

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université ZIANE ACHOUR - DJELFA

FACULTE DES LETTRES ET DES LANGUES ET DES ARTS

Département des Langues



Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de

Master Académique de français

Spécialité : SCIENCES DU LANGAGE

Thème :

**L'ANALYSE PRAGMATIQUE DES SMS DE
L'OPÉRATEUR OOREDOO
CAS DES VŒUX ET DES PROMOTIONS**

Réalisé par:

M^{lle}: Gacem Ikram

Encadré par :

Mr. : Alaoui Boualem

Année Universitaire : 2016/2017

SOMMAIRE

le chapitre théorique:

Introduction générale

chapitre I

La 1ère partie

Introduction

1.La définition de la communication	08
1.1La définition en sociologie et en linguistique.....	08
2.Le schéma de la communication de Jakobson	10
3.Les Fonctions du langage	12
4.Le langage sms	13
5.Les Caractéristiques des sms	13
5.1.l'abréviation	13
5.2.Le rébus typographique	13
5.3.L'épelure	14
6.Les objectifs d'une communication	14
7.La communication et le contact des langues	14
7.1. Alternance codique	18
7.2. L'interférence linguistique	18
8.La communication écrite par portable et sa nature plurilingue	19
9.Rôle et fonctions de la ponctuation	19
9.1. Fonction syntaxique	20
9.2. Fonction sémantique	20
9.3. Fonction expressive et intonative.....	21
9.4.Fonction rythmique	21

La 2ème partie

Histoire de la pragmatique

22

la pragmatique

24

2.La définition de la pragmatique linguistique.....

25

3_ la théorie de acte de langage / acte de parole.....	26
4.1 Acte locutoire	26
4.2. Acte illocutoire	26
4.3. Acte perlocutoire	26
5. L'implicite et l'explicite.....	26
6. la conclusion.....	28

Le chapitre II

chapitre pratique:

1. l'introduction	30
2. l'opérateur téléphonique Ooredoo.....	31
3. Analyse et interprétation des sms.....	33
4. La conclusion	47
5. la conclusion général.....	49

La bibliographie

L'annexe

Remerciements

Je remercie d'abord mon Dieu qui m' a aidé, à finir ce travail ,et dans le parcours de ma vie.

Mes sentiments de gratitude vont tout particulièrement à mon **professeur Mr.Alaoui Boualem** qui m'oriente dans mon travail. J'adresse, encore, mes remerciement à **Mr Selt Chreif** qui m'aide toujours , et je remercie respectueusement tout le cadre professoral du Département de Langue et de Littérature Françaises de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Ziane Achour.

Mes remerciements les plus sincères vont aux étudiants du département de langue et littérature françaises qui ont bien voulu collaborer avec moi.

Dédicace

Je dédie ce travail :

Aux êtres les plus chers de ma vie

Ma mère

Mon père.

.Ma famille

Enfin je dédie ce mémoire à mes soeurs : Chahira et Athlam

et à tous mes amis

l'introduction générale

L'introduction générale:

le téléphone portable présente un tournant décisif dans le monde de la communication et contribue à l'émergence de nouvelles formes de communications "le Service des Messages Courts (SMS)" qui a rapidement conquis la population et le monde, ce service permet d'envoyer et de recevoir toutes sortes d'informations à tout moment, notamment entre les opérateurs et ses clients dans toutes les régions.

en effet, le phénomène de l'acte de langage devient concerner tous les aspects dans la vie quotidienne. et lorsque en écrivant quelque chose ou en disant une chose, il va créer un effet "perlocutoire" qui ne peut se comprendre que dans le contexte, et c'est aussi une confirmation de la présupposition de la compréhension.

Notre étude a porté sur l'analyse pragmatique des sms des opérateurs de Ooredoo, on s'intéresse notamment d'étudier, de décrire, d'interpréter les sms transmis par ces opérateurs et on essaie d'analyser leurs procédés afin de fidéliser leurs clients par le biais des sms c'est à dire par l'écrit, et on essayons aussi de répondre à la préoccupation primordiale suivante: **Quelle est la force pragmatique dans les SMS transmis par l'opérateur ooredoo?**

Et afin de trouver une réponse à cette préoccupation, il fallait d'abord collecter les sms pour les analyser après. Nous avons tenté d'y répondre par cette hypothèse :

le langage SMS est un moyen de communication, utilisé par les opérateurs téléphoniques, et au même temps un moyen d'incitation influe implicitement sur le client, afin d'atteindre leurs buts.

Notre travail se divise en deux chapitres:

Le premier chapitre comprend un double ancrage théorique:

la communication d'une part et la pragmatique et ses théories, l'implicite et l'explicite les actes de langage d'une autre part.

Quand au deuxième chapitre, c'est la partie pratique dont on analyse les sms transmis par les opérateurs de Ooredoo.

Chapitre I:

La partie théorique:

la communication et la pragmatique

introduction :

le développement des Technologies de l'Information et de la communication a contribué ,à l'émergence de nouvelles formes de communications écrites, autrement dit à l'emergence du langage SMS qui a connu dans les dernières années, une véritable explosion et devient le moyen le plus rentable chez les opérateurs téléphoniques.

Car ce type de communication écrites se distingue par son instantanéité, sa rapidité et sa simplicité. ou Le message texte permet d'effectuer en masse des envois de texto à l'ensemble de contacts, de façon très simple.

Ce canal de communication offre la possibilité de communiquer avec une cible définie, à un moment déterminé, quel que soit l'endroit où se trouve le destinataire, et le transmet des messages explicites et aussi implicites par le biais de ces textos.

La première partie:

la Communication:

1.Définition de la communication:

Etymologie : du latin *communicare*, mettre en commun, faire part de, partage, dérivé de *communis*, commun.

La communication est l'action de communiquer, de transmettre des informations ou des connaissances à quelqu'un ou, s'il y a échange, de les mettre en commun (ex : le dialogue).

Le mot communication désigne aussi le contenu de ce qui est communiqué (ex : avoir une communication urgente à faire) ou le fait d'être en relation avec quelqu'un (ex : couper une communication).

1.1 En sociologie et en linguistique:

La communication est l'ensemble des phénomènes qui peuvent intervenir lorsqu'un individu transmet une information à un ou plusieurs autres individus à l'aide du langage articulé ou d'autres codes (ton de la voix, gestuelle, regard, respiration...).

La science de la communication a pour objet de conceptualiser et de rationaliser les processus d'échange, de transmission d'information entre deux entités (individus, groupes d'individus ou machines). La chaîne de communication est constituée¹ :

-De l'émetteur (ou expéditeur)

_Du récepteur (ou destinataire).

_Du message qui est transmis de l'un à l'autre.

_Du code qui sert à transmettre le message (ex : la langue)

_Le canal de transmission (ex: de vive voix, téléphone...).

_Le contexte"

¹ _Touptionnaire:le dictionnaire de la politique

Le Dictionnaire Larousse propose plusieurs définitions de la communication. Les deux premières vont particulièrement nous intéresser :

1. « action, fait de communiquer, d'établir une relation avec autrui » ;
2. « action de communiquer, de transmettre quelque chose à quelqu'un »¹.

Deux éléments ressortent de ces définitions : pour qu'il y ait une communication, il faut être au moins deux et elle implique la création d'une relation privilégiée entre ces deux individus. Au-delà de la relation qui se crée entre les deux individus, la communication exige entre eux une transmission d'informations, de pensées, de savoirs...

modalités de la communication. Elle se définit comme : « tout moyen verbal ou non verbal utilisé par un individu pour échanger des idées, des connaissances, des sentiments. avec un autre individu »²

¹ dictionnaire le Petit Larousse 2009

² Brin_Henry,courrier,Lederl et Masy 2004

Le schéma de la communication de Jakobson:

Ce schéma plus complet permet d'identifier un plus grand nombre d'intervenants et de facteurs intervenant dans une interaction. Tous les facteurs identifiés dans ce schéma ont un rôle à jouer dans le cadre d'une interaction et ils influencent tous, à leur façon, le message qui est transmis.

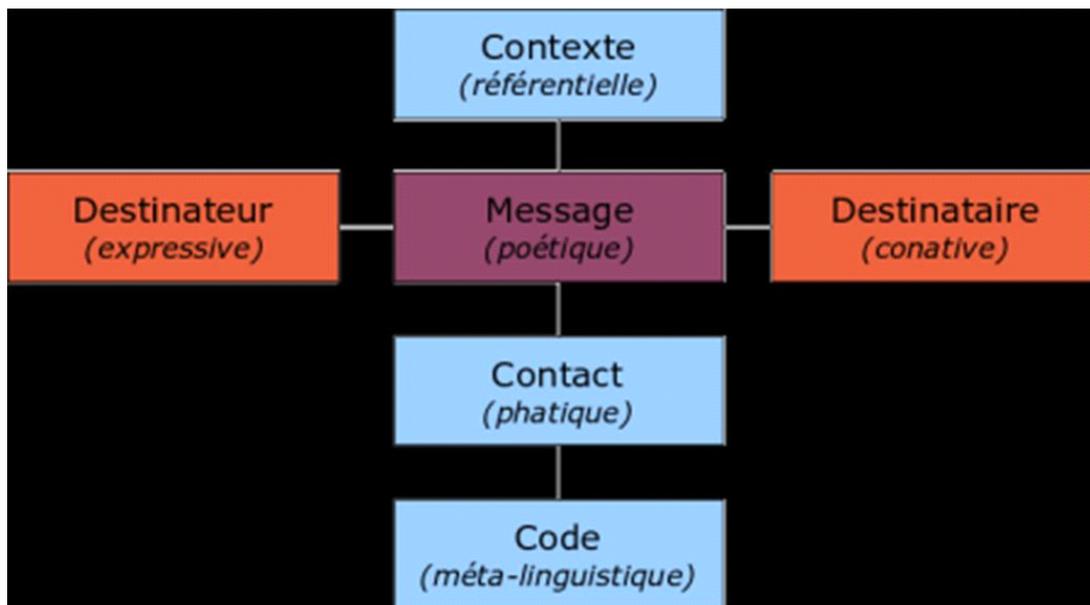


Schéma de la communication verbale, d'après Jakobson.

Schéma de la communication verbale, d'après Jakobson. À chacun des six facteurs inaliénables de la communication correspond une des six fonctions du langage (entre parenthèses).

selon Jakobson il y'a:

Destinateur/Destinataire:

Correspondent respectivement à l'émetteur et au récepteur. Dans le cas d'une interaction normale, la communication est bidirectionnelle lorsque deux personnes interagissent de façon courante. Dans les cas où la communication est institutionnalisée (implique une institution comme une administration publique, une télévision, une université, etc.), la communication est unidirectionnelle; une seule personne produit de la parole alors que

l'autre écoute. Une hiérarchie plus ou moins rigide s'impose lors de ces interactions, comme c'est le cas dans la salle de classe, où le professeur enseigne et où vous écoutez.

- **Message:** le matériel transmis par l'interlocuteur, l'information transmise. Ce message varie énormément dans sa durée, sa forme et son contenu. Dans les interactions individualisées, le message est généralement adapté à l'interlocuteur. Dans des communication institutionnalisées, le message est plutôt rigide et standard.

- **Le contact(canal):** canal physique et psychologique qui relie le destinataire et le destinataire. La nature du canal conditionne aussi le message. Un canal direct (locuteurs en face à face) implique une réponse directe dans le même médium, qui est l'air ambiant dans ce cas.

Le canal peut être modifié pour vaincre en particulier l'effet du temps: l'écriture sur du papier (livres, journaux, magazines, etc.), bandes magnétiques, disques, support magnétique utilisant même le courrier électronique, etc.

- **Référent:** la situation à laquelle renvoie le message, ce dont il est question (le contexte). Il réfère aux informations communes aux deux locuteurs sur la situation au moment de la communication. Ces informations sont sous-entendues et elles n'ont pas besoin d'être répétées à chaque fois que l'on débute une interaction.

- **Le code:** "un code est un ensemble conventionnel de signes, soit sonores ou écrits, soit linguistiques ou non linguistiques (visuels ou autre), communs en totalité ou en partie au destinataire et au destinataire." Code doit être compris par les deux locuteurs pour permettre la transmission du message. Dans certains cas, le message peut mettre en oeuvre plusieurs codes en même temps (langue orale, les gestes, l'habillement, etc.)¹. Dans ces cas, redondance, complémentarité ou contraste peuvent être mis en jeu"

¹ Roman Jakobson, Essais de linguistique générale, Éditions de Minuit, Paris, 1963. page 14

3. Les Fonctions du langage:

Karl Bühler a proposé en 1918 un modèle par couches des fonctions du langage. Karl Popper l'a plus tard (1953) pris pour base, insistant sur son caractère hiérarchique, et adjoignant une quatrième fonction aux trois initiales :

fonction expressive ou symptomatique: (« Je suis là. ») .

fonction stimulative ou signalétique (« ici », « maintenant », « bonjour ») .

fonction descriptive .

fonction argumentative.

Ce modèle est également connu en linguistique, où il est attribué à Taber et Nida (1969).

Roman Jakobson a proposé un autre schéma, selon l'élément de la situation de communication sur lequel porte l'énoncé (destinataire, référent, émetteur, canal, énoncé, code) :

fonction incitative (ou conative) : l'énoncé porte sur le destinataire, il cherche à provoquer une réaction (« Tais-toi ! ») .

fonction référentielle : l'énoncé porte sur le référent, il renvoie au monde extérieur (« Il pleut. ») .

fonction expressive (ou émotive) : l'énoncé porte sur l'émetteur, il exprime son état (« Je me sens triste. ») .

fonction phatique : l'énoncé porte sur le canal, il vérifie son fonctionnement (« Allô ? », « Écoute ! ») .

fonction poétique : l'énoncé porte sur l'énoncé lui-même, il joue avec sa forme (ordre des mots, euphonie, littérarité) .

fonction métalinguistique : l'énoncé porte sur le code, il décrit la langue (« Le mot mot est un nom commun¹ »).

4. Le langage sms:

Le langage SMS est un sociolecte écrit qui modifie les caractéristiques orthographiques, voire grammaticales, d'une langue afin de réduire sa longueur, dans le but de ne pas dépasser le nombre de caractères autorisé par les messages SMS, ou dans le but d'accélérer la saisie de l'énoncé sur le clavier numérique d'un téléphone.

La réduction de la longueur des messages électroniques est apparue avec la banalisation des technologies de l'information et de la communication au cours des années 1990, et ce n'est qu'avec l'arrivée des SMS, qu'une appellation lui a été associée. L'appellation « langage SMS » désigne ainsi, par extension, l'usage de ce type de langage lors d'échanges sur Internet par messagerie instantanée ou courrier électronique, sur les forums Internet et les blogs, ou encore dans les jeux en réseau. L'utilisation du langage SMS sur un autre média qu'un clavier téléphonique est par ailleurs très controversée²

5. Les Caractéristiques des sms:

Le langage SMS combine plusieurs procédés pour raccourcir les phrases et les mots :

5.1. L'abréviation: lgtps, tt, pr,slt; la plupart des voyelles sont écartées, certaines consonnes sont également retirées (en particulier celles formant les voyelles nasales), mais le mot reste plus ou moins lisible et compréhensible (respectivement longtemps, tout, pour, salut) .

La phonétique: koi, jamè, grav, eske ; il faut prononcer les syllabes normalement pour reconstituer le mot d'origine (respectivement quoi, jamais, grave, est-ce que) .

5.2. Le rébus typographique: 2m1, bi1, koi 2 9, gt, mrc ,tfk (respectivement demain, bien, quoi de neuf, j'étais, merci,tu fais quoi ?) .

¹ Roman Jakobson, "Linguistique et poétique" , Essais de linguistique générale, Éditions de Minuit, Paris, 1963.page 14

² Acques Anis, Parlez-vous texto ? Guide des nouveaux langages du réseau, le cherche midi, Paris, 2001.

5.3. L'épélure, résultat de l'épellation des lettres d'un mot. Valeur épellative des lettres, des chiffres et des caractères : G pour « j'ai », C pour « c'est », NRJ pour « énergie », a12c4 pour « À un de ces quatre » 2m1, « demain », bi1, « bien »

, koi 2 9, « quoi de neuf ». Le procédé vient de l'anglais (R pour « are », U pour « you », Y pour "why"), langue dans laquelle ce procédé n'est pas l'exclusivité des jeunes. Ainsi dans le langage de programmation de Matlab, « convertir un nombre (number) en texte brut (string) » se dit num2str, le « 2 » se lisant to, « vers ».

Utilisation de mots anglais plus courts (today pour aujourd'hui, now pour maintenant, etc.).

Le langage SMS répondait originellement à la limitation à environ 160 caractères des messages SMS entre téléphones mobiles (le dépassement du nombre autorisé de caractères rend l'envoi du message plus cher par multiplication des messages) et de la limitation à dix touches du clavier alphanumérique"¹

6. Les objectifs d'une communication :

Les sujets parlants entrent en contact pour le but de :

- Donner une information à autrui.
- Obtenir une information de son partenaire

Créer une norme discursive dans laquelle l'émetteur révèle sa compétence linguistique.

- Créer une relation entre les partenaires d'une communication.
- Donner son identité, c'est-à-dire donner son image personnelle à son interlocuteur

7- la communication et le contact des langues

Le contact des langues :

Selon Dubois et Al op, le contact des langues est «l'événement concret qui provoque le bilinguisme ou en pose les problèmes. Le contact de langues peut avoir des raisons géographiques : aux limites de deux communautés linguistiques, les individus peuvent être amenés à circuler et à employer ainsi leur langue maternelle, tantôt celle de la

¹ Aurelia Dejong, La cyberlangue française, La renaissance du livre, 2002

communauté voisine. C'est là, notamment, le contact de langues des pays frontaliers... Mais il y a aussi contact de langues quand un individu, se déplaçant, par exemple, pour des raisons professionnelles, est amené à utiliser à certains moments une autre langue que la sienne. D'une manière générale, les difficultés nées de la coexistence dans une région donnée (ou chez un individu) de deux ou plusieurs langues se résolvent par la commutation ou usage alterné, la substitution ou utilisation exclusive de l'une des langues après élimination de l'autre ou par amalgame, c'est-à-dire l'introduction dans des langues de traits appartenant à l'autre...»¹

Une deuxième définition est donnée par Hamers. Pour l'auteure, « le contact des langues inclut toute situation dans laquelle une présence simultanée de deux langues affecte le comportement langagier d'un individu »². Ainsi, la présence de deux codes linguistique dans une situation lesquelles peuvent avoir une incidence sur le comportement langagier des locuteurs est une situation de contact de langues.

Le premier chercheur à avoir utilisé le terme de « contact des langues » est Weinreich (1953). Selon lui le contact des langues a d'abord lieu chez l'individu. Il oppose, de ce fait, la notion de contact de langue à celle de bilinguisme dans la mesure où le contact de langues renvoie à un état individuel (l'usage alternatif de deux langue) alors que le bilinguisme renvoie à la présence de deux (ou plusieurs langues) dans de la société.

La question des langues en Algérie a été enclenchée depuis quelques années et de nombreux chercheurs ont proposé une description et une analyse de la situation sociolinguistique algérienne. De multiples travaux ont été menés dans ce cadre, ainsi, Khaoula Taleb Ibrahim (1996), Asselah Rahal, (2000), Derradji, (1996) et Dourari (2003), ont montré que l'Algérie est un pays plurilingue dans la mesure où l'on assiste à la coexistence de plusieurs idiomes, notamment l'arabe standard, l'arabe algérien et le tamazight avec toutes ses diverses variétés et le français. Cette mosaïque

¹ Dubois, J & Al (1994). Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage, Paris. Larousse, p.115

² Hamers, in Moreau, p.94

linguistique se caractérise par sa complexité et sa multiplicité. Parlant de la situation sociolinguistique en Algérie, Taleb-Ibrahimi souligne que : « Les locuteurs algériens vivent et évoluent dans une société multilingue où les langues parlées, écrites, utilisées, en l'occurrence l'arabe dialectal, le berbère, l'arabe standard et le français, vivent une cohabitation difficile marquée par le rapport de compétition et de conflit qui lie les deux normes dominantes (l'une par la constitutionnalité de son statut de langue officielle, l'autre étrangère mais légitimée par sa prééminence dans la vie économique) d'une part, et d'autre part la constante et têtue stigmatisation des parlers populaires)¹ L'auteure note d'abord que la société algérienne est multilingue dans la mesure où il y existe quatre langues différentes en usage quotidien par les locuteurs algérien, elle ajoute qu'un rapport de compétition et de conflit relie les langues en présence en Algérie, en particulier entre l'arabe standard dit aussi « scolaire »² et le français considéré comme première langue étrangère par l'Etat algérien.

Le contact entre les quatre langues en présence dans le paysage sociolinguistique algérien engendre de nombreux phénomènes, tels que le bilinguisme et la diglossie qui donnent à leur tour lieu à l'apparition des marques transcodiques dans les pratiques langagières des locuteurs algériens.

A la suite de Weinreich, plusieurs définitions ont été données au concept de bilinguisme. Dans le cadre de cette étude, nous entendons par bilinguisme « la situation linguistique dans laquelle les sujets parlants sont conduits à utiliser alternativement, selon les milieux ou les situations, deux langues différentes. C'est le cas le plus courant du plurilinguisme » (complexité et sa multiplicité. Parlant de la situation sociolinguistique en Algérie, Taleb-Ibrahimi souligne que : « Les locuteurs algériens vivent et évoluent dans une société multilingue où les langues parlées, écrites, utilisées, en l'occurrence l'arabe dialectal, le berbère, l'arabe standard et le français, vivent une cohabitation difficile marquée par le rapport de compétition et de conflit qui lie les deux normes dominantes (l'une par la constitutionnalité de son statut de langue officielle, l'autre étrangère mais légitimée par sa prééminence dans la vie économique) d'une part,

¹ Taleb Ibrahimi 1998 ,p22

² Dourari,2003,p8

et d'autre part la constante et têtue stigmatisation des parlers populaire (Taleb Ibrahim 1998 : 22. L'auteure note d'abord que la société algérienne est multilingue dans la mesure où il y existe quatre langues différentes en usage quotidien par les locuteurs algériens, elle ajoute qu'un rapport de compétition et de conflit relie les langues en présence en Algérie, en particulier entre l'arabe standard dit aussi « scolaire » (Dourari, 2003, p8) et le français considéré comme première langue étrangère par l'Etat algérien.

Le contact entre les quatre langues en présence dans le paysage sociolinguistique algérien engendre de nombreux phénomènes, tels que le bilinguisme et la diglossie qui donnent à leur tour lieu à l'apparition des marques transcodiques dans les pratiques langagières des locuteurs algériens.

A la suite de Weinreich, plusieurs définitions ont été données au concept de bilinguisme. Dans le cadre de cette étude, nous entendons par bilinguisme « la situation linguistique dans laquelle les sujets parlants sont conduits à utiliser alternativement, selon les milieux ou les situations, deux langues différentes. C'est le cas le plus courant du plurilinguisme ». Cette définition porte sur l'utilisation alternée de deux langues selon la situation.

Partant de cette définition nous pouvons dire que le bilinguisme est un phénomène présent en Algérie dans la mesure où les locuteurs utilisent alternativement deux langues différentes à savoir arabe algérien/ français, berbère /arabe standard, berbère/ français.). Cette définition porte sur l'utilisation alternée de deux langues selon la situation.

Partant de cette définition nous pouvons dire que le bilinguisme est un phénomène présent en Algérie dans la mesure où les locuteurs utilisent alternativement deux langues différentes à savoir arabe algérien/ français, berbère /arabe standard, berbère/ français.

la communication et l'alternance codique:

Altenance codique:

"L'alternance codique, c'est-à-dire les passages dynamiques d'une langue à l'autre, est l'une des manifestations les plus significatives du parler bilingue.

Bien sûr, l'alternance codique ne doit pas être confondue avec le mélange de codes (stratégie de communication dans laquelle le locuteur mêle les éléments et les règles des deux langues), mais elle ne doit pas non plus être uniquement analysée comme la manifestation d'un manque de maîtrise dans l'une des deux langues concernées. Maîtrisée, elle est au contraire la marque d'une compétence bilingue, celle-ci entendue comme une compétence originale, spécifique et complexe et non comme l'addition de deux compétences linguistiques séparées.

L'emploi de l'alternance codique en classe de langue étrangère a fait l'objet de plusieurs travaux en France, surtout à partir des années 1990, travaux qui ont contribué de manière essentielle à sa réhabilitation. Plus particulièrement, ces recherches ont montré, contrairement à un a priori bien installé que, dans l'espace-classe, l'alternance codique est un procédé courant qui recouvre des fonctions différentes et variées et ce, tant du côté de l'enseignant que du côté de l'apprenant. Ces études ont en même temps établi la particularité de cette alternance codique qui se caractérise, dans ce contexte précis, par son haut degré de didacticité. "¹

L'interférence linguistique:

les [langues](#) entrent en contact les unes avec les autres, provoquant des situations d'interférence [linguistique](#) ou transfert linguistique. Elles s'influencent alors mutuellement, ce qui peut se manifester par des [emprunts lexicaux](#), de nouvelles formulations [syntaxiques](#), etc. Concrètement, cela se traduit par l'apparition de nouveaux mots (éventuellement adaptés à la prononciation spécifique à leur langue), de nouvelles tournures de phrase et/ou la traduction littérale d'expressions idiomatiques ([calques](#)). Le plus souvent, cela commence par une déformation progressive et très peu

¹ Causa, Mriella ; l'enseignement bilingue. L'indispensable alternance codique .le Français dans le Monde. Mai-juin 2007

perceptible de la prononciation qui, pour certains [phonèmes](#), va petit à petit s'assimiler à une prononciation étrangère assez proche.

8.La communication écrite par portable et sa nature plurilingue:

À la transition du XXe au XXIe siècle, l'échange de messages écrits médiés par téléphone portable est devenu une forme de communication emblématique d'une société qui se veut à la fois mobile et mondialisée. Cette forme de communication présente une situation interactionnelle sui generis dont la description est fondamentale à la compréhension des pratiques linguistiques, scripturales, sociales que déploient les utilisateurs. Dans la conversation orale, les personnes s'entendent, perçoivent timbre et intonation, souvent aussi gestes, mimiques et déplacements. Ils peuvent réagir rapidement, interrompre l'interlocuteur, intégrer ou refuser d'autres interlocuteurs, etc. Dans la communication par SMS ou WhatsApp tout cela est bien différent. Parmi les caractéristiques les plus saillantes de la communication médiée par téléphone portable, on compte le recours au code écrit, le régime temporel différé à échéance variable et une disposition spatiale où l'absence physique de l'autre est dominante.

De nombreuses recherches portant sur la communication par SMS se sont intéressées à ses fonctions dans une perspective largement sociologique. Parmi les particularités linguistiques de la communication par SMS ce sont avant tout les divers procédés de néographie, de néologie, ainsi que les variations lexicales et syntaxiques qui ont retenu l'attention des chercheurs.

Pourtant, la communication par SMS, qui coexiste aujourd'hui avec ses formes épigones, telle la communication WhatsApp ou iMessage, se présente aussi comme un lieu privilégié pour le déploiement de pratiques bi- et plurilingues¹

9.Rôle et fonctions de la ponctuation:

La ponctuation permet d'organiser et de présenter le texte, d'une part, et de faciliter la compréhension du texte, d'autre part. Elle complète le message transmis par les lettres et les mots en ajoutant d'autres informations. Il existe une multitude d'exemples où un

¹ Revue française de linguistique appliquée, 2013/2 (Vol. XVIII), Pages : 154

tout petit signe a fait une énorme différence de sens : pour une virgule oubliée, que de quiproquos drôles ou dramatiques! Un exemple souvent cité est le suivant :

« Il n'est pas mort, comme on l'avait dit » ne signifie pas la même chose que « Il n'est pas mort comme on l'avait dit ». Dans le premier cas, il n'est pas mort; tandis que dans le second cas, il est bel et bien mort, mais pas de la manière qu'on croyait. En somme, comme l'explique Jacques Drillon dans son *Traité de la ponctuation française*, la ponctuation facilite le passage du texte entre auteur et lecteur.

On distingue habituellement quatre grandes fonctions de la ponctuation.

9.1 Fonction syntaxique:

La ponctuation accompagne l'agencement des mots, des groupes de mots et des phrases en marquant leur rôle respectif dans l'ensemble du texte. Ainsi la virgule, par exemple, n'est pas qu'affaire de respiration; l'endroit où une pause est appropriée correspond le plus souvent à une division syntaxique du texte.

- Lorsque, pour des raisons indépendantes de leur volonté (c'est du moins ce qu'ils disent), ils ne peuvent respecter l'horaire prévu, ils avisent le client et lui offrent leurs plus sincères excuses, en espérant qu'il les accepte et fasse preuve de compréhension.

(Les parenthèses permettent d'ajouter un élément d'information supplémentaire, non essentiel au texte; les virgules séparent les trois propositions de la phrase ainsi que le complément pour des raisons... volonté.)

9.2. Fonction sémantique

Les signes de ponctuation aident à comprendre le sens d'un texte en en présentant les différentes parties. Ils contribuent également au sens des phrases et des mots, et même parfois créent à eux seuls le sens. Par exemple, une suite de signes de ponctuation en guise de réplique, des points de suspension qui signifient « sans commentaires », un tiret qui indique l'absence de réponse d'un personnage, voilà autant de signes qui véhiculent un message textuel, et ce, sans le support des mots.

9.3. Fonction expressive et intonative:

La ponctuation permet d'indiquer les sentiments et les intonations de l'auteur. Un texte peut comporter par exemple des points d'exclamation qui marquent la colère, l'impatience ou l'admiration; des points de suspension pleins d'ironie, d'autres qui indiquent plutôt la réserve ou encore un état rêveur; des points d'interrogation qui expriment le doute, le scepticisme ou encore le questionnement véritable

9.4.Fonction rythmique:

Historiquement, le premier rôle de la ponctuation a été d'aider au chant ou à la lecture d'un texte, en indiquant à l'orateur où marquer les pauses. Cette fonction existe encore (un texte sans ponctuation serait essoufflant, même lu silencieusement), mais ne suffit plus à définir la ponctuation. Par exemple, on ne sépare habituellement pas le sujet du verbe; toutefois, lorsque le sujet d'une phrase est relativement long, la pause que l'on ferait à l'oral est parfois rendue par une virgule à l'écrit"¹.

¹ Office québécois de la langue française, Banque de dépannage linguistique

la deuxième partie :

1.Histoire de la pragmatique:

Histoire de la pragmatique

La pragmatique est la branche de la linguistique qui s'intéresse aux éléments du langage dont la signification ne peut être comprise qu'en connaissant le contexte. Cette discipline est née au XIX^e siècle aux États-Unis mais a commencé à se développer surtout après la Seconde Guerre mondiale.

Au XIX^e siècle :

Aux États-Unis, dès le XIX^e siècle, plusieurs penseurs, s'appuyant sur le scepticisme spéculatif, que rencontrent souvent les prétentions à une connaissance spéculative valable de la réalité, ont soutenu l'idée que la pensée ne saurait jamais aller au-delà d'une connaissance pratique. À l'échelle humaine, ce qui tiendrait lieu d'une vérité théorique accessible, c'est l'efficacité : en gros, est vrai ce qui réussit, est faux ce qui échoue. Sur cette base, William James (1842-1910) a développé une doctrine qu'il a appelé pragmatique (du grec pragma « action »). Son ami Charles S. Peirce (1834-1914) a, lui, employé le terme voisin de pragmatisme, et il a mis l'accent sur l'activité sémiotique de l'homme, donc sur l'emploi des signes. Tout naturellement, sa réflexion, à laquelle on porte aujourd'hui beaucoup d'intérêt, a rencontré les signes linguistiques et leur emploi.

Au XX^e siècle:

Disciple de Peirce, son compatriote Charles W. Morris (1901-1979) a, dès avant la Seconde Guerre mondiale et sans trouver d'abord beaucoup d'écho, suggéré une nouvelle classification des principales disciplines étudiant les signes linguistiques :

- la syntaxe traite des rapports entre signes dans l'énoncé complexe .
- la sémantique traite des rapports entre les signes et la réalité .
- la pragmatique traite des rapports entre les signes et leurs utilisateurs.

Ainsi est apparue, au moins en théorie, une nouvelle discipline linguistique où devaient trouver systématiquement leur place non seulement les signes avec leurs composants et leur référents, mais aussi ceux qui en font usage. Dans la conception de Morris, sémantique et pragmatique sont censées couvrir des domaines bien distincts.

Or, telle qu'elle a été pratiquée dans la période suivante, la sémantique, toujours plus ou moins réduite à l'étude du sens descriptif, est restée engluée dans les difficultés signalées précédemment. Elle a bien su faire reconnaître qu'elle était indispensable, malgré les efforts du structuralisme américain pour se passer d'elle; elle s'est fait une place notable dans le générativisme de Noam Chomsky à côté de la syntaxe, mais les techniques inspirées de la phonologie et appliquées sous des noms divers, analyse sémique, analyse componentielle, etc., n'ont pas abouti à donner du sens une représentation satisfaisante. Comme il arrive souvent dans des situations ainsi bloquées, on a entrepris de contourner les obstacles qu'une attaque frontale ne parvenait pas à faire sauter. Autrement dit, le domaine auquel on s'intéressait a été considérablement élargi. Et, sous l'impulsion de certains philosophes, on s'est souvenu des suggestions faites par les pragmaticiens"¹.

¹ Jacques Moeschler et Anne Reboul, *La Pragmatique aujourd'hui*, Paris, Seuil, coll. « Points Essais », 2 septembre 1998, 209 p.

2. la pragmatique:

L'objet de la pragmatique, et par rapport aux autres composantes de la linguistique (la syntaxe et la sémantique), concerne en premier lieu le rapport entre sens littéral et sens implicite par un énoncé, et en second lieu la différence entre la nature conventionnelle (linguistique) et conversationnelle (non linguistique) de l'implicite.

1. Présentation des composantes linguistiques

Dans le cadre d'une théorie générale de la « sémiotique » de la signification, C. Morris divise l'appréhension de tout langage (formel ou naturel) en trois domaines :

1. La syntaxe
2. la sémantique
3. La pragmatique

Qui correspondent aux trois relations fondamentales qu'entretiennent les signes : avec d'autres signes (syntaxe), avec ce qu'ils désignent (sémantique), avec leurs utilisateurs (pragmatique)¹

Selon Maingueneau, la pensée de Morris n'est pas univoque. Il semble hésiter entre l'idée que la composante pragmatique traverse la composante sémantique et l'idée qu'elle s'occupe seulement d'un nombre de considérations d'ordre psychosociolinguistique laissées pour compte par la syntaxe et la sémantique. Mais c'est la version de la tripartition de Morris qui a été retenue. Et par la suite, la pragmatique est conçue en tant que discipline annexe qui s'intéresse à ce que les usagers font avec les énoncés, alors que la sémantique traite leur contenu représentatif, identifié à leurs conditions de vérité.

Donc, il est à considérer que tout système de signes (toute sémiotique) peut être appréhendé selon ces trois points de vue : la syntaxe, la sémantique et la pragmatique.

¹ Maingueneau D, 1990 : Pragmatique pour le discours littéraire, Paris, Bordas

La définition de la pragmatique linguistique :

La pragmatique linguistique est l'étude du sens des énoncés en contexte. Son objet est de décrire non plus la signification de la proposition (sémantique) mais la fonction de l'acte de langage réalisé par l'énoncé. L'unité pragmatique minimale est l'acte de langage, les autres unités sont l'intervention (unité monologique maximale) et l'échange (unité dialogique minimale). Si la sémantique définit le sens d'une proposition en terme de ses conditions de vérité, la pragmatique, par contre, donne une image du sens centrée non plus sur la fonction représentationnelle du langage, mais sur sa fonction énonciative, et ce en définissant ce sens par sa fonction communicative, du fait que l'acte de langage est un acte de nature particulière qui est l'acte d'énonciation.

Par acte d'énonciation, on entend la réalisation d'une action de nature linguistique liée à l'événement historique qu'est l'énonciation (cf. Benveniste 1974), dont le résultat est le produit linguistique énoncé.

Quelques propriétés de l'acte de langage

- Il consiste en la réalisation d'une action telle que : ordre, promesse, requête, question, avertissement, conseil, etc.
- Il est un acte intentionnel.
- Il est un acte conventionnel du fait qu'il doit satisfaire des conditions d'emploi.
- Il est de nature contextuelle et cotextuelle : il doit satisfaire un certain nombre de conditions déterminant dans quelle mesure il est approprié au contexte et le degré de son appropriation dans l'ensemble du discours ou de la conversation (cotexte).

Donc, la notion de conditions d'emploi et d'appropriation con-cotextuelle est la notion clé de la pragmatique et elle est bien différente de la notion de conditions de vérité"¹.

¹ Armengaud, F. (2007), La pragmatique, Paris, PUF (5e éd.)

la théorie de acte de langage / acte de parole:

4. Acte de langage / Acte de parole:

J.L. Austin, le premier philosophe qui a introduit la notion d'acte de langage, ce de dernier distingue 02 types d'énoncé affirmatifs

1_les constatifs: qui décrivent le monde, et peuvent par conséquent recevoir la sanction vrai et faux ex : la terre est ronde

2_les performatifs: qui ne décrivent rien (et ne peuvent donc pas recevoir une valeur de vérité), mais accomplissent une action ex: je te promets de venir

Selon Austin, en énonçant une phrase quelconque, on accomplit trois actes simultanés :

– **un acte locutoire** (on articule et combine des sons, on évoque et relie syntaxiquement les notions représentées par les mots) .

– **un acte illocutoire** (l'énonciation de la phrase transforme les rapports entre les interlocuteurs: j'accomplis l'acte de promettre en disant "je promets...", celui d'interroger en disant "est-ce que...?") .

– et **un acte perlocutoire** (l'énonciation vise des effets plus lointains : en interrogeant quelqu'un, je peux avoir pour but de lui rendre service, de lui faire croire que j'estime son opinion, ou de l'embarrasser, etc.)".

5. L'implicite et l'explicite:

La nature intentionnelle et conventionnelle de l'acte illocutoire laisse penser que l'intention liée à l'énonciation est toujours présentée ouvertement et le mode de réalisation de l'acte de langage se fait toujours via des processus conventionnels. Or, cette intention, comme chacun peut l'observer n'est jamais complètement accessible, et que la reconnaissance du sens illocutoire d'une énonciation se fait souvent à travers des moyens déterminés par des facteurs non linguistiques, comme le contexte, les états de croyance supposés, etc.. Donc, derrière le problème de l'acte illocutoire, se posent trois grands types de problèmes, tous liés à l'intrusion de l'implicite dans la communication verbale :

Le problème des différents types de l'implicite .

Les différents modes de réalisation explicite et implicite des actes de langage .

La nature du mécanisme inférentiel reliant la valeur littérale et la valeur implicite"¹

¹ John Langshaw Austin, *How to Do Things with Words*, 2e ed., 2005

La conclusion :

Donc à partir de cet étude, et ces théories notamment l'approche pragmatique et ses théories (la théorie des actes de langage et la théorie de l'implicite et l'explicite) qui aident à mieux comprendre la communication et comprendre le non dit à travers un ensemble des procédés qui permet à faciliter la compréhension des messages ,et de découvrir les sous entendus qui existent dans ces derniers mais on ne peut pas comprendre sans l'étude pragmatique.

chapitre II

l'analyse et interprétation des SMS

1.Introduction:

Dans ce chapitre .on essaie de faire une analyse des sms de Ooredoo, transmis aux clients algériens, par les opérateurs .et on voit comment ces derniers ficellent et attirent le citoyen algérien .mais on s'intéresse plutôt à faire une analyse pragmatique de ces sms qui s'adapte et touche le client là où il se trouve au gré de ses envies .

En effet ,ces sms ne cherche pas seulement à convaincre le client ,mais surtout de l'attirer à soi avec tous les moyens et bien sure par le biais de l 'ecrit (les textos).

La concurrence se fait plus forte afin de réussir cette tache. le texto est très souvent reçu immédiatement par le destinataire et dans le bon moment (par exemple un message de voeux au premier jour de Ramadan). Le lien de confiance et de proximité est ainsi plus facilement établi. le texto pénètre au quotidien des clients et partage avec eux certains moments de leur vie.et pour ces resultats. les opérateurs utilisent un ensemble des pocédés différents

On essaie de les traiter dans les pages suivantes et notamment d'analyser ses impacts qui pousse gentiment le client d'etre un client fidèle.

2.L'opérateur téléphonique Ooredoo:

Ooredoo précédemment connu sous le nom Nedjma (étoile en langue arabe) est le troisième opérateur (en termes de date d'entrée en vigueur) de téléphonie mobile en Algérie. C'est la marque commerciale mobile de Wataniya Télécom Algérie

Le parc abonnés (GSM + 3G) de Ooredoo s'est établi à plus de 12,298 millions (à fin 2015)

Wataniya Télécom Algérie (WTA), le premier opérateur multimédia de téléphonie mobile en Algérie, a obtenu une licence de desserte nationale des services de téléphonie sans fil en Algérie le 2 décembre 2003, grâce à une soumission gagnante de 421 millions de dollars US. Le 25 août 2004, Wataniya a procédé au lancement commercial sous l'ancienne marque Nedjma.

l'Historique de L'opérateur téléphonique Ooredoo:

WTA a été mise en place par la société koweïtienne Wataniya Télécom, à laquelle s'est jointe United Gulf Bank (UGB). Dotée d'une licence d'une durée de 15 ans, WTA a adopté un programme d'investissements accéléré comportant des projets de 1 milliard de Dollars US sur trois ans.

Wataniya Télécom, l'opérateur de référence de WTA, a été fondée en 1999 au Koweït. Il fait partie des sociétés de Koweït Projects Company (KIPCO), la plus importante entreprise privée du Koweït avec un actif de plus de 10 milliards USD.

En mars 2007, Qtel devient actionnaire majoritaire (51 %) de Wataniya Télécom Koweït et détient par conséquent 80 % de Nedjma.

C'est lors d'une conférence de presse organisée, le mardi 12 novembre 2013 à l'hôtel Sheraton du Club des Pins que le directeur général de Nedjma, Joseph Ged a annoncé le changement officiel de son identité commerciale et visuelle en adoptant le nouveau nom Ooredoo (Le nom de la marque traduit de l'arabe signifie «je veux»). Il a également indiqué que le transfert de la marque de Nedjma vers Ooredoo s'effectuera dans la continuité sous le slogan de « Dima Maakoum » et que le lancement de la nouvelle

marque coïncide avec la mise en service de la 3G et a fait la promesse de faire venir Lionel Messi en Algérie

Au 15 décembre 2013 conjointement au lancement commercial du réseau 3G++, Nedjma devient Ooredoo Algérie¹.

¹Ooredoo, « Communiqué de presse du 21 septembre 2016 » [\[archive\]](#), article mis en ligne le 21 septembre 2016

l'analyse et interprétation des SMS

3. l'analyse et l'interprétation des sms:

le 1ère sms

31-12-2015 15:04 AM 2

Ooredoo vous souhaite une bonne et heureuse année 2016 et vous remercie pour votre confiance et fidélité.Ooredoo Dima Maakoum.

A travers ce message "01", on constate que le message ne contient pas une formule d'ouverture. D'une part car il ne vise pas un seul destinataire mais tout le public et d'une autre part car il n'existe pas une relation amicale entre les deux mais plutôt une relation commerciale. il débute par le nom de l'entreprise Ooredoo.on constate aussi qu'il n'y a pas des abréviations pour la même raison citée que le public n'est pas spécifique (les jeunes_les âgés_les cultivés _ les non cultivés.....etc)

La langue utilisée est la langue française correcte ,courante en tant qu'une langue officielle , et la plus utilisée dans le nord d'Algérie (le pôle de la civilisation)

dans ce message il y'a aussi des verbes de sentiments, et d'appréciation tels que le verbe"souhaiter" et "remercier" comme une stratégie pour fidéliser le destinataire

Le moment de transmettre ce message joue aussi un grand rôle ,les opérateurs choisissent le dernier jour de l'année ,et au soir , pour envoyer les vœux afin de montrer leur intérêt à leurs clients.et par ce petit geste ils peuvent acquérir leur clientèle dans ce message on constate l'emploi de l'interférence linguistique"Dima Maakom"ou les opérateurs intègrent" Darija " "dima" qui est utilisé ,et compréhensif, chez tous les algériens et dans ce cas la ,pour rapprocher plus de client algérien.

Le 2ème sms :

20-07-2012 16:02 AM 2

Nedjma vous souhaite saha aidkom . نجمة تتمنى لك عيد مبارك

On constate dans ce message qui débute par le nom de Nedjma avant de transformer de Ooredoo .le nom Nedjma ,lui meme prend plusieurs dimensions dans la culture algérienne et chez le citoyen algérien(.Nedjma qui illustre l'Algérie.dans le fameux roman algérien de l'écrivain Kateb Yacine1956.

Ce message contient aussi un verbe de sentiment "souhaiter" pour but d'exprimer un vœux à l'occasion de l' Aid. ce type de verbe s'influe sur les émotions du client notamment quand il le reçoit , dans les premières heures de ces jours distincts ,chez le peuple algérien, par ces opérateurs qui peuvent être aussi le premier émetteur.

On constate aussi l'utilisation de l'alternance codique ou les opérateurs expriment les vœux en français et en arabe. l'arabe ,dans ce cas celle ci , joue un rôle essentiel de rapprochement entre le destinataire et le destinataire par l'intégration de sa langue maternelle.

Et l'alternance codique , dans ce message aussi, fonctionne comme une ressource dynamisant l'interaction en tant qu'indice d'une compétence bilingue qui distingue le peuple algérien et comme ressource pour l'organisation de la parole en interaction et l'atteinte des buts interactionnels précis.

Le 3^{ème} sms:

28-12-2015 17:32 AM 2

Cette sonnerie vous plait? Pour la copier répondez par 1 a cet sms (50DA) plus de sonneries RANINI au 5353(10DA_MIN).

D'abord ce type de sms reçu après un appel à quelqu'un , c'est à dire avant que la personne réponde (bien sure si ce dernier a une sonnerie) .

Donc on constate que ce sms débute par une question sur cette sonnerie, si elle vous plait .l'opérateur, et par ce sms . essaie d'augmenter le nombre d'utilisateurs de cette dernière . à partir de proposer ses suggestions autour de cette sonnerie ,son prixetc

Et comment l'appliquer.et en plus des suggestions pour les autres sonneries disponibles a travers le service de RANINI au 5353 .

le mot de service RANINI (qui sert d'utiliser la musique préférée comme sonnerie d'attente) écrit en gras et en majuscule afin d'attirer l'attention du client .le mot aussi c'est un emprunt lexical arabe qui veut dire une sonnerie .les opérateurs de Ooredoo choisissent cet emprunt arabe comme une manifestation des contacts des langues. en Algérie (le français et l'arabe) .

Cet emprunt peut maintenir d'une certaine identité linguistique et de la vitalité d'une langue, Les causes de cet 'emprunt sont ainsi intimement liées aux conditions sociohistoriques,

Donc on peut la considérer comme une revendication identitaire.

Le 4ème sms:

24-12-2015 10:25 AM 2

200 MIN vers Ooredoo a 100DA seulement! Tapez *151* 7#
et souhaitez a vos proches une bonne fête du Mawlid Ennabawi
Echarif plus d'infos au 333.

on constate que ce message débute par une phrase nominale de type exclamatif

Ou l'opérateur de Ooredoo vise à ficeler l'attention de son client pour cet offre a travers l'exclamation .on constate aussi l'utilisation du verbe "tapez" et le verbe "souhaitez" conjugués au mode de l'impératif en tant qu'un mode utilisé pour exprimer un demande ,donc, il essaie aussi de donner un conseil à son client .

L'opérateur dans la 2ème phrase essaie de lier cet offre par l'occasion de Mawlid Ennabawi Echarif vu que dans cette occasion ,le client transmet des messages des voeux pour ses proches pendant occasion importante .donc l'opérateur choisit le bon moment de transmettre comme ce type de message afin de profiter et réussir cet offre proposé.

Comme on peut remarquer l'existence d'un emprunt lexical "Mawlid Ennabawi Echarif " qui peut lier aux conditons sociolinguistiques qui reflète le client algérien et les contacts des langues qu'il les a vécu , par conséquent, on peut dire que cet emprunt peut rapprocher entre l'opérateur et le client par l'intégration de son situation sociolinguistique (l'utisation du français et notamment les emprunts des mots arabes)

Le 5^{ème} sms:

29-06-2012 10:02 AM 2

composez *110# ? partir d'aujourd'hui des appels moins chers pour vous sur Noudjourn.

Le message débute par un verbe conjugué avec la 3^{ème} personne de pluriel au mode de l'impératif .l'émetteur ,et à partir de ce verbe ,essaie de prier le récepteur c'est à dire le client d'essayer, d'une manière indirecte , cette option , premièrement à partir de cette formule de question et la deuxième à travers le verbe "composer" et son mode l'impératif qui sert l'intention de l'émetteur.

Après l'opérateur montre le service proposé après cette prière .il propose des appels moins chers sans des déterminations des prix ou du moment de ces appels indiqués dans ce service .le client dans ce cas ,a besoin de composer 110 pour connaître plus des informations autour le prixetc. on peut dire que c'est stratégie choisie pour amener le client implicitement vers ce service.

à la fin l'émetteur ou l'opérateur montre qu'il peut recevoir plus des informations et des détails sur le service Noudjourn .

on conclure que les opérateurs adoptent des stratégies , dans ce message, implicites et indirectes a travers l'écrit (texto) pour atteindre leurs objectifs.

Le 6ème sms:

23-12-2015 09:58 AM 2

Personnalisez votre sonnerie en répondant a ce sms par l'un des numéros suivants:

1_Aghfir lana.

2_Erhamna.

3_Alyakin.

4_sobha Allah:(50DA /2mois).

D'abord ce message transmis par le service 5352(service de la sonnerie d'attente.) le message débute par un verbe au mode de l'impératif car c'est un mode qui permet d'exprimer différentes nuances de l'ordre , des conseils, ou faire de fortes recommandations et pour la forme de politesse . et dans ce message l'impératif sert a prier le client de choisir l'un de ces sonneries.

L'opérateur a choisi des vœux religieux comme une sonnerie d'attente car la plupart des clients, en Algérie, choisit un vœu religieux au lieu d'une chanson en tant qu'un pays musulman et la religion prend une place très importante dans ce côté, par son influence sur l'individu .

Le nom de ces vœux en arabe c.t.d des interférences lexicales (notamment des noms religieux Alyakinetc).

Ces interférences peuvent jouer aussi un rôle pour attirer les clients à travers l'intégration de leur langue maternelle et leur religion donc l'opérateur et pour ficeler le client et bénéficier le maximum , il adopte une stratégie qui lui permet d'intégrer tout ce qui touche et s'influe son clients afin d'atteindre ses buts et sa réussite.

Et à la fin ,il montre le prix de ses vœux religieux 50 DA et combien durent ils? 02 mois.

Le 7ème sms:

31-10-2015 11:26 AM 2

Ooredoo célèbre avec tous les algériens la commémoration du 61ème anniversaire du déclenchement de la guerre de libération nationale du 1 er Novembre 1954.

On constate que le message émis le 31 octobre c'est à dire avant le 1 er Novembre afin d'exprimer une félicitation à l'occasion la commémoration du 61ème anniversaire du déclenchement de la guerre de la libération nationale du 1 er Novembre 1954.

Donc l'opérateur a choisi le bon moment pour cette transmission . il veut montrer son soutien pour l'Algérie et pour sa guerre sainte et son soutien aussi du peuple algérien, par ce geste ,et ces voeux dans le bon moment .Ooredoo peut avoir la confiance et l'estime du client algérien car il touche son identité patriotisme.

Dans ce message écrit en français officiel ,il n'y a pas ni des interférences ni des alternances codiques vu l'importance de cette commémoration chez le peuple algérien l'opérateur choisit le verbe "célèbre" pour exprimer sa glorification de cette guerre qui la partage avec tous les algériens ,en donnant le nombre des années passées depuis le déclenchement de la révolution" le 61ème anniversaire ",et par ce fait il montre, au client, son intérêt de cet évènement et donc un moyen d'avoir la confiance des algériens.

Le 8ème sms:

13-12-2015 12:41 AM 2

Promo :200 Min d'appels vers Ooredoo 24H/ 24 a 100DA, valable jusqu'a 2h du lendemain sur choof.ooredoo.dz ou *151* 7# plus d'infos au 333.

Ce message débute par une abréviation apocope utilisée pour désigner une promotion. D'abord, l'opérateur présente cette promotion et ces détails des appels 24H / 24 a 100 DA et la durée proposée pour cet offre

on peut remarquer que ce dernier utilise juste des phrase nominale.il n'ya pas des verbes qui attirent le client comme on les constate dans les autres messages tels que les verbes tapez, composez ,personnalisez.....etc. donc le sms Privée de l'ancrage situationnel donné par le verbe, on peut conclure qu'il y'a un demande ou une prière de tester cette promotion mais d'une manière indirecte et implicite.

Et elle donne une impression de raccourci, d'accélération, qui permet de renforcer une idée ou plus précisément cette promotion .

Ooredoo propose le site choof qui s'agit de cette promo .l'opérateur choisit le mot choof" un emprunt lexical vient de la Darija algérienne qui veut dire "regardez" .et à partir de ce verbe l'émetteur incite et encourage implicitement le destinataire de voir et d'essayer cet offre. et enfin il propose d'appeler 333 pour plus d'information.et dans ce cas là l'opérateur utilise l'abréviation apocope "infos" pour dire information ou il supprime les derniers lettres de ce mot pour raison d' économiser l'espace.

Le 9^{ème} sms:

08-08-2012 13:13 AM 2

Promo Ramadan!15 Mo d'internet sur ton mobile a 50 DA ou Facebook et MSN a 20DA Tapez *151#.valable au 20/08. plus d'infos au 333.

Le message débute ,par une abréviation apocope "promo", et une phrase nominale exclamative qui souligne un fait remarquable(promo de Ramadan),et donne un conseil pour profiter la promotion en attirant le client par l'exclamation .

Après il y'a une précision de cet offre 15 Mo d'internet ."Mo" c'est une sigle du Méga Octet qui désigne une mesure généralement de la quantité d'informations.

Le sms contient le verbe "Tapez" conjugué a l'impératif qui exprime un demande implicite de bénéficier de cette promotion et tester cet offre qui est valable jusqu'au le 20 Aout .donc l'émetteur précise la période de cette promo qui a restreinte et cela pour inciter le destinataire de l'examiner .

Enfin .l'opérateur propose d'appeler le service 333 pour connaitre plus des détails , il utilise l'abréviation de type apocope "infos "pour remplacer le mot "informations" et ce fait pour raison d'économiser l'espace d'une part et le temps d'une autre part.

Le 10^{ème} sms:

01-01-2016 18:26 AM 2

Exclusivité Ranini! le nouvel album de FREEKLANE en sonnerie d'attente répondez par 1 ou 2 a ce message

1_Amazighia

2_Donia

(inscription :40DA /Sonnerie:50DA)

Le message débute par le mot d'exclusivité pour attirer l'attention de client par celui ci et qui commence par une phrase nominale exclamative .

Cette phrase contient une interférence lexical "Ranini",c'est un mot arabe qui désigne "la sonnerie" l'opérateur intègre l'arabe (par le biais de l'interférence) vu l'importance de ces deux langues(l'arabe et le français) dans le quotidien client algérien

Ensuite l'opérateur précise l'exclusivité le nouvel album de FREEKLANE en sonnerie d'attente ,le mot FREEKLANE est écrit en majuscule pour capter l'attention du récepteur sur ce fameux groupe Algérien et ses chansons connues par tous le monde et notamment les jeunes. en utilisant le verbe "répondre" au mode de l'impératif pour signaler une demande implicite d'exploiter l'exclusivité .

Les noms de deux sonneries arabes (des interférences) l'opérateur a été obligé d'utiliser l'interférence car les nom de ces sonneries écrites en arabeet , et pour être bien connues, car si les noms des ces chansons écrits en français peuvent être inconnues chez le récepteur algérien.

et à la fin il précise le prix de l'inscription et la sonnerie .

Le 11^{ème} sms:

14-04-2017 10:31 AM 2

Cher client Ooredoo. votre avis nous intéresse! Nous souhaiterions connaître votre niveau de satisfaction de votre opérateur Ooredoo. vous recevrez un sondage(3 questions) vous pouvez y répondre gratuitement en Algérie dans un délai de 48h. Ooredoo vous remercie pour votre participation.

Ce message débute par la formule "Cher". c'est une formule de politesse utilisée par l'opérateur comme une stratégie d'attirer son client par ce type des mots qui touche les sentiments.

On constate aussi que l'opérateur, et après cette formule, utilise une phrase exclamative pour exprimer son grand intérêt de l'avis de son client, et pour l'incite implicitement à participer par son avis, ensuite, il utilise le verbe "souhaiterions" conjugué au conditionnel présent qui peut servir à atténuer une demande directe, et dans ce cas, cette demande pour connaître le niveau de satisfaction de l'opérateur de Ooredoo à travers une participation dans un sondage qui contient 03 questions en le montrant que ce sondage est gratuit. Comme il montre le délai 48H et le lieu aussi est en l'Algérie.

à la fin l'opérateur utilise le verbe "remercier" au présent de l'indicatif pour montrer son remerciement avant que le client participe pour donner son point de vue autour lui, ce geste peut encourager et inciter le récepteur du message de donner son avis.

Le 12^{ème} sms:

11-11-2016 10:27 AM 2

Félicitation, vous venez de vous inscrire au Programme a Points Noudjoum. Pour vous souhaiter la bienvenue, vous bénéficiez de 25points .plus d'infos au 511.

Ce message débute par le mot " félicitation " et ce fait encourage le lecteur et incite ce dernier à le lire .on peut constate qu'il y'a une interférence lexical, c'est le programme Points Noudjoum .ce terme vient de l'arabe du mot Nedjma ,ce mot qui a plusieurs significations notamment dans la culture algérienne ou il symbolise parfois de l'Algérie dans les romans .

Ensuite l'opérateur propose les privilèges spécifiques de ce programme en incitant le client d'une manière indirecte pour inscrire dans ce dernier et afin de le souhaiter la bienvenue .il utilise le verbe "bénéficiez " a l'impératif qui exprime un fait qui peut encore se dérouler .le verbe signifier le profit. le gain.....etc.

Même ce mot peut transmettre dans la psychique du client le confort ou il sent qu'il peut gagner .et l'homme par sa nature aime le profit.

enfin il propose d'appeler le service 333 pour des infos (abréviation apocope de information).il utilise cette abréviation parce qu'elle devient le plus fréquent dans ce type de message notamment les messages des opérateurs.

Le 13ème sms:

13-04-2017 01:02 AM 2

Passez toute une journée connecté a internet (50Mo), a 100 da seulement! Tapez vite

*151# ou allez sur <http://choof.ooredoo.dz>

D'abord ce sms débute par un verbe a l'impératif présent de la 2ème personne de pluriel ,l'impératif ici signale une demande indirecte de se connecter à l' internet. l'opérateur précise le prix et la mesure de la quantité de l'information 50 MO et il termine cette phrase par un point d'exclamation comme une marque pour la publicité de cet offre.

comme il y'a le verbe " tapez" conjugué aussi à l'impératif pour les mêmes raisons précédentes , il utilise l'adverbe "vite" qui pousse et encourage le client d'inscrire dans cette promotion soit par le biais de taper 151 ou soit, sur le site proposé choof.ooredoo.dz .

Le nom de ce site "choof",est une interférence lexicale qui veut dire "regardez". cette interférence vient de la langue maternelle(et plus précisément l'arabe dialectale utilisée par l'algérien) à son client comme une stratégie pour l' attirer plus vers ses sites pour plus des informations et par conséquent de bénéficier de ses services et ses promos.

la conclusion :

A partir de l'analyse et de l'interprétation pragmatique des sms choisis (les sms transmis par l'opérateur téléphonique Ooredoo _cas des voeux et des promos) on peut constater que l'analyse de ce corpus , à partir de l'approche pragmatique ,aide ,à interpréter,à décrire , et à mieux comprendre ces sms et comprendre surtout l'implicite impliqué dans ces messages .

L'opérateur téléphonique Ooredoo utilise un ensemble des procédés et des moyens afin de présenter leur promos et leur services de la manière dont il peut ficeler le clientèle vers ces derniers d'une part et d'autre part de présenter les voeux dans les jours spécifiques chez le client algérien afin d'avoir son estime et sa confiance mais bien sûr d'une manière indirecte qui touche le client .

En effet. les opérateurs téléphoniques impliquent ces stratégies car ils communiquent avec ses clients dans tout espace seulement par le biais de l'écrit et afin de réussir la tâche, d'attirer le clientèle ,ils appliquent ces stratégies implicites,dans les textos pour avoir la confiance des clients.

La conclusion générale

4.La conclusion générale :

Notre étude est portée sur l'analyse pragmatique des sms de l'opérateur Ooredoo en Algérie . Notre question de recherche s'est basée de la manière ci-après :Quelle est la force pragmatique dans les SMS transmis par l'opérateur Ooredoo? ?

Afin de pouvoir l'aborder, nous avons formulé l'hypothèse en ce sens que: le langage SMS(le cas se l'opérateur Ooredoo) est un moyen de communication qui peut contenir certains procédés qui permettent à atteindre les sous entendus visés c.t.d un moyen d'incitation,influe implicitement sur le client,afin d'atteindre leur buts.

Quant à la méthode de travail, notre recherche s'est fait autour des méthodes analytique et interprétative. Ces dernières nous ont aidé à analyser les textos transmis et à décrire l'explicite et l'implicite qui existent dans les textos c.t.d les sms

J'ai abouti à conclure qu'une analyse pragmatique des différents styles d'écriture de ces messages peut permettre à comprendre l'implicite voulu ,seulement a travers cette approche qui permet de mieux comprendre l'implicite .

Annexe

SMS 01

31-12-2015 15:04 AM 2

Ooredoo vous souhaite une bonne et heureuse année 2016 et vous remercie pour votre confiance et fidélité. Ooredoo Dima Maakoum.

SMS 02

20-07-2012 16:02 AM 2

Nedjma vous souhaite saha aidkom . نجمة تتمنى لك عيد مبارك

SMS 03

28-12-2015 17:32 AM 2

Cette sonnerie vous plait? Pour la copier répondez par 1 a cet sms (50DA) plus de sonneries RANINI au 5353(10DA_MIN).

SMS 04

24-12-2015 10:25 AM 2

200 MIN vers Ooredoo a 100DA seulement! Tapez *151* 7# et souhaitez a vos proches une bonne fête du Mawlid Ennabawi Echarif plus d'infos au 333.

SMS 05

29-06-2012 10:02 AM 2

composez *110# ? partir d'aujourd'hui des appels moins chers pour vous sur Noudjourn.

SMS 06

23-12-2015 09:58 AM 2

Personnalisez votre sonnerie en répondant a ce sms par l'un des numéros suivants:

1_Aghfir lana.

2_Erhamna.

3_Alyakin.

4_sobha Allah:(50DA /2mois).

SMS 07

31-10-2015 11:26 AM 2

Ooredoo célèbre avec tous les algériens la commémoration du 61ème anniversaire du déclenchement de la guerre de libération nationale du 1 er Novembre 1954.

SMS 08

13-12-2015 12:41 AM 2

Promo :200 Min d'appels vers Ooredoo 24H/ 24 a 100DA, valable jusqu'a 2h du lendemain sur choof.ooredoo.dz ou *151* 7# plus d'infos au 333.

SMS 09

08-08-2012 13:13 AM 2

Promo Ramadan! 15 Mo d'internet sur ton mobile a 50 DA ou Facebook et MSN a 20DA Tapez *151#.valable au 20/08. plus d'infos au 333.

SMS 10

01-01-2016 18:26 AM 2

Exclusivité Ranini! le nouvel album de FREEKLANE en sonnerie d'attente répondez par 1 ou 2 a ce message

1_Amazighia

2_Donia

(inscription :40DA /Sonnerie:50DA)

SMS 11

14-04-2017 10:31 AM 2

Cher client Ooredoo. votre avis nous intéresse! Nous souhaiterions connaitre votre niveau de satisfaction de votre opérateur Ooredoo. vous recevrez un sondage(3 questions) vous pouvez y répondre gratuitement en Algérie dans un délai de 48h. Ooredoo vous remercie pour votre participation.

SMS 12

11-11-2016 10:27 AM 2

Félicitation, vous venez de vous inscrire au Programme a Points Noudjoum. Pour vous souhaiter la bienvenue, vous bénéficiez de 25points .plus d'infos au 511.

SMS 13

13-04-2017 01:02 AM 2

Passez toute une journée connecté a internet (50Mo),a 100 da
seulement! Tapez vite

*151# ou allez sur <http://choof.ooredoo.dz>

Référence bibliographique

la bibliographie:

- _Armengaud, F. (2007), La pragmatique, Paris, PUF (5e éd)
- _Bernicot, J, Veneziano, E, Musiol, M & Bert_Erboul, A (Eds) (2010). Interférence verbales et acquisition de langage. Paris: l'Harmattan
- _Bernicot .J, Trognon A, Musiol M & Guidetti M. (Eds.) (2002), La pragmatique et Psychologie, Nancy, Presse Universitaires de Nancy.
- _Blanchet, ph. (1995), La pragmatique, Paris , Bertrand L.
- _Bracops, M (2005), Introduction à la pragmatique, Bruxelles, De Boek, Coll. "Champs linguistiques.
- _Causa, Mariella (2007): Enseignement bilingue. L'indispensable alternance codique . Le Français dans le Monde.
- _Dubois, J & Al (1994) . Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage. Paris . Larousse.
- _Jacques Moeschler et Anne Reboul, La pragmatique aujourd'hui, Paris, Seuil
- Nicolas Ruwet, Linguistique et Poétique, Essai de linguistique générale, Edition de Minuit, Paris, 1963.

le sitographie:

- <https://fr.wikipedia.org/wiki/communication>.
- _https://fr.wikipedia.org/wiki/Sch%C3%A9ma_de_Jakopson
- http://www.sfu.ca/fren270/sémiologie/page_2_2.html.
- _https://fr.wikipedia.org/wiki/Fonctions_du_langage.
- _https://fr.wikipedia.org/wiki/Langage_SMS
- _http://www.cain.info/resume.php?ID_ARTICLE=RFLA_182_0029
- _www.espacefrancais.com/l'acte_de_langage
- <https://fr.wikipedia.org/wiki/Ooredoo>
- asl.univ_montp3.fr/e21slmc/doc_CM/Fiche_acte-de_langage.pdf

ملخص :

و كما هو متعارف عليه فان المبحث التداولي يدرس كيفية فهم الناس وإنتاجهم لفعل تواصلية أو فعل كلامي في إطار موقف كلامي ملموس ومحدد كما ان القدرة على فهم وإنتاج فعل تواصلية يطلق عليها "الكفاءة" والتي تتضمن معرفة المرء بالمسافة الاجتماعية بين المشاركين في الموقف، فقد حاولنا في هذا العمل دراسة و تحليل لغة الرسائل القصيرة المبعوثة من طرف المتعامل اوريدو في الجزائر والتعرف على الاستراتيجيات والطرق المتبعة والمبادئ المحددة لكسب ثقة الزبون من جهة ومن جهة أخرى حثه و تشجيعه لاشتراك في العروض المقدمة بطريقة غير مباشرة ومن بين هذه الاستراتيجيات مبدأ التآدب واستعمال التحية مثل عزيزى زبون اوريدو بعث رسائل التهاني في المناسبات المهمة في وقتها المناسب لتعزيز العلاقة اكثر استعمال افعال الامر و ذلك لحث الزبون بطريقة غير مباشرة للتفاعل و الاشتراك في العروض استخدام المشيرات إلى المعنى السياقي للضمائر ومفردات المكان والزمان استخدام التعجب للدلالة على وجوب الاستجابة الفورية استخدام التداخل اللغوي والتي يعتبر كمورد لتعزيز التفاعل و مؤشر لمهارة ثنائية اللغة والتي تميز الزبون الجزائري و المجتمع الجزائري

.Le résumé:

Comme nous avons su que la langue n'est pas le langage. Ou L'étude du langage concerne l'étude des moyens d'expression et de communication que peuvent partager deux êtres intelligents, et l'étude de la langue concerne un supposé code formel que partagerait les hommes, étant une partie du langage, celui qui peut être écrit ou parlé.

Dans notre travail qui est porté sur l'analyse pragmatique de langage des sms transmis par l'opérateur Ooredoo, nous essayerons d'étudier et d'analyser l'ensemble des stratégies et des procédés adoptés afin ,d'acquérir la confiance de son client d'une part ,d inciter indirectement le client de participer dans les services et les promotions proposés d'une autre part et parmi ces stratégies: l'utilisation des formules de politesse ,choisir les bons moments pour transmettre des vœux notamment dans les occasions importantes, l'usage de l'impératif présent pour signaler des demandes indirects pour participer dans des promo ,l'exclamation pour exprimer des conseils ,l'intégration de l'alternance codique et l'interférence lexical qui fonctionne comme une ressource dynamisant l'interaction en tant qu'indice d'une compétence bilingue qui distingue le client algérien et la société algérienne.