linguistic mixing.*

Received: 29/11/2025 ; Accepted: 14/04/2026 ; Published: 27/04/2026

Introduction

Le contexte algérien est caractérisé par la coexistence de plusieurs langues qui sont manifestement inhérentes à « une pluralité linguistique riche et une multitude de procédés lexicaux qui sont à l’origine des créativité innovatrices des jeunes algériens. » (Beldjazzar & Aci, 2020, p. 160).

Cette recherche se situe dans une perspective sociolinguistique de l’espace urbain, qui consiste à appréhender les pratiques langagières des locuteurs au sein du marché hebdomadaire. Ce dernier est qualifié comme un milieu social et commercial où se forgent des éléments langagiers propres au contexte citadin. Par ce fait, « Les pratiques langagières des citadins sont liées tant par leurs formes que par leurs symbolismes aux caractéristiques et à l’organisation sociale des villes et à leurs dynamiques sociolinguistiques » (Auzanneau, 1998, p. 84). Dans ce cadre, nous optons pour une approche résolument qualitative qui s’oriente vers la collecte des données linguistiques inhérentes aux pratiques langagières de nos locuteurs, l’exploration, la description des faits de langues observés lors du travail de terrain et l’analyse des procédés liés au métissage linguistique retenus, en l’occurrence : l’emprunt, le calque, l’alternance codique et le mélange des codes, l’innovation langagière afin de cerner, mesurer et comprendre le fonctionnement des éléments périphériques de leur(s) langage(s).

¹ Chercheur au Centre de Recherche Scientifique et Technique en Anthropologie Sociale et Culturelle CRASC, Oran - Algérie
Membre du laboratoire de recherche Le Sacré : Expressions et Représentations, Université de Mostaganem - Algérie
Email : ahmedchernouhi@gmail.com ; a.chernouhi@crasc.dz ; <https://orcid.org/0009-0004-4742-5265>

Cette étude vise particulièrement à :

- Déterminer la nature du/des parler(s) des locuteurs dans le marché hebdomadaire.
- Déceler les principales composantes linguistiques et les caractéristiques des pratiques langagières de nos locuteurs.
- Etudier le parler de des acteurs du marché hebdomadaire et examiner ses composantes linguistiques et ses caractéristiques tout en nous mettant en exergue les phénomènes linguistiques manifestés dans le parler de nos populations d'étude (ordre linguistique et sociolinguistique).

Bref, l'objectif principal de notre réflexion est celui d'effectuer une analyse des séquences langagières produites lors de l'échange commercial entre les vendeurs et les clients qui révèle une « interaction de deux partenaires des marchés (marchand/acheteur) » (Sopylyuk, 2017, p. 46).

Grosso modo, cette recherche tente à montrer comment les locuteurs (marchands et clients) au marché hebdomadaire, mettent en œuvre un langage décidément particulier, à caractère spécial et marqué par des procédés lexicaux qui sont à l'origine des créativité innovatrices.

Cadre théorique et conceptuel de l'étude

Dans cette recherche sociolinguistique, nous nous penchons sur le langage parlé par les locuteurs dans le marché hebdomadaire afin de déterminer les langues et/ou les langages parlé(e)s par la communauté cible de notre investigation. A ce titre, nous essayons d'appréhender les productions discursives des locuteurs dans le marché, en nous situant dans des cadres théoriques et méthodologiques du champ de travail de la sociolinguistique urbaine tout en optant pour une analyse des cas représentatifs des phénomènes issus du plurilinguisme et du métissage des langues chez les locuteurs.

Au préalable, nous nous sommes inspiré des travaux réalisés par des chercheurs spécialistes en sociolinguistique, qui portent sur les pratiques langagières dans l'espace urbain et le langage de la ville, comme : la sociolinguistique interactionniste Gumperz (1982a et 1982b), la sociolinguistique de l'ethnologie Hymes (1981), Bulot (2004) sur le parler jeune, Taleb Ibrahim (1997), (1998), (2002) et (2004) sur le plurilinguisme et le métissage linguistique en Algérie.

De facto, nous avons formulé un cadre conceptuel de notre recherche dans le but de dresser des définitions des notions-clés de notre investigation. Dans cette optique, nous avons opté pour l'identification des concepts de base tels que :

Les pratiques langagières

Dans ses travaux sur les pratiques langagières, Bulot (2002, 2004) considère le parler urbain comme un fait social et langagier affilié à la sociolinguistique urbaine.

Les pratiques langagières sont le produit d'une *activité sociale* dans le contexte urbain. La notion des pratiques langagières est selon Bautier-Castaing (1981) l'ensemble des « Conceptions que le locuteur - ou groupe de locuteurs - ont de son rôle, de sa valeur, de ses fonctions et qui, pour être souvent non conscientes, sont néanmoins, à l'origine des comportements langagiers » (1981, p. 4). Appréhender les pratiques langagières implique selon cette auteure

De rendre compte des interactions entre comportements langagiers et non langagiers en ce qu'ils relèvent d'un même ensemble de déterminations. Il ne s'agit pas pour nous, en tant que linguiste d'étudier l'ensemble de ces usages et de ces comportements ; cependant, on peut tirer de cette expérience l'indice de l'existence d'un ensemble cohérent stable (mais non statique) des conduites spécifiques, typifiant un groupe [...]. Considérer les pratiques langagières comme un des lieux d'études de cet ensemble.

Le marché hebdomadaire

Un espace public, commercial informel. Il s'agit pour nous d'un objet d'étude et un environnement sociolinguistique urbain. Sopylyuk (2017) définit le marché hebdomadaire comme un « Espace public ouvert à tout le monde, le marché est un lieu d'échanges commerciaux et communicationnels entre les acteurs sociaux d'origine culturelle, ethnique et linguistique variée présente un intérêt particulier pour l'analyse sociolinguistique » (2017, p. 46). Le marché hebdomadaire est un lieu ouvert à tous, il est ainsi un milieu urbain et un contexte d'interaction sociale référentiel où se constituent les pratiques sociales et linguistiques.

Le plurilinguisme

Le plurilinguisme est un fait sociolinguistique, associé à un état de présence plurielle des langues dans la même société. Il signifie le fait que les membres d'une communauté linguistique, s'expriment avec diverses langues dans une situation de communication et des contextes confondus : familial, professionnel, social, commercial, ...etc. Au sens de Cuq & Gruca (2003), le plurilinguisme signifie la « capacité de l'individu d'employer à bon escient plusieurs variétés linguistiques » (2003, p. 195).

A ce sujet, Chachou (2011) annonce que

La situation de plurilinguisme se définit comme étant la coexistence de deux ou de plusieurs idiomes sur un territoire. Un sujet parlant est dit plurilingue lorsqu'il recourt, dans des situations de communication différentes, à l'usage de plusieurs langues. Il en est de même pour les communautés linguistiques dites également plurilingues, et où les membres varient les usages en fonction des contextes et des situations de communication. (Chachou, 2011, p. 18).

Le plurilinguisme dans le contexte linguistique algérien

Dans le contexte linguistique algérien, plurilinguisme est un phénomène sociolinguistique lié à une complexité apparente. Il est le résultat de la présence plurielle des langues dans la société algérienne.

De ce fait, Khaoula Taleb Ibrahim (2004), fournit une explication détaillée de la question du plurilinguisme. Pour cette linguiste,

La place du français, ses rapports avec les autres langues, couplés aux relations qu'entretiennent les autres variétés langagières entre elles, font que nous sommes confrontés, en Algérie, à une situation de plurilinguisme complexe par l'imbrication des variétés en présence tant sur le plan des domaines d'utilisation que sur celui des pratiques effectives des locuteurs. (2004, p. 214)

A ce propos, le contexte sociolinguistique algérien est plurilingue où l'arabe algérien s'accapare d'un statut de langue vernaculaire.

Méthodologie

Contexte de l'étude et population cible

Comme nous l'avons mentionné ci-haut, cette recherche se veut un travail de terrain qui met en exergue les pratiques langagières et le parler jeune dans le marché hebdomadaire.

Le marché hebdomadaire « El Hamri » se situe au centre de l'ouest de la ville d'Oran. El Hamri est un quartier populaire connu à l'échelle nationale, l'un des plus anciens quartiers d'Oran. Organisé chaque vendredi, de 6h00 du matin à 13h00, le marché hebdomadaire occupe un espace très vaste qui s'étale de la fin du quartier « Médioni », nommé également « El Ghoualem » jusqu'au cimetière chrétien. En même temps, il est associé au marché couvert et proche au stade olympique « Martyr Ahmed Zabana ». Ce lieu commercial rassemble toutes les catégories sociales de la ville d'Oran, tout objet est présenté à la vente, y

compris ceux qui sont rare ou en pénurie, soit : divers types d'animaux et de oiseaux, vêtements, pièce de rechange des véhicules, légumes et fruits, vaisselle, électroménagers et d'autres produits.

Dans cette investigation, nous avons puisé divers moyens de collecte des données. Dans cette perspective, nous avons fait appel à une observation directe des pratiques langagières des locuteurs en notant toutes les séquences langagières qui s'articulent autour de notre objet de recherche. Du même coup, nous avons procédé à l'enregistrement sonore des criées et des appels des marchands pour nous situer dans l'objet fondamental de notre recherche de type empirique, celui de l'appréhension des discours et du parler des acteurs sociaux co-présents dans notre terrain de recherche. De plus, nous avons mené quelques entretiens semi-directifs avec un nombre limité de marchands et de visiteurs du marché hebdomadaire.

Il convient de préciser que dans leurs discours, les locuteurs abordent différentes thématiques, nous citons à titre d'exemple ;

a. Marchands : appel à vente, appel à concurrence des prix, proverbes, chansons populaires, tendances créativité langagières.

b. Entre marchands et clients : objets à vendre, prix, questions et réponses ayant rapport avec l'objet en question (caractéristiques des produits), prix de vente, négociation, mode d'emploi ou de consommation.

c. Entre visiteurs : débats sur la société, questions politiques et économiques, culture, football, musique, ... etc.

Corpus et normes de transcription des séquences

Notre investigation se base essentiellement sur une collecte des données dans le but de constituer un corpus de travail qui met en évidence les pratiques langagières et le parler des acteurs du marché hebdomadaire d'« El Hamri ». Dans cette enquête, nous nous sommes appuyé sur deux procédures de recueil des données, la première procédure est celle des enregistrements faits à l'aide d'un magnétophone. L'opération d'enregistrement spontané nous a permis d'aboutir à une collecte de vingt (20) conversations, où chacune est constituée de sept (7) à dix (10) séquences en excluant les tours de parole non significatifs, les bruits sonores et les moments d'interruption. Spécifiquement, cette recherche se veut une étude macro-sociolinguistique (entretien) et micro-sociolinguistique (analyse de pratiques langagières). Outre cela, les textes de notre corpus sont transcrits en fonction de la production et la prononciation des sons par nos locuteurs, les expressions objet d'étude et destinées à l'analyse sont transcrites en langue française, et en Alphabet Phonétique International (API) en ce qui concerne les procédés linguistiques (emprunt et calque), à l'exception des sons issus de la prononciation arabe qui sont transcrits en alphabet arabe.

Analyse des données collectées

Appréhender les pratiques langagières dans l'espace commercial urbain, implique selon Bulot et Veschambre (2006, p. 8) de mettre au centre « la corrélation entre pratiques et représentations socio-langagières, d'une part, et structures socio-spatiales, d'autres part » chez ces locuteurs issus d'origines sociales et de communautés confondues. Il importe de dire que « le type d'interaction sociale au marché reproduit certains aspects de la structure, du fonctionnement, et de la dynamique de la situation sociolinguistique globale de la société dans laquelle il s'insère » (Auzanneau, 1998, p. 66). Ces pratiques langagières se mettent en œuvre « en fracturant la syntaxe, en métissant le vocabulaire, en triturant la grammaire, s'affirme l'expression directe de la tchatche hargneuse et poétique, le paradis des mots que l'on assène comme des uppercuts pour rendre compte d'une réalité sociale » (Bocquet & Pierre-Adolphe, 1997, p. 11). Désormais, ces pratiques langagières sont décidément « marquées par l'emploi permanent et fréquent des formes linguistiques inter-langues » (Chernouhi, 2013, p. 30).

Dans cette étape d'analyse des phénomènes langagiers collectés à partir de notre corpus d'étude, nous avons pu lister un nombre considérable de marqueurs linguistiques propres au mélange des codes langagiers

et au plurilinguisme, à savoir : l'emprunt, le calque, l'alternance codique, l'hybridation linguistique et l'innovation langagière. Pour ce faire, nous avons établi un tableau qui représente ces formes linguistiques manifestées dans les discours de notre population d'enquête :

Marqueur linguistique	Nombre d'occurrences
L'emprunt	22
Le calque	5
L'alternance codique	21
Hybridations linguistiques	6
L'innovation langagière	5

Figure 1 : Tableau représentatif des occurrences des phénomènes langagiers retenus.

L'emprunt

Au sens général, l'emprunt est considéré comme un procédé linguistique et un fait de langue lié à la sociolinguistique. Il représente une des stratégies courantes en contexte multilingue. « En tant que « fait social », l'emprunt s'inscrit ainsi dans l'espace quotidien [des locuteurs] ainsi que dans l'évolution du temps » (Aliou, 1995, p. 78).

A la suite de Christiane Loubier (2011), l'emprunt est un « procédé par lequel les utilisateurs d'une langue adoptent intégralement, ou partiellement, une unité ou un trait linguistique (lexical, sémantique, phonologique, syntaxique) d'une autre langue » (2011, p. 10). En outre, cette chercheuse déclare que l'emprunt fait allusion à « Unité ou trait linguistique d'une langue qui est emprunté intégralement ou partiellement à une autre langue » (2011, p. 10).

Ainsi retenus, les emprunts sont amplement présents dans les extraits des discours des locuteurs enquêtés. Le tableau ci-dessous, le clarifie davantage :

Emprunt	Transcription API	Langue source	Signification
L'marka ²	[lmarka]	Français	La marque : produit de haute qualité.
L'batti	[lbati]	Français	Vient de la bataille : produit de mauvaise qualité
Super good	[sypergud]	Anglais	Un produit générique de l'original.
Silima	[silima]	Français	De Cinéma, qui veut dire dans le parler oranais un effet remarquable, d'ampleur.
L'adidas	[ladidas]	Français	Signifie des baskets dans le l'arabe algérien.
Fixe	[fiks]	Français	Fixe : sens d'origine conservé.
Sandala	[sandala]	Français	Sandale : même signification.
Vista	[vista]	Français	Une veste : le sens du mot n'a pas changé.
Paja	[paʒa]	Français	Une page sur Facebook.
Facebook	[fajsbuk]	Anglais	Un réseau social, sens propre du mot.
La lluvia	[lajubja]	Espagnol	La pluie.
L'bonnet	[lbnɔnɛ]	Français	Bonnet : sens identique.
Casquette	[kaskɛt]	Français	Casquette.
W'les gonnette	[wlegnɔnɛt]	Français	Vient des gants.

² Mot répété à deux reprises dans le discours d'un marchand.

Bata	[bata]	Français	Qui veut dire une boîte.
W'lconfort	[kɔ̃fɔ̃r]	Français	Le confort : sens maintenu.
L'bank	[lbank]	Français	Le banc.
Bnouka	[bnuka]	Français	Pluriel de banc.
M'bankine	[mbankin]	Français / Arabe dialectal	Une déformation du mot Banc qui subit une érosion au niveau de la prononciation à partir de la formulation du mot M'bankine [mbankin] à la base du système phonétique de l'arabe dialectal.
Coulère ³	[lakulɛr]	Français	Le mot « Couleur » a subi un changement au niveau de la prononciation. Il est question d'une déformation phonétique au travers une transition du son [ə] au son è [ɛ].
Ma fi mouchkil	[mafimuʃkil]	Arabe syrien	Formule empruntée au parler syrien qui a le sens de : « Il n'y a pas de problème ».
Chachra	[ʃaʃra]	Arabe dialectal (parler populaire)	Pluriel de <i>chir</i> [ʃir], un garçon dans le parler algérien.

Figure 2 : L'emprunt dans les pratiques langagières au marché hebdomadaire.

Dans ce tableau représentatif des cas d'emprunts retenus, nous constatons que ce phénomène langagier est d'une présence récurrente, à savoir l'emprunt français dans les pratiques langagières des locuteurs au marché hebdomadaire. On assiste dans ce cas-là, à un usage massif de l'emprunt dans le langage des locuteurs. De cette sorte, « L'intensité d'emprunts français correspond parfois d'un manque de terme dans la langue arabe, mais découle aussi de la situation de bilinguisme ; la langue française demeure bien ancrée dans les habitudes langagières de la majorité des Algériens » (Karassane, 2011, p. 9).

Il importe de noter que la présence récurrente des emprunts de la langue française implique de dire que l'

Emprunt du français et au français en Algérie, par son usage fréquent, assure plusieurs fonctions. Les plus importantes par rapport au contexte algérien sont que l'emprunt marque les contours d'un espace linguistique commun aux langues présentes et permet aux locuteurs de disposer à l'intérieur de cet espace d'outils de communication et d'intercompréhension. (Derradji, 1999, p. 73)

Par l'usage de l'emprunt dans leur langage, les locuteurs opèrent des changements au niveau de la morphologie des mots. Outre cette mutation morphologique et/ou phonétique des formules langagières empruntées, la formulation d'un emprunt par les locuteurs s'effectue dans la plupart des cas en fonction des systèmes morpho-phonétique de l'arabe standard (la Darija), langue de naissance et d'expression de la plupart des locuteurs algériens. De ce point de vue, l'emprunt « participe à l'enrichissement et au renouvellement de la langue d'accueil à la manière d'un néologisme » (Soltani & Mezdaout, 2022, p. 343).

Complètement intégré dans le parler urbain, l'emprunt maintient son sens identique inhérent à sa langue source, respectivement dans nos cas étudiés : français, arabe dialectal, anglais et arabe syrien.

L'alternance codique « *code-switching* »

L'alternance codique est liée à la coprésence d'un langage alternatif constaté dans la plupart des pratiques discursives de nos locuteurs, la présence d'un langage en arabe dialectal produit communément avec des séquences en langue française témoigne d'un effet langagier d'alternance codique. De cette façon,

³ Dans le parler oranais, les locuteurs emploient le mot « *coulère* » pour désigner également une personne brune ou quelqu'un qui est brun.

les locuteurs sont censés réaliser des actes de va et vient entre deux ou plusieurs langues, un effet qui donne naissance à un métissage linguistique et à l'alternance codique ou même un mélange de codes. Pour Hamers et Blanc (1983),

Une des stratégies les plus courantes des bilingues entre eux (et des plurilingues) est l'alternance des codes (*codes switching*). Dans l'alternance des codes, deux codes (ou plusieurs) sont présents dans le discours, des segments de discours alternent avec des segments de discours dans une ou plusieurs langues. Un segment (X) appartient uniquement à la langue LY, il en va de même pour un segment (Y) qui fait partie uniquement de la langue LX un segment peut varier en ordre de grandeur allant d'un mot à un énoncé ou un ensemble d'énoncés, en passant par un groupe de mots, une proposition ou une phrase. (Hamers & Blanc, 1983, pp. 198-204)

Dans ce qui suit, quelques extraits des pratiques langagières des locuteurs, dans lesquels ces derniers s'expriment à partir de l'usage du phénomène d'alternance codique, soit les séquences :

Extrait 1 : « *L'moins cher hnaya (ici)⁴, La bonne qualité hnaya (ici) » : FR⁵ + AD⁶, FR + AD.*

« *Hadi hya (celle-là) super good » : AD + FR + ANG⁷*

Extrait 2 : « *Elbass ya lgallil, elbass l'marka 3andi* » : Énoncé entier en arabe dialectal.

« *Yaw rak dayér (tu fais) l'affaire » : AD + FR*

« *El youm rabah rabah (aujourd'hui gagnant gagnant), gagnant gagnant » : AD + FR*

« *La voix rahatli wana ngoul (j'ai perdu la voix en parlant) » : FR + AD*

« *B'mil dinars miat alf sahbi (à mille dinars) » : FR + AD*

« *Pas de chance chikhna (notre cheikh)⁸ » : FR + AD*

Extrait 3 : « *Service kissen (tasses) français » : FR + AD + FR*

« *Yaw b'seb3ine alf gueddam tchouf, venez voir* » : Énoncé entier en arabe dialectal + FR

« *yaw hnaya (eh, ici) l'affaire » : AD + FR + AD*

Extrait 4 : « *Qu'est-ce que c'est khamssine (cinquante) » : FR + AD*

Extrait 5 : « *L'bank rah (le banc est à) b'quinze mil » : AD + FR*

« *A3tini wahad (donne-moi un) l'ami » : AD + FR*

« *Blanc sahbi (mon ami) » : FR + AD*

« *Hada (celui-ci) marron mlih dih (beau/bon, prend le) » : AD + FR + AD*

⁴ Les mots et les formules mis entre parenthèse (...) représentent la traduction en français.

⁵ Langue française.

⁶ Arabe dialectal (Darija).

⁷ Langue anglaise.

⁸ Formule de respect.

« ***Nadhak m3ak*** (Je plaisante avec toi) *mon ami* »⁹ : AD + FR

« ***Ma fi mouchkil*** (pas de souci) *essadik* (l'ami) » : AS¹⁰ + AC¹¹

« ***Hak*** (tiens) *mon frère* ***allah yakhlaf 3lik*** (Que Dieu te récompense !) » : AD + FR + AD

Extrait 6 : « ***chachra*** (les hommes, les garçons), *calmez-vous* ***khalina mél hadra ta3 chkil*** (laissons ces questions futiles) » : AD + FR + AD

Dans ces exemples, on observe une symétrie des alternances notées dans le parler des locuteurs. Ces derniers, mettent en œuvre une redirection des formules langagières en fonction de leurs compétences linguistiques. En conséquence, nous supposons que leur langage révèle un souci de communication, ce qui conduit ces locuteurs à insérer dans leur parler des mots d'autres langues. Ceci nous indique que pour la population enquêtée, l'alternance codique « constitue une stratégie communicationnelle efficace en vue d'améliorer d'une part, la circulation des informations et d'autre part, garder l'émotion telle que ressentie » (Belkacem, 2017, p. 87).

Du point de vue sociolinguistique, nous favorisons l'hypothèse suivante : les locuteurs produisent des séquences dotées d'alternances codiques afin d'assurer « la flexibilité de la communication ». A cet effet, les marchands, en particulier, se servent de l'alternance codique comme une compétence plurilingue qui leur permet d'exprimer la relation conviviale avec les clients. Ces marchands emploient des énoncés de va et vient entre l'arabe dialectal et le français, c'est ainsi « par la langue, dans sa dimension sociale, et le langage, dans sa dimension individuelle, que les [locuteurs] communiquent, se comprennent, se découvrent, expriment leur pensée, articulent leur culture et affichent leur identité » (Khadraoui, 2012, p. 2). Il est questions dans cette même perspective, d'un *brassage linguistique* à partir duquel se forge une nouvelle langue et/ou un nouveau langage urbain(e), propre à un effet d'une *Koinè*. Ce brassage linguistique émerge au travers des « contacts réguliers entre locuteurs et par la production suivie de lien social. » (Bulot, 2007, p. 32)

Le calque

Le calque est avant tout un fait de transfert linguistique d'une langue à une autre. Il s'agit d'une traduction littérale des unités lexicales d'une langue source (A) vers une langue cible (B). Ce qui revient à dire que « l'unité lexicale calquée est le fruit de la traduction littérale faite avec les mots de la langue cible » (Ammar, 2020, p. 15).

Dans le tableau suivant, nous fournissons quelques cas de calques cernés dans notre corpus :

Mot	Catégorie grammaticale	Transcription API	Signification
N'liquidou	Un verbe	[nlikidu]	N ⁹ : inhérent au pronom personnel « Nous » dans l'arabe dialectal. Liquidou : Nous liquidons, le verbe français « liquider » conjugué à la première personne du pluriel au présent de l'indicatif.
N'déstocko	Un verbe	[ndnestøkø]	N ⁹ : conforme au pronom personnel « Nous » dans l'arabe dialectal.

⁹ Considérée également comme une formule d'humour (voir l'élément : **3.6. L'humour dans le langage**).

¹⁰ Arabe syrien.

¹¹ Arabe classique.

			Déstocco : nous déstockons, à l'infinitif « déstocker », conjugué avec le pronom personnel « Nous ».
Consultiha	[kɔ̃sɥltia]	Français	Le verbe « consulter » conjugué à la deuxième personne du singulier « tu » au présent de l'indicatif.
Fronça	Un nom propre	[frɔ̃nsa]	La France.
Louzine	Un nom propre	[luzin]	L'usine.

Figure 3 : Le calque dans le parler des locuteurs cible.

A la lumière des données fournies par ce tableau, nous constatons que la plupart des calques évalués sont formulés à partir d'une érosion phonétique, qui s'explique en partie par le fait que les locuteurs établissent des changements au niveau des sons langagiers, voire ceux du début et/ou de la fin des mots qui sont à l'origine des calques.

Par ce même fait, Gumperz (1982) précise que

L'introduction de mots isolés ou de courtes expressions idiomatiques figées provenant d'une variété linguistique vers une autre. Les éléments en question sont intégrés au système grammatical de la langue réceptrice. Ils sont considérés comme faisant partie de son lexique, en adoptent les caractéristiques morphologiques et s'inscrivent dans ses structures syntaxiques (1982, p. 66).

Cette conception linguistique du calque indique, d'une part, que les locuteurs réfléchissent en arabe et s'expriment en français cassé et, d'autre part, ils opèrent des mutations aux niveaux morphologique et phonétique des mots. A la suite de Dominique Caubet (2004, p. 170), l'apparition des « brisures », relatives à la production d'un « *français cassé* », un fait de langue fréquemment utilisé par les locuteurs algériens dans leurs pratiques langagières.

Notons en outre, qu'à partir de l'usage des mots calqués dans leur parler, les marchands tentent de créer une atmosphère de convivialité en vue d'attirer l'attention des visiteurs du marché. Cet acte peut être qualifié comme une stratégie langagière mise en œuvre par le locuteur afin d'interpeler les clients et garantir leur adhésion à son activité commerciale.

L'hybridation linguistique

On entend par hybridation linguistique un effet langagier qui se constitue à la base d'un radical du mot de la langue arabe combiné à un suffixe en français. Ce « phénomène est si répandu que l'on peut aller jusqu'à poser que ces suffixes font désormais partie de la formation nominale en arabe algérien » (Caubet, 2002, p. 122).

Dans les extraits des tours de parole sélectionnés dans notre corpus, nous avons pu retenir six (6) cas d'hybridation, soit le tableau suivant :

Mot	Formulation	Signification
Ghouch <u>age</u>	Ghouch (غش) « tricher » + le suffixe « age »	Tricherie
Chouf <u>able</u>	Chouf (شوف) « voir » + le suffixe « able »	Qui se voit
inchouf <u>able</u>	Le préfixe d'opposition « in » + Chouf (شوف) « voir » + le suffixe « able »	Qui ne se voit pas
Hit <u>istes</u>	Hit (حيط) « mur » + le suffixe « iste »	Rester adossé contre un mur

Fhamologie	Fhama (فهامة) « réflexion » + le suffixe « ogie »	Science de la réflexion
Chboubage	Chboub (شوب) « beauté » + le suffixe « age »	Embellir, rendre beau

Figure 4 : L'hybridation langagière dans les interactions verbales au marché hebdomadaire.

A partir de notre appréhension des occurrences d'hybridation manifestées dans les extraits retenus, nous avons constaté que les discours oraux des locuteurs cibles sont marqués par l'usage de l'arabe dialectal (Darija), l'arabe standard et le français. En d'autres termes, l'arabe dialectal et le français sont assurément mélangés au travers de la combinaison des mots de l'arabe avec ceux de la langue française. Réciproquement, Aci (2013) avance qu'« Oralement, dans les échanges quotidiens, les Algériens ont tendance à mêler les codes » (2013, p. 20).

D'ailleurs, les cas d'hybridation langagière distingués révèlent un agencement, fait par le biais de l'association d'un radical en langue arabe avec un suffixe en français, ce qui va aboutir à la conception des mots hybrides spécifiques au langage des locuteurs et à caractère créatif sur le plan lexical.

Outre les procédés linguistiques analysés précédemment, nous pouvons retenir quatre effets quant aux pratiques langagières des locuteurs dans le marché hebdomadaire : les formules interpellatrices, l'humour, le langage populaire et la créativité linguistique ; une source de motivation (de la nouveauté pour se faire particulier en tant que personne ressource d'innovation socio-langagière).

Les formules interpellatrices

Extrait 1 :

« *Arvabou choufou cha 3andi, Avancez chabiba* »

« *Gueddam kboya* »

(Venez voir ce que j'ai, Avancez la jeunesse)

(Rapproche-toi mon frère)

Extrait 2 :

« *Khouti Khouti Khabar 3ajil* »

(Mes frères ! Mes frères ! Information instantanée)

Extrait 3 :

« *Chkoun ygaddam, chkoun volontaire* »

« *Hna kayén ghi jdíd* »

(Qui avance ? Qui est volontaire ?)

(Ici, il n'y a que du nouveau)

Nous pouvons déduire que les formules d'interpellation renvoient à « une des manières d'impliquer linguistiquement les clients sur les marchés » (Drivaud & Peretz-Juillard, 1984, p. 49). Selon un locuteur : « *venir au marché hebdomadaire et entendre les criées des marchands représente pour moi des moments conviviaux et de*

détente ». Il s'agit en fait, d'un effet d'un langage attractif qui suscite l'intérêt des clients dans le but de créer une atmosphère de convivialité et de confiance mutuelle.

L'humour dans le langage

Extrait 4 :

« *Hadi machi kima badi,*

Deffilab yaddih w'wadnih,

Ghadi l'bard yaatar fib,

Ch'ta rah m'awal 3lib »

(Celle-là n'est pas comme l'autre,

Chauffe-lui les mains et les oreilles,

Le froid va l'affecter,

L'hiver le vise)

Extrait 5 :

« *Nadbak m'ak mon ami* »

(Je plaisante avec toi mon ami)

Extrait 6 :

« *D'fa w'lconfort khir mén bata doukhane* »

(La chaleur et le confort est bien mieux qu'un paquet de cigarettes)

Il est important de noter que certains marchands se servent des formules langagières d'humour afin de solliciter l'attention des visiteurs du marché. Au juste, se profilent « Les appels des vendeurs et la plaisanterie » (Lindenfeld, 1985, pp. 17-18). Selon un marchand Ali, étudiant en deuxième année Master en Electrotechnique, « *Ça fait de l'ambiance pour séduire les clients* ». Sous cet angle, les locuteurs

font montre d'une formidable liberté dans l'utilisation des ressources langagières et une formidable capacité à créer du sens, des mots, des langues, en jouant justement avec elles, en se jouant d'elles, en opérant un continuel va-et-vient entre elles, en les faisant se heurter, se chevaucher, se traverser et même s'épouser dans une fusion toujours stigmatisée par les bien-pensants et les gardiens du temple et du dogme car illicite, anormale et déviante, faisant fi du bon usage. (Taleb-Ibrahimi, 2000, p. 69).

Dans l'ensemble, il s'agit d'un langage adopté et/ou aménagé, conforme à un contexte d'humour, de convivialité et visant une interpellation des clients.

Le langage populaire

Extrait 7 :

« *Chrou 3lia bnouka,*

Rakoum dallou ga3dine,

Wagfine fél 9nouta,

Ha ddou 3lia bnouka wrybou kima britou,

Aya les hitistes »

(Venez acheter des bans,

Vous restez toujours debout attachés aux coins,

Prenez des bans et asseyez-vous comme vous voulez,

Allez-y les hitistes)

Extrait 8 :

« da3wa rabi hamia lioum fé song »

(L'atmosphère est chaude aujourd'hui au marché), qui veut dire en réalité que « Les prix des produits exposés sont très élevés ».

Ces formules langagières constituent des expressions populaires, affiliées au parler spontané, formulées à partir de la culture populaire, liées à une mémoire sociale collective et à la conscience linguistico-identitaire des locuteurs. Entre autres, il s'agit d'« [...] un "comportement langagier", si l'on tient compte de l'utilisateur et le critère de diffusion individuelle/collective » (Alier, 1995, p. 72). À l'évidence, « un langage [populaire qui] signifie arabe dialectal ; des contenus vulgaires et une pratique réservée à des espaces et à des groupes de pairs très particuliers. » (Beldjezzar & Aci, 2020, p. 151). Il s'agit en effet de « [...] l'expression d'une nouvelle culture populaire et d'une identité spécifique, ou le produit des processus de marginalisation, de précarisation et d'exclusion sociales actuels » (Baillet, 2001, p. 30).

L'innovation langagière

Il y a lieu de rappeler que la créativité langagière dépend décidément du parler jeune. Au fait, l'innovation linguistique est « Considéré en tant que norme endogène émergente, le langage des jeunes algériens est vu comme creusé innovant d'un multilinguisme naissant qui marque le paysage linguistique algérien et qui pourrait surtout servir comme support aux nouvelles tendances [langagières] » (Beldjezzar & Aci, 2020, p. 151). Les locuteurs font appel à d'autres langues afin d'innover dans leur langage. Bulot (2004) voit que « L'innovation lexicale signifie : « créer » et « nouveau », créer peut être synonyme de former, il peut signifier aussi, emprunter des mots d'une langue étrangère. » (2004, p. 139).

Il apparaît nécessaire de dire que

La place marchande en milieu urbain, grâce à sa sociabilité "ouverte", est un excellent exemple de lieu public dans la ville qui se prête à la formation du Moi social, par l'intermédiaire de pratiques discursives qui font partie de sa spécificité. (Lindenfeld, 1985, p. 30)

Il en résulte ainsi, que le parler de notre population d'étude est censé être résolument plurilingue, il qui constitue un langage métissé, réinventé, restructuré

à la fois très dialectale et très planétaire où les trouvailles et les retrouvailles, les raccourcis, les allusions, les (ré)appropriations et les détournements, en même temps que les secousses ou les harmonies phoniques, accordances et discordances, fusion, fission, évoquent les mécanismes de vie complexes d'un bouillon de culture en laboratoire. (Virolle-Souibes, 2007, p. 58)

Extrait 9 :

« *L'batti mamnouâ and kboukoum Ali* »

(Le **bas de gamme** est interdit chez Ali)

Extrait 10 :

« *Chabiba ma 3andhache, vrai pauvre,*

Chabiba raha tetfatat »

(La jeunesse **n'a rien**, vrai pauvre,

La jeunesse **se brise**)

Extrait 11 :

« *Yaw kayén ghi sah, ghi sém* »

(Eh, il y a seulement **le vrai**, et **la haute qualité**)

Les procédés d'innovation langagière cités *supra*, montrent que les marchands se servent des éléments issus d'une créativité linguistique en inventant des formules langagières propres à leur(s) discours dans le but d'instaurer un climat d'échange marchand/client d'une certaine convivialité tout en ayant un sens d'humour servant à interpeler et attirer l'attention des clients. De cette manière, la production des formes langagières issues d'une innovation linguistique implique deux pôles décidément contradictoires, le premier est celui du désir de s'exprimer par la langue d'autrui, certains locuteurs monolingues manifestent une envi

De se conformer dans leurs conduites à la norme ou du moins à ce qu'ils perçoivent être « le bien parler », ne pouvant aller au-delà de certaines expressions, voient quelques mots une phrase, glissent et reviennent à leur substrat dans la pratique duquel ils sont plus à l'aise et plus à même d'exprimer leurs sentiments, opinions et idées. (Taleb-Irahimi, 1997, p. 111)

Le deuxième pôle est inhérent à un effet d'innovation propre au(x) locuteur(s). Cette forme d'innovation est « utilisé(e) comme une stratégie de communication pour compenser (son) manque de compétence en faisant appel tantôt à une langue, tantôt à l'autre pour maximiser l'efficacité de la communication ». (Hamers & Blanc, 1983, p. 203). Dès lors certains locuteurs marquent une certaine « [...] volonté de se distinguer par rapport à la majorité de l'auditoire qui s'exprime en français » (Taleb-Irahimi, 1997, p. 113).

Conclusion

Cette recherche s'est centrée sur la dimension linguistique des pratiques langagières au marché hebdomadaire. Il s'agit d'un travail évaluatif des actes langagiers des locuteurs au marché hebdomadaire, à partir duquel, nous nous sommes attachés à esquisser les principales caractéristiques et dégager les spécificités des pratiques langagières des locuteurs en contexte commercial spontané.

En conclusion, nous pouvons dire que les données collectées à partir de cette enquête, et les résultats auxquels nous avons abouti à l'issue de l'analyse des pratiques langagières des locuteurs révèlent que leur parler se présente « comme lieu de coexistence et de métissage linguistiques. » (Calvet, 1994, p. 11). Cela confirme l'hypothèse qui avance que les locuteurs au marché hebdomadaire recourent aux formes langagières personnelles et spontanées issues d'une créativité linguistique, voire lexicale à partir des tournures propres au code swiching et au métissage linguistique ou d'une manière générale inhérentes au plurilinguisme.

Cette investigation nous a permis de relever une présence récurrente des phénomènes linguistiques tels que : l'emprunt, le calque, l'alternance codique, l'hybridation linguistique, l'innovation langagière et d'autres procédés reliés au métissage linguistique. Il est ainsi légitime de noter que le langage des locuteurs ciblés, est marqué par l'usage de l'arabe dialectal avec une forte valorisation de ce dernier, qui est qualifié comme la première langue d'expression chez les locuteurs avec la présence remarquable du français par l'emploi de plusieurs segments et mots de cette langue dans les pratiques langagières des locuteurs. Fait remarquable, dans ce mélange de langues, nous constatons clairement que des éléments du système linguistique de la langue française sont intégrés au système de la langue d'expression des locuteurs, la Darija.

Dans un contexte plurilingue comme celui de l'Algérie, connu par l'existence de divers systèmes langagiers, ces phénomènes linguistiques : l'alternance codique, l'emprunt, le calque et la créativité langagière sont inévitables. Il s'avère ainsi que le contact des langues et le métissage linguistique influencent les répertoires langagiers des locuteurs.

References

- Abdelhamid, N., & Cherak, R. (2019). L'impact du français sur les pratiques langagières des jeunes algériens. Dans M. Fandio-Ndawouo, *Le français contemporain face à la norme. Pratiques, gestion et enjeux d'une langue au défi de la pluralité*. Haut-de-France : Binam.
- Aci, O. (2013). « Facebook : Pratiques langagières et discours sur les langues en Algérie ». *Socles*, Vol. 2 n°3, pp. 11-30.
- Aliou, J. (1995). « Une analyse sociolinguistique de l'emprunt dans le contexte multilingue gambien ». *Plurilinguismes* n°9-10, pp. 69-83.
- Ammar, H. (2020). « Le calque linguistique français/arabe de certaines collocations complexes ». *DIDASKEIN Revue internationale des Sciences du Langage, de Didactique et de Littérature*, Vol. 1 n°2, pp. 9-19.
- Auzanneau, M. (1998). *La Parole vive du Poitou*. Paris : L'Harmattan.
- Baillet, D. (2001). « " La langue des banlieues ", entre appauvrissement culturel et exclusion sociale ». *Hommes et Migrations, Mélanges culturels* n°1231, pp. 29-37.
- Bautier-Castaing, E. (1981). « La notion de pratiques langagières : un outil heuristique pour une linguistique des dialectes sociaux ». *Langage et Société* n°15, pp. 3-35.
- Beldjezzar, B., & Aci, O. (2020). « Le langage des jeunes algériens : essai de (re)définition et de (re)configuration d'une notion didactisable. ». *Studii si cercetări filologice. Seria Limbi Străine Aplicate* n°19, pp. 149-161.
- Belkacem, H. (2017). « La dynamique linguistique et inter-linguistique dans le milieu universitaire algérien ». *Africa and the West*, Vol. 11 n°14, pp. 87-101.
- Benzakour, F. (2001). « Le français dans la réalité marocaine. Faits d'appropriation. L'exemple de l'écart lexical ». Dans G. K. C. Buridant., *Par monts et par Vaux. Itinéraires linguistiques et grammaticaux* (pp. 31-42). Paris : Peeters.
- Bocquet, J.-L., & Pierre-Adolphe, P. (1997). *Rap ta France*. Paris : Flammarion.
- Bulot, T. (2004). « Les parlers jeunes et la mémoire sociolinguistique : Questionnements sur l'urbanité langagière ». *Cahiers de Sociolinguistique* n°9, pp. 133-147.
- Bulot, T. (2007). « Culture urbaine et diversité sociolinguistique : une identité en mouvement entre le local et le global ». Dans B. Zongo, *L'écho de ma langue (enjeux sociaux et culturels de la diversité des langues)* (pp. 31-37).
- Bulot, T., & Veschambre, V. (2006). *Mots, traces et marques, dimension spatiale et linguistique de la mémoire urbaine*. Paris : L'Harmattan.
- Calvet, L.-J. (1994). *Les voix de la ville. Introduction à la sociolinguistique urbaine*. Paris : Editions Payot.
- Caubet, D. (2002). « Métissages linguistiques ici (en France) et là-bas (au Maghreb) ». *VEI enjeux* n°130, pp. 117-132.
- Caubet, D. (2004). *Les mots du Bled. Les artistes ont la parole*. Paris : L'Harmattan.
- Chachou, I. (2011). *La situation sociolinguistique de l'Algérie, pratiques plurilingues et variétés à l'oeuvre*. Paris : L'Harmattan.
- Chernouhi, A. (2013). *Analyse des glissements sémantiques dans les conversations des étudiants de l'université d'Oran : le cas des étudiants de la section de français*. Oran : [Mémoire de Magistère, Université d'Oran - Algérie].
- Cuq, J.-P., & Gruca, I. (2003). *Dictionnaire de didactique du français langue étrangère et seconde*. Paris : PUF.
- Derradji, Y. (1999). « Le français en Algérie : langue emprunteuse et empruntée ». *Le français en Afrique* n°13, pp. 71-82 [En ligne]. Consulté le 16/06/2025. URL: <http://www.unice.fr/bcl/ofcaf/13/derradji>.
- Drivaud, M.-H., & Peretz-Juillard, C. (1984). « Les usages et leurs représentations sur un marché plurilingue à Paris : Belleville ». *Langage et Société* n°30, pp. 29-59.
- Gumperz, J. J. (1982). "Conversational codeswitching". *Discourse strategies*, pp. 59-99.
- Hamers, J., & Blanc, M. (1983). *Bilinguisme et bilinguisme*. Bruxelles : Mardaga.
- Karassane, D. (2011). « Le parler métissé de jeunes d'Alger ». *Al Adab wa Llughat*, Vol.6 n°1, pp. 163-176.
- Khadraoui, E. (2012). « L'alternance codique dans les pratiques langagières des internautes algériens ». *Revue des lettres et sciences humaines* n°9, pp. 1-15.
- Lindenfeld, J. (1985). « Le marché dans la ville : un lieu de sociabilité à travers la parole ». *Langage et Société* n°33, pp. 7-31.
- Loubier, C. (2011). *De l'usage de l'emprunt linguistique*. Montréal : Office québécois de la langue française.

- Soltani, S., & Mezdaout, H. (2022). « La dynamique du français algérien chez les jeunes locuteurs : vers quelle évolution ? ». *Aleph. Langues, médias et sociétés*, Vol. 9 n°1, pp. 335-348.
- Sopylyuk, N. (2017). « La pragmatique de la criée sur les marchés parisiens : approche sociolinguistique ». *Romanica Cracoviensia* n°1, pp. 45-55.
- Taleb Ibrahim, K. (2004). « L'Algérie : coexistence et concurrence des langues ». *L'Année du Maghreb* (1), pp. 207-218 [En ligne], Consulté le 10/04/2025. URL: <http://journals.openedition.org/anneemaghreb/305>.
- Taleb-Ibrahim, K. (2000). « L'Algérie : langues, cultures et identité ». Dans H. Remaoun, *Algérie : histoire, société et culture* (pp. 63-72). Alger : Casbah.
- Taleb-Ibrahim, K. (1997). *Les Algériens et leur(s) langue(s) : Eléments pour une approche sociolinguistique de la société algérienne* (éd. 2ème édition). Alger : El Hikma.
- Virolle-Souibes, M. (2007). « De quelques usages du français dans le rap algérien ». *Le Français en Afrique* n°22, pp. 55- 69.