



## Le mixage linguistique dans la publicité en Tunisie

Revue : [Les Cahiers du dictionnaire](#)  
2016, n° 8. [Les mots de la Méditerranée dans le dictionnaire](#)

Array

Array

Résumé : L'objectif de cette étude est de mettre en valeur la coexistence de deux langues (le français et l'arabe) ou plus (l'italien, l'espagnol, etc.) dans la publicité en Tunisie. *A priori*, ce plurilinguisme est motivé par l'emploi quotidien de deux langues, le français et l'arabe. Ce phénomène mérite une analyse linguistique pour pouvoir lui associer une syntaxe bien déterminée. C'est grâce à une description intégrée du lexique d'un corpus publicitaire que cette étude sera menée.

Nombre de pages : 506

ISBN : 978-2-406-06640-8

ISSN : 2262-0419

DOI : 10.15122/isbn.978-2-406-06640-8.p.0251

Éditeur : Classiques Garnier

Array

[Afficher en ligne](#)