



UNIVERSITE ABDOU MOUMOUNI

Laboratoire d'Etude et de Recherche sur les Territoires
Sahélo-Sahariens : Aménagement et Développement

Revue scientifique thématique semestrielle
Environnement et Dynamique des Sociétés



N° 009

Décembre

2023

ISSN



Presse Universitaire de Niamey



UNIVERSITE ABDOU MOUMOUNI (NIGER)

*Laboratoire d'Etude et de Recherche sur les Territoires
Sahélo-Sahariens : Aménagement et Développement*

LERTESS - AD

Revue scientifique thématique semestrielle

Environnement et **D**ynamique des **S**ociétés



Photo de couverture: Situation topographique et illustration de ravinement, village de Hamdara (Zinder)

BADAMASSI MALAM ABDOU M., juillet 2022

MAQUETTE & PAO: Dr MAMAN WAZIRI MATO Zaneidou, LERTSS/AD, UAM - Niamey

N° 009

ISSN



1859-5146

DECEMBRE 2023

Note aux auteurs

La revue « Environnement et Dynamique des Sociétés » du Laboratoire d'étude et de recherche sur les territoires sahélo-sahariens : aménagement, développement est une revue thématique semestrielle. Elle publie en français ou en anglais des articles originaux ou des ouvrages résultant des recherches effectuées dans l'école doctorale Lettres, Arts, Sciences de l'Homme et de la Société par des chercheurs extérieurs dans les domaines d'intérêt de la revue. Pour faciliter l'édition, les auteurs sont invités à suivre les recommandations suivantes :

- [1]. En principe aucun article ne doit occuper plus de 15 pages dans la revue, tout compris, sachant qu'une page de la revue contient environ 500 mots.
 - [2]. Le manuscrit doit être soumis en version numérique. L'article doit répondre à la structure suivante :
 - a) Pour un article qui est une contribution théorique et fondamentale : le titre (il doit être concis mais complet et précis), le nom et prénoms de l'auteur ou les noms et prénoms des auteurs suivis de son titre ou de leurs titres académiques ou professionnels, le nom de l'institution ou les noms des institutions d'appartenance de l'auteur ou des auteurs et son adresse ou leurs adresses (y compris les adresses mail). Le plan du texte doit répondre au schéma suivant : Introduction (justification du thème, problématique, hypothèses/objectifs scientifiques, approche), Développement articulé, Conclusion, Bibliographie.
 - b) Pour un article qui résulte d'une recherche de terrain : le titre (il doit être concis mais complet et précis), le nom et prénoms de l'auteur ou les noms et prénoms des auteurs suivis de son titre ou de leurs titres académiques ou professionnels, le nom de l'institution ou les noms des institutions d'appartenance de l'auteur ou des auteurs et son adresse ou leurs adresses (y compris les adresses mail). Le plan du texte doit répondre au schéma suivant : Introduction, Méthodologie, Résultats et Discussion, Conclusion, Bibliographie.
 - [3]. Le texte au format A4, doit être saisi en police Times New Roman, taille 12 pour le corps du texte et 14 pour les titres et avec un interligne de 1,5. Les articulations d'un article, à l'exception de l'introduction et de la conclusion et de la bibliographie doivent être titrées et numérotées par des chiffres (exemples : 1. 1.1. 1.2. ; 2. ; 2.1. ; 2.2.1. ; 2.2.2. ; 3. ; etc.).
 - [4]. Les auteurs peuvent envoyer leurs textes qui doivent être traités en Word sur PC par Internet à EDS : revueeds@gmail.com.
 - [5]. Tout article doit être accompagné d'un résumé n'excédant pas 200 mots avec indication des mots clés au maximum 5 en français et d'un Abstract et des Key words en anglais. Ces résumés doivent permettre au lecteur d'apprécier exactement l'intérêt de l'article, les problèmes posés, les méthodes employées et les résultats obtenus. Ils doivent être rédigés avec le plus grand soin, dans une langue claire.
 - [6]. Les illustrations qui doivent être pertinentes (photos, croquis, graphiques, cartes et tableaux) se limiteront au minimum nécessaire.
 - [7]. Les références bibliographiques : elles doivent être citées dans le texte de la manière suivante : (B. Yamba, 1975, p21). Lorsque la référence comporte plus de trois auteurs, seul le premier auteur sera mentionné suivi de : « et al. ». A la fin de l'article, les références constituant la bibliographie doivent être citées par ordre alphabétique croissant et de date pour un même auteur le tout numéroté. Pour chaque référence, inclure les noms complets de tous les auteurs. Une référence en ligne (Internet) est acceptable si elle s'avère fiable et crédible, on prend soin de mentionner le lien (la page web). Exemple : ANTHELME Fabien, BOISSIEU Dimitri, GIAZZI Franck et WAZIRI MATO Maman - (Page consultée le 30 mai 2011) *Dégradation des ressources végétales au contact des activités humaines et perspectives de conservation dans le massif de l'Air (Sahara, Niger)* - Vertigo, La revue électronique en sciences de l'environnement, Vol.7 no2, Adresse URL : <http://www.vertigo.uqam.ca/>.
- Exemples :
- ▽ **Pour un article de journal ou revue** : Nom (s) suivi du prénom (s) de l'auteur (s); la date de parution de l'article : le titre de l'article, le titre du périodique en italique et précédé de « in » ; le volume et le numéro de la première et de la dernière page de l'article. Exemple : BOUZOU MOUSSA Ibrahim., 2003 - Les loupes d'érosion, formes majeures de dégradation des terres de glaciés à sols indurés : Cas de Bogodjotou (Niger). In *Annales de l'Université Abdou Moumouni de Niamey*, Tome VII, pp. 220-228.
 - ▽ **Pour les ouvrages** : le nom de l'auteur précédé du prénom (s) ; la date de l'édition ; le titre complet de l'ouvrage en italique ; le nombre de volumes et le nombre total de page ; le nom de l'éditeur ; le lieu de l'édition. Exemple : KILANI Mondher et WAZIRI MATO Maman, 2000 - *Gomba Hausa : dynamique du changement dans un village sahélien du Niger*, éditions Payot, Lausanne, 175 pages.
 - ▽ **Pour un chapitre dans un ouvrage** : le nom de l'auteur précédé du prénom (s) ; la date de l'édition ; le titre complet du chapitre; le titre de l'ouvrage en italique, le nom de l'éditeur entre parenthèse; la maison d'édition ; le lieu de l'édition. Exemple : MOTCHO Henri Kokou, 2007 - Dynamique urbaine et intégration régionale en Afrique de l'Ouest. - In : *Les États-nations face à l'intégration régionale en Afrique de l'Ouest : le cas du Niger*, (WAZIRI MATO, éd.), Karthala, Paris, pp. 121-137.
 - ▽ **Pour un article d'acte de colloque** : le nom de l'auteur précédé du prénom (s) ; la date de l'édition ; le titre de l'article, titre du colloque précédé de in, le nom de la revue, le lieu d'édition, le volume et le numéro de la première et de la dernière page de l'article. Exemple : BOUZOU MOUSSA Ibrahim, 1998 - Dégradation des terres et pauvreté au Niger : cas du terroir villageois de Windé - Bago (Dallol Bosso Sud). In: *Actes du Colloque du Département de Géographie FLSH/UAM Niamey 4-6 juillet 1996. Urbanisation et pauvreté en Afrique de l'Ouest*. Annales de l'Université Abdou Moumouni de Niamey, n° Hors Série, pp.49-61.
 - ▽ **Pour une agence gouvernementale ou internationale considérée comme auteur** : Ministère de l'Aménagement du Territoire et du Développement Communautaire, 2006 - *Guide national d'élaboration d'un plan de développement communal*, Direction Générale du Développement Communautaire, 35 pages.
- [8]. Les notes : elles doivent être en bas de chaque page et mentionnées dans le texte par leur numéro respectif. La police est la même avec le texte mais de taille 10.
 - [9]. Les cartes, les graphiques et les figures: ils doivent être produits à l'échelle définitive avec des dimensions adaptées au format de la revue. Les titres sont placés en haut.
 - [10]. Les photographies : il faut fournir des tirages bien contrastés en couleurs ou en noir et blanc. Les titres sont placés en haut.
 - [11]. Les tableaux: ils sont numérotés en chiffre arabe et le titre doit être placé en bas.

UNIVERSITE ABDOU MOUMOUNI (NIGER)

Laboratoire d'Étude et de Recherche sur les Territoires Sahélo-Sahariens : Aménagement et Développement
Revue scientifique thématique semestrielle
Environnement et Dynamique des Sociétés

DIRECTEURS DE PUBLICATION

Directeur de publication : Pr AMADOU Boureima

Directeur Adjoint de publication : Pr YAMBA Boubacar

COMITE SCIENTIFIQUE

Pr AMADOU Boureima, Université Abdou Moumouni, Niamey ; Pr BOUZOU MOUSSA Ibrahim, Université Abdou Moumouni, Niamey; Pr MOTCHO Kokou Henri, Université Abdou Moumouni, Niamey ; Pr ISSA DAOUDA Abdoul-Aziz, Université Abdou Moumouni, Niamey ; Pr TCHAMIE T.K. Thiou, Université de Lomé (Togo) ; Pr TANDINA OUSAMANE Mahamane, Université Abdou Moumouni, Niamey ; Pr TIDJANI ALOU Mahamane, Université Abdou Moumouni, Niamey ; Pr YAMBA Boubacar, Université Abdou Moumouni, Niamey ; Pr ZOUNGROUNA Pierre Tanga, Université J. K. de Ouagadougou (Burkina Faso) ; Pr WAZIRI MATO Maman, Université Abdou Moumouni, Niamey ; Pr BONTIANTI Abdou, Université Abdou Moumouni, Niamey ; Pr MOUNKAÏLA Harouna, Université Abdou Moumouni, Niamey, Pr. BOULAMA Kaoum, Université Abdou Moumouni de Niamey, Pr BOUKPESSI Tchaa, Université de Lomé (Togo), Pr. YABI Ibouaïma, Université d'Abomey-Calavi (Benin), Pr. KABLAN N'guessan Hassy Joseph, Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan (Côte d'Ivoire).

COMITE DE REDACTION

Rédacteur en chef : Pr WAZIRI MATO Maman

Rédacteur en chef Adjoint : Pr DAMBO Lawali

Membres : Pr MOUNKAILA Harouna, Dr BODE Sambo (MC), Dr ABDOU YONLIHINZA Issa (MC), Dr YAYE SAIDOU Hadiara (MC), Dr BAHARI IBRAHIM Mahamadou (MC), Dr MAMAN Issoufou (MC), Dr KONE MAMADOU Mahaman Moustapha(MA), Dr ALI Nouhou(MA).

Nota Bene : Les opinions et analyses présentées dans ce numéro n'engagent que leurs auteurs et nullement la rédaction de la revue Environnement et Dynamique des Sociétés (EDS).

ADRESSE :

Laboratoire d'Étude et de Recherche sur les Territoires Sahélo-Sahariens : Aménagement et Développement

UNIVERSITE ABDOU MOUMOUNI

BP: 418 Niamey - NIGER. **Email:** revueeds@gmail.com

© Copyright : Revue EDS, 2023

COMITE DE LECTURE

- ✿ Pr. BOULAMA Kaoum, Université Abdou Moumouni de Niamey (Niger)
- ✿ Pr. ELHADJI OUMAROU Chaibou, Université Abdou Moumouni de Niamey (Niger)
- ✿ Pr. KADET GAHIE Bertin, Ecole Normale Supérieure d'Abidjan (Côte d'Ivoire)
- ✿ Pr. KOUADIO Guessan, Université Félix Houphouët Boigny (Côte d'Ivoire)
- ✿ Pr. MOUNKAÏLA Harouna, Université Abdou Moumouni de Niamey (Niger)
- ✿ Pr. OUMAROU Amadou, Université Abdou Moumouni de Niamey (Niger)
- ✿ Pr. SOULEY Kabirou, Université André Salifou de Zinder (Niger)
- ✿ Pr. SOUMANA KINDO Aïssata, Université Abdou Moumouni de Niamey (Niger)
- ✿ Pr. WAZIRI MATO Maman, Université Abdou Moumouni de Niamey (Niger)
- ✿ Pr. YABI Ibouaïma, Université d'Abomey-Calavi (Benin)
- ✿ MC. ABDOU YONLIHINZA Issa, Université Abdou Moumouni de Niamey (Niger)
- ✿ MC. ADO SALIFOU Arifa Moussa, Université André Salifou de Zinder (Niger)
- ✿ MC. FANGNON Bernard, Université d'Abomey Calavi (Benin)
- ✿ MC. KASSI-DJODJO Irène, Université Félix-Houphouët-Boigny d'Abidjan (Côte d'Ivoire)
- ✿ MC. KOFFI-DIDIA Adjoba Marthe, Université Félix-Houphouët-Boigny d'Abidjan (Côte d'Ivoire)
- ✿ MC. MAMADOU Ibrahim, Université André Salifou de Zinder (Niger)
- ✿ MC. NABE Bammoy, Université de Kara (Togo)
- ✿ MC. OUATTARA Seydou, Université Félix-Houphouët-Boigny d'Abidjan (Côte d'Ivoire)
- ✿ MC. TRAORÉ Porna Idriss, Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan (Côte d'Ivoire)

SOMMAIRE

LA RENAISSANCE DES PLANTATIONS DE CACAOYERS AUX COTES DES ANACARDIERS DANS LA SOUS-PREFECTURE D'ASSUEFRY (NORD-EST DE LA COTE D'IVOIRE) _____	8
<i>KOFFI Yao Jean Julius⁽¹⁾</i>	
BARRAGE DE DIAMA, ACCES AUX RESSOURCES, MIGRATIONS DE RETOUR ET CONFLITS : ETUDE DE CAS DES COMMUNES DE DIAMA ET DE RICHARD-TOLL (SENEGAL) _____	33
<i>MBALLO Coly^{(1)*} et SOW Papa⁽²⁾</i>	
DÉGRADATION DES ROUTES ET SOUTENABILITÉ DES MOBILITÉS VILLES-CAMPAGNES DANS LE DÉPARTEMENT DU MAYO - TSANAGA (CAMEROUN) _____	56
<i>ATANGANA BAMELA Hyacinthe⁽¹⁾</i>	
GOVERNANCE ET CRISE DU SOUS-SECTEUR DU TRANSPORT URBAIN À L'OUEST-CAMEROUN _____	71
<i>ATANGANA BAMELA Hyacinthe^{(1)*} et ELONG NGANDO EPOSSY Marthe Aimée⁽²⁾</i>	
URBANISATION ET CONNECTIVITE DES VILLES DANS LA REGION DE L'OUEST, CAMEROUN _____	85
<i>AKOKE ABEM David Xavier^{(1)*}, LABE SADJO Solange⁽²⁾ et ATANGANA BAMELA Hyacinthe⁽³⁾</i>	
LES STRATEGIES D'INSERTION DES REFUGIES MALIENS DANS LA VILLE D'AYOROU _____	100
<i>Abdoulaye Boureima Hassane⁽¹⁾</i>	
CONNAISSANCES, ATTITUDES ET PRATIQUES DES FEMMES EN ÂGE DE PROCREER SUR L'INCOMPATIBILITE FOETO MATERNELLE RHESUS D DANS LA COMMUNE DE MORIBABOUGOU (PERIPHERIQUE DE BAMAKO) _____	113
<i>CISSE Moussa⁽¹⁾, MALAM MAMANE SANI Ibrahim^{(2)*} et TRAORE Anassa⁽³⁾</i>	
STRATEGIES DE LUTTE DES ACTEURS LOCAUX CONTRE L'ENSABLEMENT DES VALLEES A NATRON DANS LA REGION DU LAC A L'OUEST DU TCHAD _____	125
<i>BAYANG Sirbéle^{(1)*} et ISSA JUSTIN Laougué⁽¹⁾</i>	
IMPACTS DES PLUIES EXCEPTIONNELLES SUR LES INFRASTRUCTURES SOCIO-ECONOMIQUES : CAS DE LA PLUIE DU 17 JUILLET 2022 DANS LE VILLAGE DE HAMDARA (NIGER) _____	145
<i>BADAMASSI MALAM ABDOU Moutari⁽¹⁾, ABBA Bachir^{(1)*}, MALAM ABDOU Moussa⁽¹⁾ et DJADJI Bagana⁽¹⁾</i>	
CONFLITS FONCIERS A LA PERIPHERIE DU PARC NATIONAL DE WAZA (EXTREME-NORD, CAMEROUN) _____	161
<i>REDASSA HENENE⁽¹⁾, SIRINA^{(2)*} et HOUSSEINI Vincent⁽³⁾</i>	
DEFIS DES BIOTECHNOLOGIES POUR UN DEVELOPPEMENT HUMAIN _____	181
<i>DJASRABÉ BONDO^{(1)*} et ALNDINGANGAR DIMNGAR⁽²⁾</i>	
LE PROGRAMME ALIMENTAIRE MONDIAL (PAM) FACE A LA DYNAMIQUE MIGRATOIRE DES VILLAGES D'ALLAKAYE ET KARKARA DANS LA REGION DE TAHOUA (NIGER) _____	195
<i>AMADOU GOUMANDEY Goumandey⁽¹⁾</i>	
FAISABILITE D'UN AMENDEMENT BIOCHAR DE TIGES DE COTONNIERS DANS LA REGION ADMINISTRATIVE DES HAUTS-BASSINS (BURKINA FASO) _____	207
<i>OUEDRAOGO Wendlassida^{(1)*}, OUEDRAOGO Lucien⁽²⁾ et KAMBIRE Gouroumana⁽³⁾</i>	
CHANGEMENT CLIMATIQUE ET ACTIVITES HUMAINES : QUELS IMPACTS SUR LA MORPHOLOGIE DU FLEUVE LOGONE ? _____	221
<i>DJEMON Model⁽¹⁾</i>	

CHANGEMENT CLIMATIQUE, ACTION PUBLIQUE ET AGRICULTURE : L'INTERVENTION DU PUDC DANS LE VILLAGE DE BOULIERY NDILOFFENE (COMMUNE DE TAÏF) AU SENEGAL _____	234
<i>DIONE Geneviève^{(1)*} et MBALLO Coly⁽²⁾</i>	
DYNAMIQUE SPATIO-TEMPORELLE ET FACTEURS DE DEGRADATION DES FORETS GALERIES DE LA RIVIERE KERAN AU NORD-TOGO _____	247
<i>AKAME Laounta⁽¹⁾</i>	
IMPACT DE LA PRESSION DEMOGRAPHIQUE SUR LA DYNAMIQUE DE L'OCCUPATION DU SOL DANS LA COMMUNE D'AGOU 1 (PREFECTURE D'AGOU, REGION DES PLATEAUX) TOGO ____	263
<i>KOUMOI Zakariyao⁽¹⁾</i>	
DIVERSITÉ FLORISTIQUE ET USAGES DES PRODUITS FORESTIERS NON LIGNEUX D'ORIGINE VÉGÉTALE DES LIGNEUX EXPLOITÉS DANS LA COMMUNE DE NGONG (NORD-CAMEROUN) _	278
<i>PEWE Kadyang^{(1)*}, SYLVAIN Aoudou Doua⁽²⁾ et KOSSOUMNA LIBA'A Natali⁽²⁾</i>	
STRATEGIES DE GESTION DES CONFLITS LIES A L'EAU DANS LE PERIMETRE IRRIGUE DE MANDE AU SUD-OUEST DU TCHAD _____	299
<i>ASSOUE Obed^{(1)*} NEINLEMBAYE Trepose⁽²⁾ MADJIDE NDINGATOLOUM Silas⁽³⁾ et DJIMTA Raoul⁽²⁾</i>	
LE MYTHE DES JUMEAUX DANS LES SOCIETES HAOUSSA DU NIGER À TRAVERS L'EXEMPLE DU CANTON DE BABAN TAPKI DE LA REGION DE ZINDER _____	315
<i>ZAKARI Aboubacar⁽¹⁾, SOUMANA Abdoul-Wahab^{(2)*} et HASSANE LAMINO Zanguina⁽³⁾</i>	
HISTOIRE DU JUGE CADI EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE _____	331
<i>DJIBO Seybou⁽¹⁾</i>	
LE LEXIQUE DES MESSAGERIES EN TELEPHONIE MOBILE AU NIGER : TYPOLOGIE ET MOTIVATIONS DES CHOIX LEXICAUX _____	350
<i>DAOUDA Hamadou⁽¹⁾</i>	
L'ARTISANAT AGROALIMENTAIRE A L'EPREUVE DE LA RELIGION : COMPRENDRE LA COHABITATION « HEUREUSE » ENTRE CHRETIENS ET MUSULMANS A GUIDER (NORD-CAMEROUN) _____	364
<i>SENG G. Isidor^{(1)*} et OYONO MINLO D. Bastiel⁽²⁾</i>	

LE LEXIQUE DES MESSAGERIES EN TELEPHONIE MOBILE AU NIGER : TYPOLOGIE ET MOTIVATIONS DES CHOIX LEXICAUX

DAOUDA Hamadou⁽¹⁾

(1) Assistant, Département de Linguistique, Université Abdou Moumouni de Niamey (Niger)

Correspondant courriel : hamdaouda@yahoo.fr

Résumé

Le téléphone, de nos jours, a ravi la vedette à bon nombre de moyens de communication. Ceci, du fait qu'il permet de transmettre des messages, de façon instantanée, aussi bien à l'oral qu'à l'écrit. Fort de cet avantage, le système de messagerie téléphonique devient, au Niger, un moyen de créativité lexicale. Cela du fait que, pour des raisons diverses, les clients reçoivent des messages écrits, de nature et de sources différentes, à travers leur téléphone. Selon la stratégie mise en place, et pour des raisons sociolinguistiques, ces mots sont créés à partir de plusieurs langues parlées sur le territoire national. En outre, un certain nombre de facteurs sous-tendent l'apparition de ces nouveautés lexicales dans le domaine visé. Partant d'un corpus que nous avons constitué, nous procédons à une analyse qui nous permet d'établir une typologie de ces créations lexicales ainsi que les raisons sociolinguistiques qui président la formation desdits lexèmes.

Mots clés : téléphone, créativité linguistique, sociolinguistique, corpus, lexèmes

THE LEXICAL OF MOBILE TELEPHONE MESSAGING IN NIGER: TYPOLOGY AND MOTIVATIONS OF LEXICAL CHOICE

Abstracts

The telephone, these days, has stolen the spotlight from many means of communication. This is because it allows messages to be transmitted instantly, both orally and in writing. With this advantage, the telephone messaging system becomes, in Niger, a means of lexical creativity. This is because, for various reasons, customers receive written messages, of different nature and sources, through their telephone. Depending on the strategy put in place, and for sociolinguistic reasons, these words are created from several languages spoken on the national territory. In addition, a certain number of factors underlie the appearance of these lexical novelties in the targeted domain. Starting from a corpus that we have created, we carry out an analysis which

allows us to establish a typology of these lexical creativities as well as the sociolinguistic reasons which govern the formation of said lexemes.

Key words: telephone, lexical creativity, sociolinguistics, corpus, lexemes.

Introduction

Il est indéniable que le téléphone occupe une place de choix dans la vie des êtres humains : il contribue à la vie en société, en assurant la transmission des messages, gage de tout lien social. Grâce à cet outil, les relations interpersonnelles et intergroupes se raffermissent davantage et les uns se rapprochent de plus en plus des autres. Aussi, le téléphone est-il utilisé dans tous les domaines d'activité de l'homme. L'utilisation du téléphone joue sur l'état des langues en usage dans la communauté, plus particulièrement dans un contexte multilingue. Au Niger, dans un élan communicationnel, le téléphone sert à entretenir les liens, d'une part entre les clients et les réseaux téléphoniques et d'autre part entre ces mêmes réseaux et un bon nombre de sociétés et entreprises exerçant sur le territoire. Ce faisant, la créativité linguistique s'invite comme élément novateur du système de communication mis en place par ces réseaux téléphoniques.

Force est de constater que plusieurs raisons expliquent ces nouvelles créations lexicales. En outre, selon notre constat, le dispositif de communication des réseaux téléphoniques est riche et varié. Raison pour laquelle nous nous sommes intéressés aux mots et expressions envoyés via les messageries téléphoniques. En effet, pour A. Martinet, (1980, p72), toutes les langues du monde évoluent. C'est pourquoi, dit-il : « il suffit pour un Français de parcourir la *Chanson de Roland* ou, sans remonter si haut de lire Rabelais ou Montaigne dans le texte original, pour se rendre compte que les langues changent au cours du temps ». Le changement, ou l'évolution linguistique est la conséquence de plusieurs facteurs : il peut-être d'ordre linguistique, géographique, socioculturel, économique, technique et technologique....

Ce travail s'inscrit donc dans un élan variationniste (W. Labov, 1972) et vise, une fois de plus, à marquer l'influence des langues nationales sur le français (et vice versa) dans le paysage sociolinguistique, en lien avec l'usage de la téléphonie mobile au Niger. Ce qui nous amène à poser la question de savoir : *comment de nouveaux mots intègrent-ils les systèmes de communication chez certains opérateurs téléphoniques et quels en sont les facteurs ?*

Pour répondre à cette question nous nous sommes intéressés aux particularités lexicales chez Airtel et Moov : d'une part, du fait que ces réseaux nous sont plus familiers, et donc il y a une certaine subtilité à entrevoir les réalités ; et d'autre part, il était question pour nous de circonscrire le champ de l'étude. L'analyse est basée sur un corpus, c'est-à-dire une liste de mots et expressions formée à partir des messages téléphoniques,

donc écrits, (vu que l'attestation écrite peut être un facteur de consécration d'une nouvelle unité lexicale), que nous recevons par moment via notre téléphone. Une période de trois mois a été consacrée à la constitution du corpus. Il était question de rassembler un nombre important de messages devant renfermer le maximum de mots et expressions possibles. Cela dans le but de garantir la représentativité du corpus : «Le corpus doit être représentatif, c'est-à-dire qu'il doit illustrer toute la gamme des caractéristiques structurelles. On pourrait penser que les difficultés sont levées si un corpus est exhaustif, c'est-à-dire s'il réunit tous les textes produits » (J. Dubois et al., 1994, p24). L'analyse du corpus ainsi constitué procède donc de l'examen de ces mots et expressions y afférant. Ainsi, si dans un premier travail précédent (2023), nous avons fait cas de la morphologie et du sémantisme des unités lexicales concernées, dans le présent, nous prenons pour cible les raisons qui conduisent à ces créations lexicales afin d'en dégager une classification. Après un survol terminologique, nous explorons d'abord le champ de notre étude, ensuite nous procédons à l'analyse de notre corpus enfin nous faisons la discussion des résultats de notre recherche.

1. Quelques précisions terminologiques

Nous avons jugé nécessaire de rendre opératoires certains de nos concepts pour que le lecteur sache à quoi cela réfère exactement : pour B. Howard, (2002 :180) : « sans concepts vous ne savez pas où regarder, que rechercher, ni comment reconnaître ce que vous recherchez quand vous l'avez trouvé ». Ainsi, le concept téléphonie mobile, est formé à partir de deux vocables, à savoir : téléphonie « Système de télécommunication établi en vue de la transmission, de la parole » (*LAROUSSE*, 2012, p1071) ; et de mobile « Qui est amené à se déplacer » (*LAROUSSE*, 2012, p695). Ainsi, dans notre démarche, le terme téléphonie mobile recouvre tout le champ, allant des services d'exploitation au système de production et/ou de consommation via l'appareil cellulaire. Quant au terme messagerie, il pourrait désigner la boîte à messages, c'est-à-dire le lieu de réception (ou de rédaction) des messages sous forme écrite dans un téléphone. Cela peut être (par exemple) le calque d'un mot comme parfumerie : « magasin, rayon d'un magasin où l'on vend des parfums » (*LAROUSSE*, 2009, p744). En effet, le téléphone cellulaire est muni de plusieurs fonctions. La messagerie est cette fonction par laquelle les messages écrits sont reçus par le détenteur du téléphone. Ceux-ci émanent soit d'un contact quelconque (parents, amis, connaissances), auquel cas il a la latitude de répondre de la même manière et par le même canal ; soit du serveur de l'opérateur utilisé par ce client (Airtel, Moov, Zamani ou Niger Télécom), auquel cas, la plupart des fois, il n'est pas permis à l'utilisateur d'accéder au clavier pour envoyer une réponse. En téléphonie, la messagerie est donc ce canal par lequel on reçoit ou envoie un message écrit à un destinataire.

2. Langue et téléphonie mobile au Niger

Selon E. Benveniste (1974, p92), « Le langage est pour l'homme un moyen, en fait le seul moyen d'atteindre l'autre homme, de lui transmettre et recevoir un message ». Telle est l'appréciation de la valeur communicative du langage pour Benveniste ! Obligatoirement, qui dit langage, dit communication et qui dit communication fait appel au langage. Cela est dû au fait que la fonction première du langage est la communication (A. Martinet, 1970). Or, le langage inclut la faculté dévolue à l'espace humaine de communiquer. Ce faisant, faut-il constater, comme Martinet, que « le langage se manifeste sous la forme des langues diverses, le latin, le russe ou le chinois » (A. Martinet, 1970, p9). Dans ce sillage, le paysage sociolinguistique du Niger recouvre, dans un premier temps, onze langues nationales (arabe, buduma, fulfulde, gulmancema, hausa, kanuri, tagdalt, tamajaq, tasawaq, tubu, zarma). Dans un second temps, ces onze langues nationales cohabitent avec quelques langues européennes établies au Niger via la colonisation : il s'agit du français (langue officielle) auquel s'ajoutent l'anglais, l'espagnole et quelques fois l'allemand (en principe, ces langues sont essentiellement utilisées dans un cadre scolaire, comme matière d'enseignement). Enfin, on note la présence de quelques langues africaines parlées par de fortes communautés essentiellement ouest africaines établies sur le territoire national. Parmi celles-ci on retient : le bassa, kotokoli, le mina, mooré, le wolof, le yoruba....Quant-aux réseaux téléphoniques couvrant ce secteur, ils sont au nombre de quatre (4) au Niger, dont trois relevant du domaine privé : Airtel Niger, Moov Arfica Niger et Zamani Télécom ; et un du domaine de l'État, à savoir Niger Télécom. Bien évidemment, toute langue est susceptible d'utilisation en téléphonie : à l'oral, chaque utilisateur est libre de parler la langue de son choix. Cependant, à l'écrit, même si les langues africaines, en majorité, sont dotées d'un système d'écriture (le plus souvent basé sur l'alphabet latin), il existe une certaine restriction qui peut s'expliquer par : la méconnaissance de l'orthographe de la plupart des langues par leur propres locuteurs, ou le manque d'intérêt à écrire dans ces langues, le tout couronné par un taux d'analphabétisme assez élevé dans bon nombre de pays africain, dont le Niger. Pourtant, les messages écrits jouent un rôle proéminent dans le fonctionnement du système de communication. De ce fait, ils participent à la créativité lexicale, révélatrice des rapports entre les langues existant sur le territoire nigérien, ainsi que de la vitalité et du dynamisme desdites langues.

3. Analyse typologique

Les messages reçus par les clients de Airtel et Moov sont de plusieurs ordres. En dehors de ceux envoyés par un proche (parent, ami ou connaissance), ils proviennent des réseaux Airtel ou Moov soit pour informer ou sensibiliser les clients, soit pour aider une des entreprises à transmettre leur message d'information, de sensibilisation

ou à caractère publicitaire. Dans ce sillage, on retient les types de messages ci-dessous énumérés.

3.1 Messages à caractères publicitaire

Selon M. Benamara (2015), la publicité est un ensemble de démarches utilisées par une entreprise à caractère commercial ou industriel dans le but de faire connaître ses produits et services, afin d'en promouvoir la vente. Elle (la publicité) vise avant tout à attirer l'attention, puis influencer le choix des consommateurs. Dans cette optique, plusieurs messages envoyés visent à présenter une marque au public, afin de la faire connaître, fournir des informations commerciales à propos de l'offre proposée pour amener le client à l'aimer. Le but de la publicité consiste donc à présenter les caractéristiques du produit pour que le client puisse l'accepter. Cela fait d'ailleurs parties de raison profonde pour lesquelles les autres entreprises travaillent avec les réseaux téléphoniques pour se faire connaître. La prégnance de la publicité dans les messageries téléphoniques peut s'illustrer à travers la figure n°1 ci-dessous.

Figure n°1 : contenu message de type publicitaire



La formule d'appel est ici « **MyAirtel** », nouveau concept créé par l'opérateur Airtel. Il est en même temps le produit visé par cette publicité. À travers ce message, on invite les clients à « s'inscrire sur l'application MyAirtel ». Ceci leur donnerait droit à 200% du montant utilisé en Mégabits. Au-delà de tout ce qui importe pour cet opérateur c'est la promotion de l'application en question, car cela y va toujours de leur intérêt.

3.2 Messages de type informatif

Selon le *Dictionnaire Larousse*, l'information désigne, « le fait de s'informer » (*Larousse*, 2009 : 537) ; elle désigne également « un renseignement obtenu de quelqu'un sur quelqu'un ou quelque chose » (*Larousse*, 2009:537). Sur un tout autre plan, l'information

est, d'après J. Dubois, et al. (1994 : 247) « la signification que l'on attribue à des données à l'aide des conventions employées pour les représenter ». Partant de cette diversité de définitions, les sources d'informations s'avèrent diversifiées. Aussi notre analyse nous laisse-t-elle entrevoir trois types d'informations reçues à travers les messageries téléphoniques :

3.2.1 Actualité

Traditionnellement ce rôle est dévolu à la radio, la télévision, ou les journaux (presse écrite). De nos jours les nouvelles Techniques de Communication et d'Information (TIC) occupe une place non négligeable dans ce sens. La téléphonie (qui est également source d'information) devient un canal par lequel certains médias passent pour transmettre des informations. Elle (la téléphonie) sert ainsi de relai de l'information qu'elle envoie, le plus souvent, sous forme de messages écrits.

3.2.2 Information sur les offres...

Les offres, les nouveautés, les diverses application mises au point par les réseaux téléphoniques doivent être connues du grand public. Des messages écrits sont ventilés dans le but de vulgariser ces différents produits.

3.2.2 Information sur les services des entreprises

La connaissance des entreprises, leurs produits ainsi que leurs activités par le public est une condition de leur prospérité. A ce niveau également le rapport entre les réseaux téléphoniques et certaines entreprises fait apparaître des messages au compte desdites entreprises à leur clients (ou potentiels clients).

Pour illustrer cette partie sur les messages de type informatif, nous présentons la figure n°2 ci-dessous.

Figure n°2 : contenu message de type informatif



Source : capture d'écran, 27/11/23

Alizza, vue sur cette image est une compagnie de transfert d'argent. Elle permet à un individu d'envoyer ou de recevoir de l'argent d'une localité du pays à une autre. Elle fait partie d'un groupe d'entreprise du même genre ayant connu une extension dans

certaines pays de la sous-région. Par ce message, l'entreprise fait connaître l'existence d'une application Moov Money, qui est une application au service de *Alizza* et qui facilite les transactions financières des clients.

3.3 Message de vœux

Il est de tradition, au Niger, à l'occasion des fêtes notamment religieuses, les gens manifestent leur joie en se souhaitant (bonne fête) à travers deux expressions très courantes : *kay yeesi* en zarma et *barka da salla* en hausa. Ces deux expressions sont traduites systématiquement en français par l'expression (bonne fête). Tout de même, le mot zarma *kay yeesi*, de *kay* (attendre, rester) et de *yeesi* (l'année prochaine) signifie, en toile de fond, (reste jusqu'à l'année prochaine) donc autrement dit, "que Dieu te montre l'année prochaine, à pareille date pour que tu puisses, une fois de plus, vivre cette fête". Dans le souci de respecter cette tradition, et pour montrer une certaine affection à leurs clients, ces types de messages sont envoyés par les réseaux téléphoniques à l'occasion des fêtes religieuses. Ainsi, le caractère laïque de l'État oblige, aussi bien les fêtes musulmanes que chrétiennes poussent les entreprises à envoyer des messages de vœux. Ces fêtes sont, chez les musulmans: la fête de ramadan (*eid elfitr*), la fête de tabaski (*eid elkebir*), le Mouloud (jour commémoratif de la naissance du Prophète Mohamed (paix et salut sur lui))....

Chez les chrétiens, il y a essentiellement les fêtes de noëls, du 31 janvier et de pâques qui sont célébrées. A ces grandes occasions on a des expressions comme : bonne et heureuse année..., bonne année..., qui s'affichent sur les écrans des messageries.

Enfin, il y a les fêtes nationales pour lesquelles ces messages de vœux sont envoyés. Ce sont, entre autres :

- 18 décembre commémorant la proclamation de la république du Niger (18 décembre 1958) ;
- le 3 août commémorant l'indépendance du Niger (3 août 1960) ;
- etc.

4. La créativité lexicale dans les messageries téléphoniques

Comme évoqué précédemment, les messages sont de types oraux (langue parlée) et écrits (langue écrite). Toutefois, faut-il reconnaître à l'écriture son caractère conservateur : « La parole se déroule dans le temps et disparaît, l'écriture a pour support l'espace qui la conserve » (J. Dubois, et al. 1994, p164). Ainsi, les messages écrits ayant pour support les messageries du téléphone cellulaire, cela constitue un lien entre, d'une part les réseaux téléphoniques (ici Airtel et Moov) et leurs clients

individuels, et d'autre part entre ces mêmes réseaux et certaines entreprises de la place ; ces dernières utilisent la téléphonie dans leur rapport avec la clientèle. Aussi, pour mieux cerner la question, nous nous proposons d'examiner deux types de rapports qui expliquent tacitement l'utilisation de certains mots et expressions dans le domaine de la téléphonie mobile :

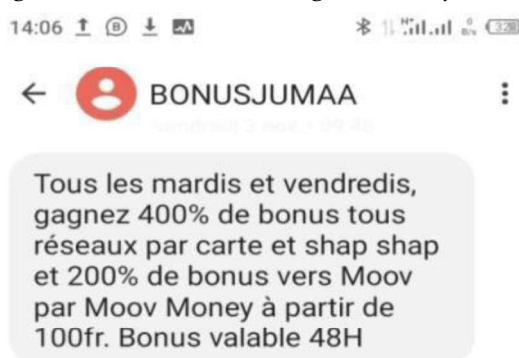
4. 1. Le rapport entre les réseaux téléphoniques et leurs clients

Dans la réalité actuelle de nos sociétés, chaque individu (ou presque) est muni d'un téléphone cellulaire. Aussi, les différents opérateurs exerçant dans ce domaine ont-ils besoin d'entretenir des relations de proximité avec leurs clients. C'est pourquoi, selon H. Daouda (2023, p153) : « La communication est centrale pour l'émergence de toute activité entrepreneuriale. Elle intègre des techniques multiples et multifformes. Aussi, agir sur la langue, moyen de communication par excellence s'avère-t-il nécessaire ». La manifestation de ce rapport (opérateurs/clients) est l'envoi en boucle de messages groupés et de façon instantanée aux clients à travers leur téléphone. Ces messages visent, entre autres, à :

- rassurer les clients quant-au bon fonctionnement de leur service ;
- informer ces derniers sur certaines innovations apportées à leur système ;
- faire la publicité de certains produits (téléphones cellulaires, puces, gadgets divers ...) destinés à la vente ;
- etc.

La figure n°3 ci-dessous permet d'illustrer un aspect de ces phénomènes.

Figure n°3 : contenu message « bonus jumaa »



Source : capture d'écran

La figure ci-dessus, montre un message intitulé *bonus jumaa* ou bonus du vendredi (*jumaa* désignant le jour ou la prière du vendredi). Il s'agit d'un contenu envoyé aux clients presque chaque vendredi, leur rappelant que s'ils rechargent leur compte ce jour-ci, ils verront le montant rechargé se multiplier par quatre (400%) leur donnant la

possibilité d'appeler tout réseau possible. Ils ont également droit à une hausse supplémentaire de 200% du même montant leur permettant d'appeler uniquement le réseau concerné (Moov), si c'est via Moov money (système permettant d'utiliser son téléphone pour des services financiers). Ces avantages sont octroyés aussi bien en utilisant une carte à gratter que par l'envoi direct (*shap-shap*, du hausa voulant dire rapidement). La dernière information est que le bonus (les avantages octroyés) ne dure que deux jours (48h).

Ici, ce qu'il faut retenir est que, les mots employés : gagnez, bonus, réseaux, carte, *shap-shap*, Moov- money et 400%/200% ont eu le mérite de rendre le texte beaucoup plus concis en évitant de longues périphrases ou des explications redondantes. Ces mots, même s'ils ne sont pas formellement nouveaux dans la langue, ont une utilisation spécifique dans le domaine de la téléphonie.

4.1.1 Lexèmes obtenus suite aux rapports entre les réseaux téléphoniques et les clients

Les lexèmes ainsi visés sont issus de langues différentes. Ils ont chacun un sens qui vise à rapprocher le client du réseau concerné. Les cinq unités présentées dans le tableau suivant permettent d'illustrer cet état de fait.

n°	Langues concernées	Exemple de mot	sens
1	hausa	<i>garabassa</i>	une bonne occasion
2	zarma	<i>koubeyni</i>	Soyez la bienvenue
3	français	<i>Promo</i>	Pour « promotion »
4	anglais	<i>Nolimit</i>	Pour « des appels sans limites »
5	hybridismes	<i>Promogold</i>	Promotion en or

Tableau n°1 : mots et expression assurant la relation entre les réseaux téléphoniques et leurs clients
Source : résultat de l'analyse, 19/11/23

Sur ce tableau nous constatons que les lexèmes présentés sont issus de quatre (4) langues présentes au Niger : deux langues nigériennes, le hausa et le zarma et deux langues européennes, le français et l'anglais. En outre ils peuvent émaner de la combinaison de certaines de ces langues formant ainsi des mots hybrides. Ce qui est le plus important ici, c'est le sens de ces mots qui vise à marquer des privilèges motivant les clients à aimer davantage le réseau téléphonique concerné.

4. 2. Le rapport entre les réseaux téléphoniques et d'autres entreprises de la place

La collaboration entre les réseaux téléphoniques et d'autres entreprises relevant aussi bien du domaine publique que parapublique et privé explique l'envoi de messages en

lien avec ces entreprises aux clients des réseaux concernés (qui sont les potentiels clients des entreprises concernées). Ainsi, on constate le développement de relations de plus en plus étanches entre la téléphonie mobile et différentes entreprises étatiques ou non. Ainsi, à l'instar des réseaux téléphoniques, diverses entreprises utilisent les systèmes de messagerie pour transmettre aux clients déclarés et ou non des messages divers. Pour l'essentiel, les entreprises suivantes sont concernées :

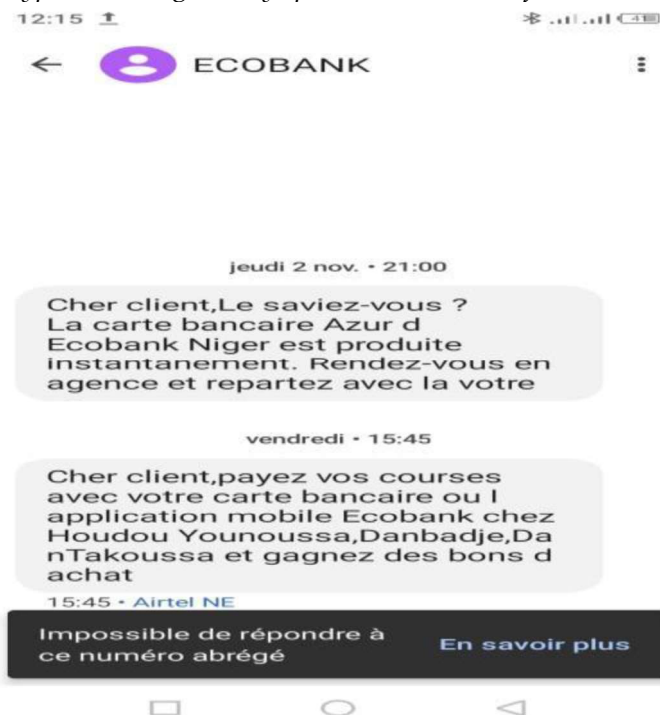
- les services bancaires (BOA, ORABANK, SONIBANK, ECOBANK...);
- les compagnies de transport terrestres (SONEF, RIMBO, AZAWAD, Alizza...);
- les agences de voyage pour le hadj et la oumra (ANPE, Baitoul Islam, Al-hujaj, Albarka...);
- les services de transfert d'argent (NITA, BENIF, ZEYNA, AMANA);
- la Société Nigérienne d'Électricité (NIGELEC);
- la Société des Eaux du Niger (SEN).

La liste n'est, certes, pas exhaustive, mais il faut retenir qu'au niveau de chaque catégorie ici présentée, on peut noter un nombre important d'entreprises. Par exemple, en mai 2019, selon *lesahel.org*, il existe 340 agences en charge des questions du pèlerinage et de la Oumra. Quant-aux, institutions bancaires et aux compagnies de transports terrestres elles dépassent chacune la dizaine. De ce fait, leur collaboration avec les réseaux téléphoniques est une véritable source de création et d'innovation lexicale.

4.3 Lexèmes issus de la collaboration entre les réseaux Airtel/Moov et les entreprises

Tout comme pour le précédent, le rapport entre les réseaux téléphoniques et est à l'origine de la créativité lexicale, et ce eu égard aux messages transmis. Il faut noter que ces messages constituent un trait d'union entre les entreprises et leurs clients. Ainsi donc, lesdites entreprises utilisent la téléphonie mobile pour tisser de bons rapports avec les clients. Dans la figure n°4 ci-dessous nous avons une idée du type de message et donc, des composantes lexicales ayant trait à cet état de fait.

Figure n°4 : type de message envoyé par une institution financière : ECOBANK



Source : capture d'écran

La figure ci-dessus montre une capture d'écran en lien avec un message transmis par une banque dénommée ECOBANK. On y trouve deux contenus différents (envoyés à des dates différentes). Le premier indique la disponibilité d'accès à une carte permettant au client de faire des opérations bancaires avec célérité et tout à moment. Bien sûr, les avantages liés à l'acquisition de cette carte sont sous-entendus. Le deuxième évoque un des avantages liés à ladite carte. Dans ce message, la banque en question va plus loin en indiquant des établissements dans lesquels les possibilités d'utiliser la carte dite *azur* (certainement aux couleurs de ECOBANK qui sont le bleu et le blanc) sont offertes (*Houdou Younoussa, Dan Takoussa*). À ce niveau, on a des nouveautés telles que des formules comme : le saviez-vous ? Payez vos courses, carte bancaire azur, gagnez des bons d'achats.

Concernant le contenu de ces messages, nous rappelons que l'utilisation de la carte bancaire dénote une révolution dans les pratiques traditionnelles consistant à effectuer des dépenses en payant directement en espèce. L'utilisation directe de la monnaie ayant remplacé le troc, pratiqué dans l'ancien temps en Afrique, est de nos jours peu pratiquée dans les sociétés les plus modernes. Cependant ces cartes, malgré les sensibilisations faites par les banques sont moins utilisées du fait d'un très faible niveau de bancarisation de la population.

5. Discussion des résultats

La discussion des résultats de cette étude retient deux points essentiels.

5.1 L'importance des messages écrits

La téléphonie mobile est un moyen sûr de communiquer avec un nombre important d'individus et en un temps record. Les messages écrits offre cette opportunité dans bien de cas. Même si selon, F. (de) Saussure (1995), l'oral prime sur l'écrit, il faut reconnaître que, comme le pensent J. Dubois, et al. (1994) le lexique de la langue parlée n'est pas plus riche que celui de la langue écrite. Ainsi, on constate qu'à défaut de pouvoir appeler les clients de manière individuelle, les réseaux téléphoniques envoient des messages simultanément à un grand nombre de personnes qui les reçoivent et les lisent à temps voulu. De ce fait, l'efficacité des messages écrits se trouve à deux niveaux : la capacité d'informer ou de sensibiliser un grand nombre de clients en même temps et la possibilité d'avoir le message envoyé dans le téléphone jusqu'à ce que le récepteur se sente dans la disposition de le lire. Toutefois, faudrait-il reconnaître la faiblesse de ce mode de communication qui n'est pas une panacée dans un pays comme le Niger où le taux d'alphabétisation est très faible : « Le Niger est l'un des pays ayant un taux d'analphabétisme le plus élevé de la sous-région (plus de 70% de la population âgée de 15 ans et le plus) » (PSEF, 2014, p7). En effet au vu de ce qui précède, un grand nombre de ces messages échoient dans des téléphones dont les porteurs n'en auront cure. Par conséquent, la pratique est vouée à l'échec dans ces conditions.

5.2 De l'entrepreneuriat à la créativité lexicale

De par cette étude, on constate que l'entrepreneuriat, à l'instar de beaucoup d'activités humaines, contribue à la créativité lexicale. Somme toute, les mots créés révèlent des particularités. En effet, de mots simples à différentes formes de compositions, il y en a de toute sorte. C'est le lieu de dire que la variation linguistique, concept chère à W. Labov, (1972) est un phénomène immanent qui s'impose dans les différents instants de la vie des communautés. Aussi, nous partageons ce point de vue de Polak :

De nos jours la variation linguistique est considérée comme tout aussi importante que la structure, qui a toujours comme conséquence l'uniformité. De même, le monolinguisme est vu comme une exception, caractérisant surtout des petites communautés peu avancées du point de vue technologique, ayant des contacts limités avec le monde extérieur (et même dans ce genre de communautés, le plurilinguisme est de règle) (Frank Polak, 2016, p4).

Aussi, faudrait-il constater que la variation linguistique dans l'entrepreneuriat au Niger s'observe sur le plan lexical, elle inclut donc la création de mot divers. Cette

création fait appel aux langues présentes au Niger sans tenir compte de leurs différences structurelles. Elle prend également en compte la morphologie et la sémantique des mots créés.

Conclusion

La variation est un phénomène qui occupe une place de choix dans le domaine de la sociolinguistique. Elle est beaucoup plus perceptible sur le plan lexical. Cette étude a permis de mettre en exergue les phénomènes sociolinguistiques mais aussi et surtout socioéconomiques qui entrent en ligne de compte dans la formation des mots et expressions constituant ledit lexique. Premièrement, l'étude nous a permis de révéler une typologie des messages contenant les nouveautés lexicales utilisées par Airtel et Moov. Deuxièmement, elle a décliné les raisons qui motivent l'envoi de ces messages et donc des choix des mots nouvellement créés. Ainsi, concernant le premier aspect, trois principaux types de messages renferment les nouvelles créations lexicales de Airtel et Moov : les messages à caractère publicitaire, les messages de types informatif et les messages de vœux. Pour ce qui est du deuxième point, ces messages sont envoyés pour entretenir des relations de proximité avec les clients, d'une part avec les réseaux téléphoniques mêmes et d'autre part avec d'autres entreprises qui collaborent avec ces réseaux pour les mêmes raisons. On peut donc conclure que la création lexicale au niveau d'Airtel et Moov a un but communicatif à visée socioéconomique.

Bibliographie

- A. Martinet 1970, *La linguistique synchronique : études et recherches*, PUF, Paris, 255 pages
- A. Martinet, 1980 *Eléments de linguistique générale*, Armand Colin, Paris, 223 pages
- B. Howard, 2002 *Les ficelles du métier*, La Découverte, Paris 359 pages
- E. Benveniste, 1974 *Problèmes de Linguistique Générale*, Gallimard, Paris 356 pages
- F. (de) Saussure, 1995 *Cours de Linguistique Générale*, éditions Payot et Rivages, Paris, 520 pages
- F. Polak, « Parler de la langue : Labov, Fishman et l'histoire de l'hébreu biblique », *Yod-Revue des études hébraïques et juives* [En ligne], 18 | 2013, mis en ligne le 08 juillet 2013, PDF. URL: <http://yod.revues.org/consulté> le 1er octobre 2016
- H. Daouda, 2023 *L'innovation lexicale dans la téléphonie mobile : analyse lexicosémantique des éléments de messagerie chez Airtel et Moov au Niger*. In *Collection Pluraxe/monde*. vol.1, n°3, pp. 135-154.
- J. Dubois, et alii. 1994 *Dictionnaire de Linguistique*, Paris, Larousse.
- Larousse 2012 *PETIT LAROUSSE ILLUSTRÉ*, Paris, Librairie Larousse.
- M. Benamara, 2015 *Le contact de langues dans le discours publicitaire radiophonique algérien : Cas de la "chaîne 03"* (Mémoire de Maîtrise, inédit), Université Abderrahmane Mira, Beja.

République du Niger 2014 Programme Sectoriel de l'Éducation et de la Formation
(2014-2024), document de stratégie 98 pages

W. Labov, 1972 Sociolinguistic patterns. Philadelphia, University of Pennsylvania