



Le mixage linguistique dans la publicité en Tunisie

Type de publication : Article de revue

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

Auteur : Bouali (Monia)

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.

Pages : 251 à 260

Revue : [Les Cahiers du dictionnaire](#)

Thème CLIL : 3147 -- SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES, LETTRES -- Lettres et Sciences du langage
-- Linguistique, Sciences du langage

EAN : 9782406066408

ISBN : 978-2-406-06640-8

ISSN : 2262-0419

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

Éditeur : Classiques Garnier

Mise en ligne : 20/01/2017

Périodicité : Annuelle

Langue : Français

[Afficher en ligne](#)