

FORMES BRACHYLOGIQUES URBAINES : QUELLE INFLUENCE SUR DES PUBLICS DE F.L.E. ?

AMIRA AMRANI, Université du 8 mai 1945, Guelma, Algérie

Notre article portera sur la brachylogie, domaine de réflexion que je qualifierai de novateur et d'ingénieux, car il a la capacité de dépasser les seules frontières du langage proprement dit, dans lesquelles on avait l'habitude de le confiner, pour s'appliquer à des domaines bien divers comme la traduction combinée à l'audiovisuel ou encore la didactique comme c'est le cas pour notre propos. Ceci dit, notre contribution relève d'une application probablement innovante où la brachylogie embrasse l'urbain voire le socioculturel à travers des contenus écrits composés principalement d'enseignes commerciales et d'affiches publicitaires appréhendées comme des formes brachylogiques aux retombées didactiques certaines sur des publics de F.L.E., notamment lors d'activités de compréhension et d'accès au sens.

Formes brachylogiques urbaines : la naissance d'un concept

Le choix de l'appellation « formes brachylogiques urbaines » relève pour nous de la jonction de deux concepts-clés qui sont d'abord les contenus écrits présents dans l'environnement socioculturel algérien à travers les enseignes commerciales et les affiches publicitaires, puis la variation linguistique les caractérisant et qui leur confère un certain caractère « brachylogique » opérant au niveau phonologique, syntaxique, lexical ou discursif.

Échantillon des contenus « brachylogiques » urbains

L'échantillon des formes brachylogiques urbaines que nous retenons est le suivant. Tout d'abord et pour ce qui est du contenu graphique, « SMS d pti mo pour tou s'dir », présent au niveau d'un encart publicitaire de presse de l'opérateur de téléphonie mobile « Djezzy », nous informe d'une offre SMS au profit de sa clientèle et dont le slogan correspond à : « SMS des petits mots pour tout se

dire » ; par réduction phonographique de l'orthographe appliquée à certaines constituants de la structure syntaxique, puisque « des », « petits », « mots », « tout », « se » et « dire » sont remplacés désormais respectivement par le graphème « d » et les logogrammes « pti », « mo », « tou », « s' » et « dir », une forme brachylogique est obtenue.

Ensuite, pour ce qui est du contenu graphique, avec « Piknichoc », qui est une marque de biscuit désignant le contexte dans lequel le produit est généralement consommé – autrement dit lors d'un « pique-nique » – ainsi que son goût « choc », c'est aussi par recours au principe de réduction phonographique appliqué à la structure syntaxique entière que la forme brachylogique est encore obtenue.

Un troisième contenu, « KIABI », présent au niveau d'un encart publicitaire, désigne une marque de prêt-à-porter dont la forme normée serait « QUI HABIT » et où la structure syntaxique par recours au principe de réduction phonographique appliquée au logogramme « KIABI » (où « KI » correspondrait au pronom relatif initial « QUI » et « ABI » à un verbe « HABIT » qui n'existe pas au lieu de « HABILLE »), permet d'obtenir une autre forme brachylogique.

Ainsi, par recours au principe de réduction phonographique appliquée à l'orthographe des différents contenus passés en revue mais aussi d'autres comme « Kiloutou », « BO-BOIS » et « Sabagité Souce Boulonnaise », même si le processus de création de ce dernier est involontaire à l'opposé des précédents qui sont motivés et consentis, des formes brachylogiques urbaines ont pu être générées, ce qui développe une interrogation d'ordre didactique quant à leur éventuel impact sur des publics F.L.E. ; nous supposons par rapport à cela que les formes brachylogiques en question peuvent avoir une influence lors d'activités de réception (ou compréhension) et de production, chez des publics F.L.E.

Impact des contenus « brachylogiques » sur le public FLE en réception

La méthodologie d'expérimentation engagée autour des formes brachylogiques peut porter tout d'abord sur l'entrée « réception » à propos de la compréhension de ces contenus par un public de F.L.E.

par le biais d'entretiens à des fins de verbalisation et d'explicitation du sens. Ces entretiens d'explicitation du sens trouvent leur source chez P. Vermersch, conduits autour de questions telles que : « Que lisez-vous ? Que comprenez-vous de cela ? Et comment êtes-vous parvenu à comprendre ce sens-là ? etc. ».

Ces entretiens peuvent être menés auprès d'un public de collégiens de deuxième année moyenne, compte tenu de sa classe d'âge dans le curriculum scolaire, puisqu'il se trouve en bascule de ses performances car il n'a pas fini d'apprendre ; ses acquisitions orthographiques et par-là sa compétence orthographique ne sont pas suffisamment installées, ce qui peut le rendre vulnérable du point de vue des apprentissages vis-à-vis de son environnement socioculturel.

Verbalisations du sens des « formes brachylogiques urbaines »

Dans cette expérimentation, les entretiens conduits donnent lieu aux verbalisations de sens suivantes :

« KIABI »



L7 ki abi // un titre d'un magasin de vêtements

Eq qu'est ce qui vous fait dire qu'il s'agit de vêtements / d'un magasin qui vend des vêtements

L7 l'image / les enfants avec des vêtements

L15 kiabi c'est une marque des vêtements / c'est une marque très imm très grande marque et ses vêtements il est à la mode et très solide

Eq comment tu as su qu'il s'agit d'une marque de vêtements

L15 parce que j'ai un débardeur c'est écrit kiabi عندي لهاديكا عرفتها
[3andi lehedika 3rafetha/ je l'ai c'est pour ça je l'ai reconnu]

L15 kiabi c'est par rapport au immm / possible le nom ou le prénom d'une fille ou d'une place

Eq qu'est ce qui t'a fait penser au nom d'une fille ou d'une place

L15 parce que c'est possible une fille qui s'appelle kiabi ou مولاها
[mouleha/ son propriétaire] kiabi ليعندو [adi li3andou/ celui qui a]

kiabi possible il a une fille qui s'appelle kiabi ou un garçon ou aussi un animal c'est possible

Eq qu'est ce que tu comprends

L14 ici dans l'image il y a un garçon avec une fille // je pense un nom / un nom de immm comme

Eq un nom de quoi

L14 d'organisation

Eq qu'est ce qui te fait penser à une organisation

L14 comme UNICEF

Eq et qu'est ce qui t'a fait penser qu'il s'agit d'une organisation comme l'UNICEF / par rapport à quoi tu as dit ça

L14 par rapport à la photo

Eq cette organisation s'occupe de quoi par exemple

L14 les droits d'enfants

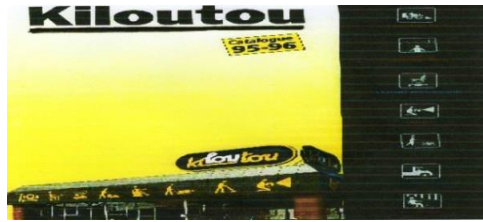
« O P'tit en K »

Eq je vais t'expliquer le principe du travail / les images que tu vois sont accompagnées d'une écriture / tu vas me lire ce qui est écrit et après tu vas me dire ce que tu as compris

L16 oui o pti en ka c'est une magasin ou bien un boutique qui s'appelle k ou bien o p'tit en k // K je pense مول الحانوت إسم [moul el hanout issmou/ le propriétaire du magasin, son nom] en K comme un nom avec un K comme Kader il prend le premier mot K et s'appelle comme boutique K

L4 o pti en ka « o p'ti » ça me fait penser à un opticien alors que là c'est un magasin d'alimentation / ça n'a pas de rapport // c'est faux le titre de magasin c'est pas ça

« Kiloutou »



L6 peut-être le nom imm / صاحب المحل [saheb el mahal/ le propriétaire du magasin]

L12 kiloto

Eq qu'est ce que tu comprends de cette écriture

L12 c'est une course de voitures

Eq qu'est ce qui te fait penser à la course

L12 l'écriture c'est la même écriture qu'on trouve d'une course de voitures

Eq et c'est-à-dire dans une course de voitures on trouve cette écriture sur quoi/ où

L12 dans les plaques // les catalogues aussi

Eq tu peux m'expliquer cette idée de course

L12 rallye de voitures

Eq dans le rallye de voitures on trouve ce genre d'écriture

L12 oui

Eq où sur les voitures

L12 oui sur les voitures même dans les plaques de publicité on trouve ça // même les couleurs des voitures de la course c'est la même couleur qu'on utilise dans cette écriture

L15 kiloutou

Eq oui tu lui trouves un sens ou non

L15 par rapport à le kilo

« Piknichoc »



L15 piknichoc je pense c'est un gâteau au chocolat / on le prend quand on va pique-niquer // et ce gâteau il est en chocolat

Eq et est ce que le nom en lui-même / le nom donné à ce biscuit est ce qu'il a un sens

L15 oui le choc par rapport à le choc / on mange ce gâteau le goût imm son goût fait le choc

Eq oui et pour [pikni]

L15 quand immم نسيت كيفاه نقولوها [nssit kifeh ngouloha/ j'ai oublié comment on le dit] madame

Eq quoi

L15 noukherjou nouge3dou ngoulou [نخرجو نقعدو نقولو/ on sort s'asseoir on dit] pique-niquer j'ai oublié le mot

Ainsi, nous remarquons, au niveau de ces entretiens d'explicitation du sens des contenus écrits, que les lecteurs ne parviennent pas à accéder dans la majorité des cas au sens de ces derniers, car ils peinent à identifier et à faire correspondre une unité de sens à l'ensemble de la structure d'étude ; ils recourent donc à des stratégies multiples afin de contourner cette difficulté comme : l'identification du référent, la prédiction de sens, l'activation de connaissances antérieures, le recours aux indices du contexte, à l'analogie et la référence à l'environnement socioculturel.

Ceci dit, les formes brachylogiques urbaines, qu'elles relèvent de choix volontaires et consentis ou de choix complètement désinvoltes, a certainement un rôle à jouer dans l'apprentissage du F.L.E. dans le contexte algérien par l'influence qu'elles exercent sur l'activité de réception (lecture-compréhension) chez les scolaires, pouvant construire par cela une boucle de renforcement des usages et de la difficulté d'apprentissage.