

SOMMAIRE

RESUMÉ	i
ABSTRAK	ii
AVANT- PROPOS	iii
SOMMAIRE	v
LISTE DE TABLEAUX	vii
LISTE DE SCHÉMA	viii
ANNEXE	ix
CHAPITRE I INTRODUCTION	1
A. État de lieux	1
B. Identification du Problème	5
C. Formulation du problème	6
D. Limitation des problèmes	6
E. Objectifs de recherche	7
F. Avantages de la recherche	7
1. En Théorie	7
1. En Pratiquement	7
CHAPITRE II RECOURS AUX THÉORIES	9
A. Plan de Théorie	9
1. Analyse	9
2. Registre de Langue	9
3. Langage Familier	10
1. Définition de langage familier	10
2. Liste des caractéristiques familiares de Langage	13
2.1 La Prononciation	14
2.2 La Grammaire.....	15
2.3 La lexique	16
4. Le Langage Courant	17
5. Publicité	18
5.1 Définition de la publicité	18
5.2 Les Publicités CNED.....	19
6. La Recherche Pertinente	20

B. Plan De Concept	21
CHAPITRE III MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE	22
A. Méthode de Recherche	23
B. Lieu et temps de la Recherche	23
C. Sources de données.....	23
D. Techniques de collecter de données	24
E. Techniques d'analyse de données	25
F. Instrument de recherche.....	26
G. Procédure de la recherche.....	27
CHAPITRE IV RÉSULTAT DE LA RECHERCHE	29
A. Les titres de la langue familière dans les vidéos des publicités du CNED....	29
.....	29
1. Les Caracteristiques Lexicale	29
1.1 Vocabulaire Rélache	29
1.2 Syntaxe Simplifièe	35
1.3 Nombreusse Abrévation	40
1.4 Remplasez le sujet “ Nous” – “On”	42
1.5 Élimination de “Ne”	43
2. Les Caracteristiques Grammaticale.....	45
2.1 La phrase interrogative se placent à la fin de la phrase	45
2.2 Absence du négation de “pas” dans la phrase	46
B . Les Éléments important de la langue familière dans les publicités CNED ...	29
.....	29
CHAPITRE V CONCLUSION ET SUGGESTION	29
A. Conclusion.....	53
B.Suggestion.....	54
BIBLIOGRAPHIE	55