وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

ⴰⵖⵍⵉⵣ ⵏ ⵓⵙⴻⵍⵎⴻⴷ ⵓⵏⵏⵉⴳ ⴷ ⵓⵏⴰⴷⵉ ⵓⵙⵏⴰⵏ

ⵜⴰⵙⴷⴰⵡⵉⵜ ⵏ ⵍⵎⵓⵍⵓⴷ ⴰⵜ ⵎⵄⵎⵎⵕ ⵏ ⵜⵉⵣⵉ ⵡⵣⵓ

ⵜⴰⵣⵓⴷⴷⴰⵢⵜ ⵏ ⵜⵙⵓⵇⵍⵉⵡⵉⵏ ⴷ ⵜⵓⵜⵍⴰⵢⵉⵏ

UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU

FACULTE DES LETTRES ET DES LANGUES

DEPARTEMENT

جامعة مولود معمري - تيزي وزو

كلية الآداب واللغات

N° d'Ordre : ……………

N° de série : ……………

Mémoire en vue de l'obtention
Du diplôme de master

DOMAINE : Lettres et Langues Étrangères

FILIERE : Langue française

SPECIALITE : Sciences du Langage

Titre

L'étude de quelques pancartes brandies lors du mouvement populaire algérien « Hirak » de 2019 : choix linguistiques et procédés rhétoriques.

Présenté par :
Tatoult Samira

Yesli Sadia

Encadré par :
Loucif Yamina

Jury de soutenance :

Mme Houcini Siham, présidente
Mme Loucif Yamina, encadreur
Mme Halouane Tanina, examinatrice

2019/2020

Laboratoire de domiciliation du master : …………………………………………………………………

Remerciement

Nous tenons à remercier, notre directrice de recherche

Mme. LOUCIF Yamina pour ses précieux conseils et pour la qualité de son encadrement tout au long de la réalisation de ce mémoire.

Nous remercions également les membres du jury qui ont eu

l'amabilité de lire et examiner notre travail.

Nous sommes très reconnaissantes à tous les membres de notre famille pour le soutien qu'ils nous ont apporté durant les périodes difficiles

Dédicaces

A la mémoire de mon frère « Ramzi ».

A mes chers parents qui m'ont soutenue dans toutes les démarches pour concrétiser ce travail.

A ma mère surtout « Zohra » la plus chère à mes yeux.

A ma sœur « Nadia » pour sa présence et son soutien moral.

A tous mes amies et mes proches.

TATOULT, Samira.

Dédicaces

Je dédie ce mémoire à mes chers parents.

A mes sœurs Salma et Amel.

A tous mes amies.

A toute personne qui m'aime.

YESLI Sadia.

Table des matières

Introduction générale----------07

Chapitre I : Présentation du socle théorique et définition des notions de base.

Introduction partielle ---------- 12

1. La sociolinguistique ---------- 12

1.1.Présentation de la discipline ---------- 13

1.2. La démarche sociolinguistique ---------- 14

1.3. Aperçu historique sur le paysage sociolinguistique en Algérie ---------- 15

2.3.1. Les langues en présence dans le territoire algérien ---------- 16

2. La rhétorique ---------- 17

2.1.Rappel de la notion de l'argumentation ---------- 17

2.2.Présentation de l'approche rhétorique ---------- 19

2.3. L'humour ---------- 20

2.4. L'humour en Algérie ---------- 21

2.5. L'ironie ---------- 22

3. Le Hirak ---------- 24

3.1. Origine de l'appellation ---------- 24

3.2. Le hirak en Algérie ---------- 24

3.3. La pancarte définition ---------- 25

3.3.1. Définition de la pancarte révolutionnaire ---------- 25

3.3.2. La pancarte dans le hirak algérien ---------- 26

3.4. Le dessin caricatural ---------- 27

3.4.1. Définition du dessin caricatural ---------- 27

Conclusion partielle ---------- 28

Chapitre II : Analyse sociolinguistique du corpus.

Introduction partielle ---------- 30

1. Les pancartes monolingues ---------- 31
2. Les pancartes bilingues ou plurilingues ---------- 35

3. Les phénomènes résultant du contact de langue (et leurs fonctions)---------- 39
3.1.L'alternance codique ---------- 39
3.2.L'interférence---------- 43
3.3.L'emprunt ---------- 43
3.4. La néologie---------- 45
Conclusion partielle ---------- 47

Chapitre III : analyse (rhétorique, humoristique et ironique) du corpus.

Introduction partielle---------- 49
1. Les procédés rhétoriques ---------- 49
1.1. Les procédés de l'analogie---------- 49
1.2. Les procédés de l'opposition ---------- 54
2. Les procédés humoristiques---------- 55
2.1. La répétition---------- 55
2.2. Le ridicule ---------- 56
2.3. L'exagération et l'absurdité---------- 57
2.4. Les jeux de mots---------- 58
3. Les procédés de l'ironie ---------- 59
3.1. L'antiphrase---------- 59
3.2. L'hyperbole ---------- 60
3.3. La litote ---------- 61
3.4. La parodie ---------- 62
3.5. Le pastiche ---------- 64
Conclusion partielle ---------- 64

Conclusion générale

Bibliographie

Annexe

Introduction Générale

L'Algérie, fut marquée par différentes cultures et civilisations durant son Histoire. C'est ce qui offre à de nombreux Algériens une production langagière qui se caractérise, principalement par un mélange de trois voire quatre langues (arabe classique, arabe dialectal, berbère et français). De ce fait, si la richesse de la situation linguistique de l'Algérie est caractérisée par la coexistence de plusieurs langues, ou variétés de langues, cela entraîne forcément des attitudes et des représentations sociolinguistiques chez les locuteurs algériens qui se trouvent confrontés à ces langues dans leur quotidien. Ainsi, cette richesse, va engendrer plusieurs phénomènes linguistiques tels que l'alternance codique, l'emprunt, la néologie, ou l'interférence. D'ailleurs, cette situation de contact de langues est également marquée par des emprunts sur les usages linguistiques des locuteurs algériens selon leurs besoins communicatifs et ces mêmes phénomènes sont visibles sur les pancartes du Hirak algérien. De surcroît, les manifestations ont libéré les Algériens de leurs rapports aux langues en présence.

Le 22 février 2019 sonne l'alarme d'une longue série de manifestations. En effet, depuis cette date, l'Algérie est le théâtre d'un important mouvement de contestation populaire, pour protester dans un premier temps contre la candidature du président en place pour un cinquième mandat. Pour cela, les citoyens ont décidé de prendre leur destin en main, entraînant ainsi une production colossale de discussions, de discours, de messages oraux et textes écrits. Ce corpus textuel s'est répandu de manière extraordinaire dans tout le pays.

Ainsi, ce qui a attiré notre attention dans les pancartes c'est la présence de la diversité linguistique dans les pratiques langagières, mais aussi de l'humour noir. De ce fait, nous allons tenter de mettre le doigt non seulement sur ces particularités linguistiques mais aussi sur cet humour noir et essayer de les étudier et de les expliquer. D'où l'intitulé de notre mémoire « ***L'étude de quelques pancartes brandies lors des manifestations du mouvement populaire algérien « Hirak » de 2019 ; choix linguistiques et procédés rhétoriques*** **».**

L'objet de cette étude est de faire une description analytique des slogans et dessins que comportent les pancartes. Le but de notre travail n'est pas la description en soi, mais de porter un regard critique aussi bien sur la mise en forme que sur le contenu des pancartes, et ce, en soulevant les aspects qui nous semblent pertinents, en montrant les relations qu'ils entretiennent et en les analysant. Il sera question de rendre compte de la (ou des) langue (s) employée (s) dans lesdites pancartes, de repérer les différents procédés rhétoriques utilisés dans leur réalisation, d'examiner le type de relations qu'entretient le dessin avec le message et de

mettre enfin en relation la langue utilisée avec le type de message véhiculé. Notre réflexion se construit donc à partir de la question suivante :

- Comment sont construites les pancartes brandies lors du Hirak ?

Pour pouvoir répondre succinctement à cette question principale et affiner notre problématique, nous lui avons annexé les questions secondaires qui suivent :

- ✓ Quels sont les phénomènes sociolinguistiques peut-on y relever dans les pancartes ; est-ce que le choix de la langue impact sur l'orientation du message sémantique ?
- ✓ Quels sont les différents procédés rhétoriques utilisés par les manifestants ; par quels moyens formels –aussi bien linguistiques qu'iconiques- sont-ils réalisés ; quelle est la fonction de chaque procédé ; et existe-t-il de rapport entre la langue utilisée et un procédé rhétorique particulier ?

A ces questions, nous avons émis quelques hypothèses qui répondraient provisoirement aux questions secondaires de notre problématique et que nous pouvons résumer comme ceci :

- ✓ Plusieurs phénomènes sociolinguistiques seraient présents dans les pancartes, chaque choix linguistique pourrait renvoyer à une visée argumentative particulière. L'utilisation du métissage linguistique correspondrait à une stratégie de captation où le manifestant chercherait à critiquer, dénoncer, à faire rire et adhérer son public.
- ✓ Plusieurs procédés rhétoriques seraient déployés dans les pancartes, ceux-ci se manifesteraient par le biais de plusieurs moyens formels, linguistiques soient-ils ou iconiques -les manifestants recourraient à l'humour noir, à la déformation physique et aux jeux de mots pour transmettre leur message- ; l'humour dans les pancartes servirait à faire rire, informer, dénoncer et critiquer le système en place ; et il n'existerait pas de rapport entre la langue utilisée et un procédé rhétorique particulier.

Le présent travail de recherche a donc pour objectif d'étudier, d'une part, les choix linguistiques opérés dans la réalisation des pancartes ; de l'autre, l'humour dans lesdites pancartes du mouvement populaire algérien, et ce, en les décrivant et en les interprétant à travers une étude socio-argumentative. Il sera en effet question, de relever les différents types de phénomènes résultant du contact de langue, puis d'identifier les différents procédés rhétoriques, et déterminer leurs rôles respectifs.

En vue de réaliser les objectifs que nous nous sommes fixés, nous avons choisi de travailler sur un corpus constitué de 29 pancartes du mouvement populaire algérien que nous avons collectées sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter), ainsi que des photos prises sur Google.

Comme nous l'avons souligné plus haut, notre démarche consiste en premier lieu, à relever les différents phénomènes sociolinguistiques présent dans les pancartes, et les langues avec lesquels ils se manifestent. Nous analyserons, en second lieu, ces pancartes d'un point de vue sémantico-argumentatif, ce qui nous permettra d'aboutir à une lecture plurielle des parties qui composent les pancartes. Notre travail tentera donc de rendre compte non seulement de la description générale de tous les constituants de la pancarte, mais de procéder également à en analyser le contenu. Pour cela, nous nous baserons non seulement, sur les travaux d'Henri BAUDIN, Dominique NOGUEZ, Philippe BRETON, Olivier REBOUL, Ruth AMOSSY, H. Paul GRICE et de Catherine KERBRAT-ORECCHIONI afin de mieux comprendre le fonctionnement de l'humour et de la rhétorique dans les pancartes. Mais encore, sur les travaux de Khaoula TALEB IBRAHIMI, Joshua FISHMAN, Ibtissam CHACHOU, et John J. GUMPERZ pour cerner les différents phénomènes sociolinguistiques employés dans les pancartes.

Nous avons choisi le Hirak comme sujet de mémoire parce que c'est un thème exceptionnel et d'actualité, qui à marquer l'Algérie, et à susciter l'admiration des étrangers. Toutefois Le choix de notre corpus (les pancartes révolutionnaire) a été nourri par la rareté des travaux engagé dans ce champ en Algérie.

Les pancartes peuvent être abordées sous plusieurs points de vue, mais dans notre cas nous nous sommes particulièrement intéressées à l'étude des phénomènes langagiers et des procédés rhétoriques, car en plus d'êtres indéniablement présent dans la révolution du sourire ils étaient tout aussi variés.

Si plusieurs travaux ont été mené sur la situation sociolinguistique en Algérie, on a remarqué que les pancartes ont apporté une convention à nos représentations, elles nous font découvrir la capacité des algériens à adapter leur usage langagier en fonction des situations et des circonstances, elles dévoilent donc la dynamique des réalités linguistiques en cours.

De ce fait, dans ce travail nous voulons apporter un regard sur la diversité des procédés mis en œuvre pour élaborer des slogans et des messages percutants.

D'autre part, plusieurs travaux ont été faits sur l'humour y compris dans la caricature, on peut citer quelques-uns: Cyrielle PELISSON ***« Humour et bégaiement : Perception, compréhension »****(2013) ;* Stéphane FOLL ***« Humour, cognition et apprentissage »*** *(2007) ;* KokoVincent SIMEDOH***« L'humour et l'ironie en littérature francophone subsaharienne. Une poétique du rire ».*** *(2008).* Ceci nous a donc menée à étudier l'humour dans la pancarte du Hirak algérien.

De plus, nous avons remarqué que l'humour dans les pancartes n'est pas une plaisanterie ou une blague juste pour faire rire, mais c'est une image porteuse d'une idée, d'un message, d'une opinion. En effet, il peut être objet d'une étude parce ce qu'il reflète des faits réelles vécus par la société et le peuple algérien. Sachant aussi que notre corpus est encombré d'éléments linguistiques et iconiques tels que la rhétorique, l'image et les figures de styles voire même une submergence des mots assez consistant qui renforcent ces pancartes.

Pour se faire, notre travail sera constitué de trois chapitres. Le premier chapitre, nous allons le consacrer à la définition de quelques concepts fondamentaux qui se rapportent à notre travail de recherche à noter la sociolinguistique, l'argumentation, la rhétorique, l'humour...etc. D'autre part, nous allons aussi orienter notre étude, vers les circonstances qui ont mené à la naissance du mouvement algérien dit ″ Hirak ″, ainsi qu'aux conditions qui ont poussé le peuple algérien à se manifester par des marches pacifiques en décrivant par quelle voie se sont-ils révoltés et exprimés.

Le deuxième chapitre portera essentiellement sur l'analyse du corpus recueilli qui est constitué de 14 pancartes. Il sera dédié à l'analyse sociolinguistique du corpus à travers une explication de chaque procédé linguistique, notamment ceux qui résultent du phénomène de contacte des langues, de la sorte nous allons soumettre le texte de la pancarte à l'analyse.

Enfin, dans le troisième chapitre, nous nous intéresserons à l'analyse du corpus composé de 15 pancartes. Via une définition des procédés (rhétorique, humoristique et ironique) en appuyant cela à une illustration des pancartes.

Ajoutant à ces trois chapitres une conclusion générale dans laquelle nous présenterons la synthèse de notre travail.

Chapitre I

Présentation du socle théorique

Et Définition des notions de base.

Chapitre I : Présentation du socle théorique Et Définition des notions de base.

Introduction partielle

Dans ce premier chapitre, nous allons dans un premier temps, tenter d'expliquer quelques notions de base des disciplines que nous avons choisies. Enfin, nous allons traiter les motifs pour lesquels « la révolution du sourire » a eu lieu et par quel moyen les Algériens se sont révoltés et exprimés durant ces manifestations populaires. L'éclaircissement de ces concepts nous permettra par la suite d'analyser notre corpus (les pancartes).

1. La sociolinguistique

1.1. Présentation de la discipline

La linguistique est une science qui se charge de l'étude du langage, née en 1916 son père fondateur est Ferdinand de Saussure, dans son ouvrage intitulé « cours de linguistique générale » celui-ci l'envisage comme une discipline ayant *« pour unique et véritable objet la langue envisagée en elle-même et pour elle-même »* (1916 : 317), il exclue de ce fait tous les éléments extralinguistiques. Cependant le structuralisme saussurien est vite remis en question par des chercheurs nord-américains et européens.

Antoine MEILLET est donc le premier à s'être opposé au CLG de Saussure, selon lui **«** *Du fait que la langue est un fait social il résulte que la linguistique est une science sociale, et le seul élément variable auquel on puisse recourir pour rendre compte du changement linguistique est le changement social »* (1921 : 17), dans la citation Antoine MEILLET certifie le fait que la langue est un phénomène social dans ce cas la linguistique l'est à son tour, donc pour comprendre le changement linguistique il faut traiter le changement social.

Un autre chercheur qui à critiquer le structuralisme saussurien est William LABOV, selon lui, il ne suffit pas d'étudier les faits linguistiques par d'autres faits linguistiques mais de mettre en évidence la réalité des productions langagières. Ainsi, dès la fin des années 1960, d'autres chercheurs vont se joindre à lui ; leur thèse principale est : si les langues existent, c'est qu'elles sont parlées par des locuteurs, alors il ne suffit pas d'étudier les règles grammaticales mais plutôt le fonctionnement de la langue dans des situations de communication concrètes, leur réflexion va ouvrir la voie à une science plus large : la sociolinguistique.

1.2. La démarche sociolinguistique

Selon le cours dispensé par Benazouz Nadjiba

Chapitre I : Présentation du socle théorique Et Définition des notions de base.

La sociolinguistique est une science élaborée aux USA durant les années 1960, elle doit sa parenté à William LABOV d'autres chercheures vont se joindre à lui (Dell Hymes, Joshua Aron FISHMAN, John GUMPERZ, FERGUSON...), leur approche se résume dans l'assertion suivante **: «** *Étudier qui parle quoi, comment, où et à qui* **»** (*FISHMAN*, 1971)

Comme son nom l'indique, la sociolinguistique met en relation deux disciplines la linguistique et la sociologie, selon HUDSON les rapports de la langue à la société sont fortement attachés et absolus, voire même complémentaires. De ce fait pour étudier la langue il faut mettre en évidence tous les facteurs sociaux qui influencent les comportements langagiers de la personne (l'âge, la situation professionnelle, le niveau d'étude, le sexe …).

La sociolinguistique se charge donc de l'étude des diversités et des variations qui coexistent au sein d'une communauté linguistique, le contact des langues, les usages et les fonctions du langage dans la société, elle cherche une relation de cause entre le changement social et le changement linguistique. La sociolinguistique a affaire à des phénomènes variés mais comme toute autre discipline, elle a eu tendance à se fragmenter en plusieurs sous domaines, cela en fonctions des auteurs

- La sociologie du langage qui met l'accent sur les groupes sociaux, les politiques linguistiques …etc. Et marginalise la description des faits sociaux.
- La linguistique variationniste de William LABOV, elle considère la variation comme le moteur de l'évolution linguistique, elle est principalement attachée à l'étude des variantes sociales et leurs conséquences sur les systèmes linguistiques.
- La sociolinguistique interactionnelle qui consiste à montrer le rôle que joue les locuteurs, leurs positions sur les différents registres de langues.
- Un autre domaine récent, et plus précisément en France, la sociolinguistique urbaine (J.L. CALVET, T. BULOT), s'intéresse aux pratiques langagières dans les milieux urbains.
- Le contact des langues et créolistique, ce domaine met en avant des approches différentes, il a connu un essor important depuis des années.

La sociolinguistique recourt donc à des approches différentes mais les méthodes d'analyse adoptées par les scientifiques sont pratiquement les mêmes, elle emprunte les acquis théoriques à l'approche structuraliste des phénomènes langagiers et les concepts à la sociologie, le plus souvent la collecte de données se fait sur le terrain, elle utilise des matériaux comme le questionnaire et l'entretien.

1.3. Aperçu historique sur le paysage sociolinguistique en Algérie

Chapitre I : Présentation du socle théorique Et Définition des notions de base.

L'Algérie, à travers son Histoire, a connu une mutation sociolinguistique liée à des circonstances historiques particulières, en effet, de l'invasion des Romains en passant par la conquête musulmane, byzantine, espagnole, turque, et vandale, jusqu'à la colonisation française, le pays a vu passer diverses civilisations, cohabitations et rencontres entre des peuples de cultures mais surtout de langues différentes, qui ont fait du territoire algérien un lieu de coexistence et de contact de plusieurs langues, ce contact est visible de nos jours, car il se reflète dans la réalité linguistique des Algériens.

2.3.1. Les langues en présence dans le territoire algérien

La situation sociolinguistique de l'Algérie étant complexe éveille souvent des débats captivant, la cohabitation de plusieurs langues **«** *du substrat berbère aux différentes langues étrangères qui l'on plus au moins marquée en passant par la langue arabe, vecteur de l'islamisation et de l'arabisation de l'Afrique du nord* **»** (Khaoula TALEB IBRAHIMI : 1997 : 207), fait d'elle un véritable laboratoire de recherche exploité par divers linguistes.

Les individus ont affaire à des situations de communication particulières dans la mesure où ces langues n'occupent pas le même statut, si l'arabe et le Tamazight sont reconnu comme langue nationale et officielle le Français lui est classé en tant que langue étrangère, quant aux dialectes régionaux ils sont restreint, de ce fait ces langues s'adaptent aux besoins expressifs de chacun, *« officiellement donc l'Algérie est un pays plurilingue »* (Ibtissam CHACHOU : 2013 : 19), ce plurilinguisme s'organise autour des sphères langagières suivantes :

1. L'arabe

En Algérie il y'a deux variétés d'arabe distinctes, que ce soit sur le plan de la structure, du statut, et de leurs usages dans la vie quotidienne : l'arabe classique et l'arabe dialectal.

1.1. L'arabe classique

L'arabe classique a acquis de nombreuses appellations ″littéraire‟, ″scolaire‟, institutionnel‟, si cette langue a hiberné durant la colonisation française, elle a été dès l'indépendance instaurée et nommée langue nationale et officielle par l'Etat algérien visant ainsi à étouffer le français considéré comme *« la langue du colonialisme, introduite par lui, langue des chrétiens oppresseurs de l'islam et négateurs de l'identité algérienne aspects ressenti, mais aussi inculqué sans cesse par la propagande officielle et les partisans d'une arabisation monolingue »* (GRANDGUILLAUME : 1989 : 93).

L'arabe classique est donc la première langue nationale de l'Algérie, elle symbolise l'identité arabo-musulmane et la souveraineté dans le pays, principalement utilisée dans les situations formelles, dans les médias, l'édition ou encore l'enseignement.

Cependant, elle n'est la langue maternelle d'aucun locuteur algérien ni maghrébin d'ailleurs, ce qu'affirme GRANDGUILLAUME a ce propos *« sans référence culturelle propre, cette langue est aussi sans communauté. Elle n'est la langue parlée de personne dans la réalité de la vie quotidienne (...) derrière cette langue ˝ nationale˝ il n'y a pas de ˝ communauté nationale˝ dont elle serait la langue tout court, dont elle serait bien sur la langue maternelle »* (1989 : 80).

1.2. L'arabe dialectal

L'arabe dialectal (dit darja) contrairement à l'arabe institutionnel, ne possède aucun statut étatique, ne dispose pas de forme d'écriture, elle n'est pas enseignée à l'école, et rarement utilisé dans les médias. Un adversaire facile à exécuter pour l'Etat, néanmoins, cela est loin d'être le cas, car en plus d'être langue maternelle de nombreux Algériens, elle se répartie à travers tout le pays sous ses variantes régionales et locale, selon des statistiques, elle est parlée par plus de la moitié de la population particulièrement dans les situations de communication courantes et spontanées (conversations de famille, dans la rue, entre amies, etc.), cela n'empêche qu'elle a su s'imposer aussi dans des cercles jusque-là voués à l'arabe classique. Cette langue est marquée par un lexique riche et varié, nourri de son contact avec différentes langues de diverses civilisations au cours de l'histoire (les Romains, les Persans, les Byzantins…).

2. Le berbère

La langue Berbère connaît une vaste étendue géographique, si on se réfère à l'Histoire, elle est l'une des premières langues dans les pays d'Afrique du Nord (l'Egypte, le Maroc, la Tunisie, la Lybie…). Elle fait partie de la famille des chamito-sémitique (famille de langues afro-asiatiques), cette langue ancestrale existe depuis environs 5000 ans, malgré les conquêtes phénicienne et romaines sa physionomie linguistique est resté la même.

Après l'indépendance l'Algérie a adopté une politique d'arabisation dans le but d'accroître la spécification « Arabo-Musulmane » détrônant ainsi ses rivales, effectivement le berbère n'était pas autorisé dans les situations officielles et réduit à l'usage courant.

C'est en 1980 que vont éclater les premières rébellions (dite printemps berbère) qui implorent la reconnaissance de la culture et langue Amazigh, après cette date d'autres

mouvement vont se poursuivre. En 2002 elle sera reconnue comme langue nationale, et en 2016 elle acquiert le statut de « langue officielle ».

En plus d'être langue officielle, le berbère est aussi la langue maternelle d'une partie de la population algérienne elle est enseigner à l'école et possède sa propre écriture, elle connaît plusieurs variétés centrées dans des espaces géographiques variés, la plus dominante est le Kabyle, son centre d'investigation est les villes de la Kabylie, le Chaoui pratiqué par les habitants des Aurès à l'est du pays, le Chenoui axé à la région de Tipaza, le Chelha utilisé dans la wilaya de Tlemcen et El Beyedh. Dans la zone sud de l'Algérie émerge le Tagargrent à Ouargla et Touggourt, le Mozabite dans la vallée de Ghardaïa. Quant au Touareg il est destiné au massif du Hoggar et du Tassili à l'extrême sud du pays.

3. Le français

Si durant des siècles, l'Algérie a été en contact avec plusieurs langues, c'est le français qui a le plus persisté, sa présence remonte à l'époque coloniale, il était un moyen exceptionnel utilisé par les Français pour imposer leur autorité et leur règne aux Algériens, ils vont jusqu'à lui attribuer le statut de langue officielle, ce qui favorise la *« dépersonnalisation et* [l'] *acculturation d'un territoire devenu partie intégrante de la « mère patrie, la France »* (Khaoula TALEB IBRAHIMI : 1997 : 214).

Après une longue période de soumission, les Algériens sont entrés en guerre contre la France et ont fini par reprendre le contrôle de leurs pays, l'Algérie a hérité, entre autres, la culture française dont la langue fait partie.

Après l'indépendance, le français est devenu aux yeux des autorités algériennes, une maladie honteuse dont il fallait absolument se débarrasser, voilà pourquoi ils ont procédé à une campagne d'arabisation accompagnée d'une politique de défrancisation, le but étant de reprendre les capitaux référents identitaires et linguistiques, comme le souligne Ibtissam CHACHOU à ce sujet « *l'objectif avait été de sauvegarder les référents identitaires ˝arabo-musulmane˝et de contrecarrer les politiques de dépersonnalisation entreprise par les autorités Françaises* » (2013 : 22), quant au français, il se voit octroyer le statut de langue étrangère.

Bien que son statut lui ait été ôté par les lignes d'un texte officiel, le français continue toujours à imposer son existence en Algérie, il est souvent utilisé comme moyen de communication dans différents secteurs (administratifs, économiques…), au primaire, il est la première langue étrangère enseignée, à l'université (en Kabylie), il se propage sur toutes les

filières scientifiques (architecture, médecine…), dans les conversation courantes, il est souvent alterné avec l'arabe ou le kabyle, son usage dépend des milieux sociaux.

Si l'on adhère à la thèse de Rabah SEBAA le Français s'est enraciner à l'époque actuelle plus qu'il ne l'était durant le colonialisme, selon Khaoula TALEB IBRAHIMI à la suite de l'indépendance il ne cesse de fluctuer entre le statut de deuxième langue et celui de langue étrangère dévouée, ce qui nous mène à penser que le français occupe une place bien plus importante que celui de langue étrangère.

Après avoir évoqué l'approche sociolinguistique et les langues en présence dans le territoire algérien, nous nous intéressons désormais à l'approche argumentative et rhétorique, bien évidemment nous faisons remarquer que les pancartes du Hirak qui vont constituer notre corpus dans les prochains chapitres comprennent des phénomènes linguistique variées ce qui détermine leur caractère verbal, mais aussi s'engouffrent dans un autre cadre leur pouvoir en matière argumentative et rhétorique, ce qui fait qu'elle peuvent être traités sous ces deux angles. Il importe donc pour être en harmonie avec les principes et destinés de notre recherche de nous étaler désormais sur l'approche argumentative et rhétorique.

2. La rhétorique

2.1. Rappel de la notion de l'argumentation

Selon AHADDAD.N et ABOURI.S (2015 :24).

Du latin argumentation veut dire l'action d'argumenter, ou l'ensemble des arguments visant à convaincre sur un sujet donné. Dès l'Antiquité, le concept d'argumentation est utilisé alors chez tous les philosophes, pour l'analyse de l'art de discuter (dialectique) et l'art de parler (rhétorique). Elle est définie par R. AMOSSY comme ;

« Les moyens verbaux qu'une instance de locution met en œuvre pour agir sur ses allocutions en tenant de les faire adhérer à une thèse, modifier ou renforcer les représentations et les opinions qu'elle leur prête, ou simplement de susciter leur réflexion sur un problème donné » (2012 :47).

L'argumentation cherche à convaincre en faisant appel au raisonnement et à la compréhension. D'un côté, c'est dans l'épaisseur de la langue que se forme et se transmet l'argumentation, et c'est à travers son usage qu'elle se met en place. D'un autre côté, c'est l'art d'argumenter qui s'intéresse à la description et à la critique des techniques de communication destinées à provoquer ou à accroitre l'adhésion de l'interlocuteur au point de vue qui lui est

présenté. Elle constitue un sous domaine de la rhétorique. Néanmoins, il s'avère que, en ce qui concerne l'argumentation, le contraste entre explicite et implicite n'est pas vraiment productif.

L'argumentation peut se distinguer alors à travers deux types, l'argumentation *directe*, **« en cours »**, qui se fait de manière plus ou moins explicite ou implicite, et l'argumentation *indirecte*, **« déjà accomplie »,** présentée sous la forme de présupposés. [1]

La définition la plus simple nous est donnée par GRICE, qui oppose implicite à explicite en soulignant que explicite signifie "to tell something" (dire quelque chose), tandis que implicite serait "To get someone to think something" (induire quelqu'un à penser quelque chose) (Marie claire DURAND).

Pour sa part, Catherine KERBRAT-ORECCHIONI, relève qu'*« on ne parle presque jamais directement »* (1998 :05).

Elle souligne que les contenus implicites (présupposés et sous-entendus) ne constituent pas en principe le véritable objet du dire, tandis que les contenus explicites correspondraient en principe toujours, à l'objet essentiel du message à transmettre. L'implicite serait donc une allusion qui doit être déchiffrée (décodée) (Marie claire DURAND).

De ce fait, nous pouvons dire que l'argumentation joue un rôle important dans toute prise de parole. Elle a pour objet de faire connaître une opinion, défendre un point de vue afin de convaincre et d'agir sur le public en orientant ses façons de voir et de penser. Autrement dit, choisir ses dires dans l'intention de faire partager ses idées. Ce concept est lié particulièrement à la politique.

[1] -https://books.openedition.org/psn/6474

2.2. Présentation de l'approche rhétorique

Selon ZERKAK Djamal (2017 :43).

La rhétorique est l'art de se défendre en argumentant dans des situations où la démonstration n'est pas possible. C'est une théorie qui consiste à bien parler en utilisant des bons arguments. ARISTOTE, définit la rhétorique comme *« un moyen d'argumenter, à l'aide de notions communes et d'éléments de preuve rationnels, afin de faire admettre des idées à un auditoire »* (2000 :10).

Toutefois, la rhétorique est une tradition ancienne, elle est considérée comme une praxis, une action et un comportement. En effet, la rhétorique est le moyen qui permet à l'homme de trouver les stratégies nécessaires dont il se sert à persuader son auditoire.

Elle permet au locuteur d'imposer son point de vue. Son but est d'influencer l'auditoire (public) pour l'amener à adhérer à une idée ou à une cause. De plus, de la rhétorique, on dit souvent qu'elle est l'art de persuader par le langage. Elle, **«** *Est à la fois une technique, un talent et une virtuosité artistique* **»** (1999 :08).

C'est pourquoi, la rhétorique use des différentes figures de styles afin de persuader l'auditoire, d'ailleurs comme le confirme R. AMOSSY, la rhétorique est : **« […]** *l'art de bien dire plutôt qu'un art de persuader* **[…] »** (2006[2000]).

Néanmoins, en ce qui concerne la rhétorique classique, elle est basée sur cinq parties : l'invention (art de trouver des arguments), la disposition (art d'organiser les arguments), l'élocution (art d'enrichir la parole à l'aide des figures), la mémoire (technique de mémorisation du discours) et action (art de la parole et de sa gestuelle). Ces deux dernières ont toutefois progressivement disparu. VAN Eemeren (1996 :46).

La rhétorique est attachée à la vie sociale, et a la vie culturelle c'est-à-dire le pouvoir de persuasion est fondée sur l'ensemble des valeurs symboliques d'une sphère culturelle ce qui englobe les croyances, les intérêts et les coutumes ...

Au cœur de la rhétorique, se trouve la persuasion qui consiste à amener l'interlocuteur à penser quelque chose qu'il ne pensait pas auparavant.

Dans une acception générale la rhétorique est l'art de bien parler, de façon plus précise, c'est l'ensemble des moyens d'expression propres à persuader ou à émouvoir.

En somme, la rhétorique argumentative constitue un ensemble de stratégie verbale visant à persuader.

2.3. L'humour

Chapitre I : Présentation du socle théorique Et Définition des notions de base.

La célèbre question posée dans le domaine de l'humour est « ***Qu'est-ce que l'humour ?*** », une interrogation qui demeure sans réponse précise. Elle fut au centre des réflexions de nombreux théoriciens depuis le Moyen Âge jusqu'à ce jour.

Depuis des siècles, des tentatives ont été faites pour éclaircir cette notion d'humour, mais le fruit des réflexions des théoriciens et des philosophes n'a apporté que des descriptions supplémentaires à ce phénomène.

L'humour est défini dans le Grand Robert de la sorte « *[…] forme d'esprit qui consiste à présenter la réalité de manière à en dégager les aspects plaisants et insolites, parfois absurdes, avec une attitude empreinte de détachement et souvent de formalisme* » (2004 :633).

Ce concept qui fut l'objet d'étude de nombreux travaux dans des domaines divers. Les études littéraires tout d'abord ont apporté leur contribution.

En effet, de nombreux chercheurs se sont penchés sur les spécificités d'un texte comique, ainsi que sur les particularités de l'humour face à ses « voisins » : la parodie, la satire et bien sûr l'ironie. Les sociologues ont également étudié la question en se focalisant davantage sur les fonctions sociales de l'humour : garantir la cohésion du groupe, dédramatiser des situations, faire passer des messages qui pourrait être vexatoires.

Les linguistes quant à eux ce sont surtout penchés sur l'aspect formel d'un énoncé humoristique, essayant ainsi d'en dégager les principaux procédés.

Cependant, l'humour a évolué chez l'homme comme un mode de communication et d'influence sociale universelle et couvre de nombreuses fonctions. Il permet de réduire ou bien de renforcer la différence de statut entre les individus, d'exprimer l'entente et la sociabilité ou le désaccord et l'agressivité, de faciliter la coopération comme la résistance, de renforcer la solidarité et le lien ou bien d'affaiblir un pouvoir ou un statut. De surcroît, il existe différents genres d'humour (ironie, sarcasme, parodie, humour noir, humour absurde, jeux de mots, etc.) ne produisant pas les mêmes effets. D'ailleurs, l'humour noir est le plus fréquent dans la vie de tous les jours. Il se caractérise essentiellement par le fait d'être choquant, funèbre et pur, il se manifeste comme une volonté de résistance au malheur.

C'est ce que souligne Henri BAUDIN **«** *L'humour noir […] est le courage de plaisanter en face ou au sein de l'intolérable, que ce soit peur ou révolte à l'égard de la souffrance (humour atroce) ou de la mort (humour macabre). […] L'humour noir assume alors une fonction de distance par rapport aux coups du sort.* **»** (1985 :134). En fait, il est plus qu'un

mécanisme de défense, c'est bien un ***« mécanisme de courage »***MISHKINSKY, cité par ZIV (1987 :61).

En outre, Dominique NOGUEZ résume les caractéristiques de l'humour noir aux nombres de trois ; **Sa pureté**, il est disposé à offenser la sensibilité du lecteur et d'ailleurs André BRETON dans son Anthologie de l'humour noir le définit comme **« *l'ennemi mortel de la sentimentalité*»**. Il peut être **blessant** et **déplacé** envers le lecteur qui disposant d'une éthique et d'un vécu, ne réagira pas forcément en faveur de celui qui fait de l'humour. Le troisième trait qui est, **le funèbre,** c'est ce dernier qui accentue et détermine la couleur noire ; l'évocation de la mort, du macabre, du lugubre avec humour est le propre de l'humour noir. Pour Marlene DOLITSKY l'humour noir se distingue d'un humour plus standard essentiellement par le fait qu'il déclenche des émotions de valence opposée, créant ainsi un ressenti ambigu, ainsi il le défini **«** *l'humour noir concerne les aspects négatifs de la condition humaine »* (1986 :69).

Tout compte fait, l'humour n'est pas uniquement destiné à faire rire, mais il est aussi conçu pour gêner et déranger. Et comme l'a souligné Marlene DOLITSKY, la particularité de l'humour noir est de dépeindre la réalité avec une lucidité implacable.

2.4. L'humour en Algérie

A l'origine, l'humour est une arme, qui a été utilisé essentiellement par des poètes populaires, au temps de la colonisation, comme une satire nationaliste. Il s'est transformé pendant la colonisation française en « ***code de la guerre*** ».

Les colonisations successives de l'Algérie, les malheurs qu'a vécus ce peuple, tel que (le terrorisme, la guerre civile, le printemps berbères), ont fait naître un humour soulageant.

L'humour est vraiment nécessaire, les Algériens ont besoin de sa présence pour une bonne continuité dans un monde plein de problèmes, dans une Algérie de contrainte morale et de refoulement psychologique. C'est un instrument de libération, ainsi, l'humour dans la culture algérienne est une forme équilibrée du déséquilibre. L'humour désigne alors pour les algériens l'aptitude à sourire face à une réalité douloureuse, à la capacité de dominer par la gaieté les souffrances de l'existence sans les occulter, et sans faire diversion. De ce fait, l'humour en Algérie ne date pas d'hier, il est relié aux malheurs des Algériens, à leurs existences, à leurs souffrances et à leurs volontés de survivre.

D'ailleurs, depuis le 22 février les contestataires innovent comme ils peuvent, pour marquer leurs présences dans ce mouvement citoyen historique avec beaucoup d'humour, métaphores et autres montages d'images. Cet humour est considéré comme « ***jeu de langage*** », et s'impose comme une arme de résistance, que les algériens pratiquent consciemment, il est

relayé de façon abondante, il n'y a pas de limite à l'inspiration, « ***le ton est même très libre*** » El Watan (2019), que ce soit dans les pancartes, les slogans, sous forme de scènes, ou des blagues, les bons mots sont toujours présent. Chaque cri de colère est porté dans une ambiance pacifique et de joie.

Cet humour s'accentue au fil des semaines, et s'est intégré dans la tradition du Hirak, et fait participer hommes, femmes, et enfants.

2.5. L'ironie

Ce terme vient du grec « ***eironeia*** » et du latin « ***ironia*** », l'ironie à son origine signifiait « ***interrogation qui feint l'ignorance*** ». Cependant, dans le langage courant, le terme « ironie » prend le sens de « ***comique*** ». C'est une forme d'expression dans laquelle on se moque de quelqu'un, d'un adversaire ou d'une idée. Elle consiste essentiellement en un écart, un décalage entre ce qui est dit et ce qui est pensé.

C'est une forme d'argumentation et un procédé rhétorique qui a pour but de faire entendre le contraire de ce qu'on dit c'est une arme très efficace. D'ailleurs, l'ironie a été longtemps discutée et fait l'objet d'étude linguistique et de rhétorique.

En effet, il s'agit de soutenir une opinion contraire à sa pensée, DUMARSAIS dans son Traité des tropes en 1730 précise que *« l'ironie est une figure par laquelle on veut faire entendre le contraire de ce qu'on dit : ainsi les mots dont on se sert dans l'ironie, ne sont pas pris dans le sens propre et littéral »***.** (1967 :14).

En fait, l'ironie consiste à dire par une raillerie, ou plaisanterie, le contraire de ce qu'on pense, ou de ce qu'on veut faire penser. Elle cherche à transmettre un message implicite dont le sens est différent. D'ailleurs dans le Petit Larousse, l'ironie, est définie comme une « *Raillerie qui consiste à dire le contraire de ce qu'on veut faire entendre* ». De plus, les propos ironiques consistent à réduire une réalité, à la mettre au plus bas en la critiquant. L'ironie est toujours d'intention de tourner au ridicule le sujet visé.

Selon Henri SUHAMY, « *l'ironie la plus élémentaire et qui donne l'impulsion à toutes les autres formes consiste à faire semblant de louer ce qu'on veut blâmer, à exprimer ses intentions par antiphrase, en disant l'inverse de ce qu'on veut laisser entendre* » (1981 :110). Par extension on applique la notion d'ironie à toute forme de moquerie froide et analytique, aux sarcasmes énoncés sur un ton paisible et faussement détaché.

Cependant, c'est BERGSON et Olivier REBOUL qui, à notre avis ont fait la distinction la plus pertinente entre l'humour et l'ironie. D'une part, BERGSON qui met en évidence la distinction existant entre l'ironie et l'humour, ainsi, pour lui « *tantôt on énoncera ce qui devrait*

être, feignant de croire que c'est précisément ce qui est : en cela consiste l'ironie. Tantôt au contraire on décrira minutieusement et méticuleusement ce qui est, en effectuant de croire que c'est bien là ce que les choses devraient être : ainsi procède souvent l'humour »
(2012 :97).

D'autre part, REBOUL, montre très bien que l'humour est juste le contraire de l'ironie et que celle-ci est une arme ;

« *L'esprit, en rhétorique, c'est l'ironie qui tombe à propos, la répartie du tac au tac, de beaucoup la plus efficace. Quant à l'humour, il n'est pas une espèce d'ironie. Il est le contraire de l'ironie. Celle-ci dénonce le faux sérieux au nom d'un sérieux supérieur – celui de la raison, du bon sens, de la morale – qui place l'ironiste bien au-dessus de ce qu'il dénonce ou critique : (…) Dans l'humour, c'est le sujet lui-même qui abandonne son propre sérieux, qui dépose toute importance. (…) Antidote à tous les fanatismes, l'humour tend à l'irrationnel et parfois au nihilisme. Reste que si l'ironie est une arme, l'humour est désarmant. Rhétorique supérieure* **»** (2001 :139).

Donc, l'humour et l'ironie sont tout à fait différents l'un de l'autre, on le voit clairement. D'une part, l'humour tient plus à une réflexion **« quasi scientifique »** jouant sur les mots, les expressions et quelques situations particulières. C'est ce que nous retrouvons dans les jeux de mots par exemple. Tandis que, l'ironie est un procédé utilisé par Socrate afin d'interroger quelqu'un en faisant semblant de ne pas connaître la réponse à la question posée. C'est une arme très efficace, est la plus favorite des philosophes.

3. Le Hirak

3.1. Origine de l'appellation

« Le peuple veut la chute du régime » c'est à partir de ce slogan qu'ont émergé la plupart des manifestations et mouvement de contestations qui *« depuis quelque mois s'affirment dans le monde arabe »* (Akram Belkaid : 2019), ces mouvements se résument au mot Hirak *« tiré de la racine h-r-k* [...] *un néologisme qui prouve que la langue arabe, comme le monde du même nom vit, manifeste, se transforme »* (Ibid). Ce terme devenu symbolique sera vite adapté et adopté à la description de la cause algérienne.

3.2. Le Hirak en Algérie

En Algérie, le Hirak renvoie à une série de manifestations qui ont lieu depuis le 22 Février 2019, soumis à un même régime depuis 20 ans, des millions d'Algériens ont dévasté les rues pour rejeter la candidature du président en place pour un cinquième mandat, par la suite le mouvement se poursuit pour exiger un changement radical du système politique, et mettre fin à toutes formes de corruption.

Un mouvement historique pour le pays qui depuis l'indépendance n'a pas connu des manifestations d'une aussi grande ampleur ces dernières qui auparavant étaient interdite, ont enfreint toutes les barrières de la peur. En sus elle ne cessent de s'agrandir malgré les dispositifs de sécurité mis en place, Ces marches ont essentiellement lieu les mardis (marches des étudiants) et les vendredis (pour toutes la population), elles sont à chaque fois adaptées aux évènements de la semaine, plus particulièrement aux discours prononcés par le chef de l'Etat-major, qui, après la démission du président, c'était chargé d'assurer la préparation des prochaines élections.

Toutefois, c'est grâce au pouvoir incontestable des nouvelles technologies (Facebook, Instagram, Twitter…) que ce mouvement est né, ces mêmes réseaux sont devenus une principale source d'information, en contribuant à la représentation de la réalité du terrain dans tout le pays. Au fur et à mesure que le mouvement se développe des communiqués, déclarations, photos et vidéos sont générés.

Le scénario du 22 février va se répéter chaque semaine, ces marches non structurées et sans représentant attitré sont souligné par le désir de progresser vers un avenir prospère, démocratique, prometteur, le tout contrôlé par le maître mot «silmiya» (pacifique). La vedette de ce mouvement n'est autre que le peuple, à noter au premier rang la jeunesse algérienne, qui,

longtemps sous-estimée, s'avère être plus consciente que ce que l'on pourrait penser, les jeunes ont pu donner de la profondeur à l'orientation de ce mouvement

Dans la rue nous assistons à des productions langagières extraordinaires, voire hors du commun, agrémentées d'un humour typiquement algérien, exprimé dans des supports variés, les slogans, les banderoles, les pancartes. Dans notre étude c'est à ces dernières que nous allons nous intéresser. Dans ce qui suit nous allons voire qu'est-ce qu'une pancarte ? et quel est son rôle dans la lutte et la revendication populaires ?

3.3. La pancarte définition

Une pancarte est un objet composé d'un panneau, une plaque, une carte accrochée à un mur ou tenue à la main, qui sert à transmettre un avis, un renseignement, une information, pousser à une action, ou à promouvoir un produit. Les pancartes sont captivantes par leurs formes et par le contenu qu'elles véhiculent.

Cependant, quand un peuple se sent soumis à une injustice, ou que les autorités sont indifférentes à ses doléances, c'est à la rue qu'il recourt pour manifester, là, il doit faire appel à sa ruse, à son intelligence, et surtout se munir de bonnes paroles pour exprimer sa colère ainsi *« les pancartes révolutionnaires sont mobilisées parmi d'autres outils dans la fabrique d'une mythologie révolutionnaire »* (Zoé Carle : 24)

3.3.1. La pancarte révolutionnaire

Les pancartes révolutionnaires peuvent être considéré comme un sous genre de pancarte, elles apparaissent dans des situations révolutionnaires pour porter des voix de détresse, elles jouent le rôle de ***«*** *Double processus de délégitimassions du pouvoir étatique et de revendication d'une souveraineté populaire* ***»*** (Zoé Carle : 22).

Les pancartes révolutionnaires *« jouent un rôle d'outil de mobilisation et de dispositif de sensibilisation à l'intention même du groupe émetteur »* (Zoé Carle : 28), elle est armé d'outils linguistiques à noter les slogans, ou iconiques dont les dessins, les images, les photos. Elles sont munies d'une force argumentative spécifique, ainsi, elles sont à la fois percutante et porteuses de sens elles agissent comme des menaces, des ordres, etc. Alors que d'autres sont implicites, ou même ironiques, leur compréhension nécessite l'interprétation attentive de chacun de leurs composants, ainsi que leur mise en relation avec un vécu à dénoncer.

3.3.1. La pancarte dans le hirak algérien

Si au cours du Hirak les moyens d'expression ne manquent pas, cependant ce sont les pancartes qui inondent de créativité et s'avèrent être l'un des *« supports les plus utilisés par les citoyens dans la rue »* (Ibtissam Chachou : 2019), les slogans et les expressions qu'elles affichent sont variées, toutefois pour les écrire les Algériens recourent *« à leurs langues et aux langues qu'ils se sont approprié au fil du temps [elles] étaient rédigées en arabe algérien, dans les langues berbères, en arabe institutionnel, en français, en anglais, en espagnol [ces langues apparaissent parfois seules] et parfois dans un mélange [ou en alternances avec] plusieurs langues »* (Ibid).

Ce qui est plus étonnant encore c'est la création de certains néologismes en les reliant à des suffixes français ou des morphèmes berbère et arabe. Les pancartes ne cessent de s'enrichir d'une semaine à l'autre, elles sont dotées d'un plurilinguisme certes, mais elles ont aussi adopté une autre allure˝ l'humour¨, qui s'impose comme une arme de résistance que les Algériens pratiquent consciemment, il est relayé de façon abondante, il n'y a pas de limite à l'inspiration.

À cette dose d'humour s'ajoute l'ironie ces deux ingrédients marquent leur présence par des métaphores et autres montages d'images. Tout au long des manifestations les *« pancartes politiques à saveur humoristiques se sont multipliées »*(Radio-Canada.Ca : 2019), elles sont inspirées d'un mélange de références culturelles orientales et occidentales. L'imagination n'a pas de limites chez les Algériens, ces bouts de carton et ces feuilles attachées à un bâton ou tout simplement tenues à la main sont transformées en de véritables œuvres d'art, on parle même de musée à ciel ouvert, elles se propagent aussi vite qu'elles apparaissent en faisant la une des réseaux sociaux. Ainsi leur interprétation advient à leur contexte d'apparition, car en plus d'être percutantes elles s'adaptent aux événements de la semaine.

3.4. Le dessin caricatural

Le dessin caricatural joue un rôle important dans notre monde, puisqu'il dévoile la vérité et dénonce ce que le pouvoir veut cacher. Il a pour but de délivrer un message en lien avec l'actualité. D'ailleurs, le plus souvent au-delà de l'illustration, le dessinateur prend parti, dénonce, se moque, et critique tel est le cas des pancartes du Hirak. Ces dernières se caractérisent par un dessin polémique, ayant pour but de déformer, critiquer, ridiculiser, et dénoncer d'une part la situation du pays, et d'autre part le comportement du groupe mafieux.

3.4.1. Définition du dessin caricatural

D'après TAIB, Mohamed et HAMIDI, Naouel (2018 :13 :14).

L'origine du mot caricature vient du latin[2]« caricar », qui veut dire ; dessins d'humour ; gravures comiques ; dessins satiriques ou politiques. Il y a une exagération de certains traits de déformation de ses personnages comme la tête ; les yeux, les joues, les jambes afin de mettre en évidence un caractère. Ces déformations sont des procédés rhétoriques qui ont pour fonction d'interpeller et de mettre une sorte d'accentuation sur la réalité d'un individu ou bien d'une institution sociale ou politique. La caricature est un genre artistique visuel, il transcende les normes et essaye de représenter la réalité sociale et politique à partir d'un point de vue ironique et humoristique. Chaque caricature véhicule un message implicite dans une image. Elle soulève de l'humour sans perdre l'information et le message à transmettre.

Elle comporte habituellement un message verbal reflétant une pensée, une opinion bien articulée, elle peut être considérée comme un éditorial, un commentaire et même une opinion. Elle est provocatrice puisqu'elle se fait juge et interprète de l'actualité. La caricature comme message non-linguistique et non verbal est un système qui sert à communiquer, et à travers les signes qui le composent, il véhicule tout un message codé. Ceci dit, le dessin caricatural est plus qu'un art ou une esthétique mais un moyen de communication non négligeable, du fait de sa capacité à *transmettre un message*. Une *figure d'expression*, un *langage codé*, une *production culturelle*, *une opinion* qui tend à informer et à *persuader l'interlocuteur* à travers un dessin satirique et humoristique. LOUNICI Mourad (2010 :23).

Par ailleurs, le dessin caricatural vise à toucher efficacement ses spectateurs grâce ses procédés de base tels que : l'exagération à partir du physique, l'animalisation et la végétalisation, la personnification, la provocation, et enfin pour faire rire.

Conclusion partielle

Dans ce premier chapitre nous avons, donné un aperçu sur les termes fondamentaux qui se rapportent à notre travail de recherche à noter la sociolinguistiques, l'argumentation, la rhétorique, l'humour ainsi que l'ironie.

Enfin, nous sommes revenus sur les circonstances qui ont mené à la naissance du mouvement algérien dit ″ Hirak ″, ainsi qu'aux outils utilisés par le peuple dans leurs révoltes durant ces manifestations. Nous avons tenté d'expliquer l'origine de la révolution pacifique

[2] - http://www.stavrotons.com/caricatures/introduction3.asp

algérienne et le rôle des pancartes accompagné de caricatures et de slogans dans l'organisation de ces manifestations.

Chapitre II

Etude sociolinguistique des pancartes du Hirak

Chapitre II : Analyse sociolinguistique des pancartes du Hirak

Introduction partielle

Comme nous l'avons déjà précisé dans le chapitre précédant, les pratiques linguistiques des Algériens sont multiples et variées, et sont animées, de ce fait, par une souplesse d'emploi plus ou moins autonome des langues qui cohabitent en contexte ordinaire, ces langues sont soulignées par des normes internes obéissant au changement, à la métamorphose et à la créativité. Ces phénomènes que l'on attache au contexte algérien né du contact des langues et de l'ouverture sur le monde extérieur, ont pris une tournure revendicative durant les manifestations du Hirak, en effet, les pancartes ont répondu au besoin communicatifs du peuple, elles ont porté des expressions variées pour un but commun et ont indiqué de nouvelles réalités, surtout concernant les usages de l'alternance codique, des néologismes, des emprunts, etc. Ces productions langagières adoptées par le texte de la pancarte feront l'objet de notre analyse dans cette seconde partie de la recherche.

Afin de répondre à la première partie des questions secondaires exprimées en problématique, notre travail va porter sur une analyse des différents phénomènes sociolinguistiques présents sur les pancartes, un premier niveau d'analyse portera sur la description des pancartes monolingues, bilingues, et plurilingues, dans un second niveau d'analyse nous allons traiter les phénomènes de l'alternance codique, l'emprunt, l'interférence et la néologie.

Revenons donc à notre support, rappelons que nous avons choisi d'analyser les pancartes issues du mouvement populaire algérien de l'année 2019, ces dernières sont aussi nombreuses que variées, cependant notre choix s'est porté essentiellement sur un échantillon de 14 pancartes, la sélection et le tri de ces pancartes est réalisé en fonction de notre problématique, ces pancartes, nous les avons collectées des différents réseaux sociaux une des premières sources à relater les évènements, les complétant par des photos prises sur le web.

I. Le monolinguisme

Le monolinguisme renvoie au fait d'utiliser qu'une seule langue dans une production langagière, il s'oppose de ce fait au bilinguisme et au plurilinguisme.

Beaucoup plus nombreuses que les autres, les pancartes monolingues varient généralement entre l'arabe algérien, l'arabe institutionnel, le français, et l'anglais, il arrive souvent que des termes en français soient transcrits en arabe, et *vice versa*. En revanche nous n'avons trouvé aucune pancarte exclusivement écrite en berbère, restreinte à certaines régions ce qui fait qu'elle n'est pas comprise par tous, donc son usage s'accompagne toujours d'une autre langue. Nous avons trouvé dans notre corpus quatre pancartes monolingues, en voici les exemples que nous avons choisis.

Pancarte 1

Traduction : Tous les gens du quartier ont en marre de ce gouvernement.

Cette pancarte est non seulement monolingue mais elle est aussi monocodale : elle ne contient qu'un message linguistique. L'orientation vers telle ou telle langue relève du choix de chaque individu qui manifeste, il est libre de formuler et exprimer ses protestations et sa colère dans sa langue natale, la langue qu'il maitrise le plus ou sa langue préférée. La plupart des Algériens l'on fait en arabe dialectal, les pancartes brandies en cette langue se dressent au

premier rang avec le plus grand succès, elle est une forme de revêtement identitaire, elle a traversé un espace clos pour s'introduire dans un espace ouvert, étant une langue comprise et/ ou maitrisée par tous ; les pancartes émises dans cette langue s'adressent à toute la population algérienne.

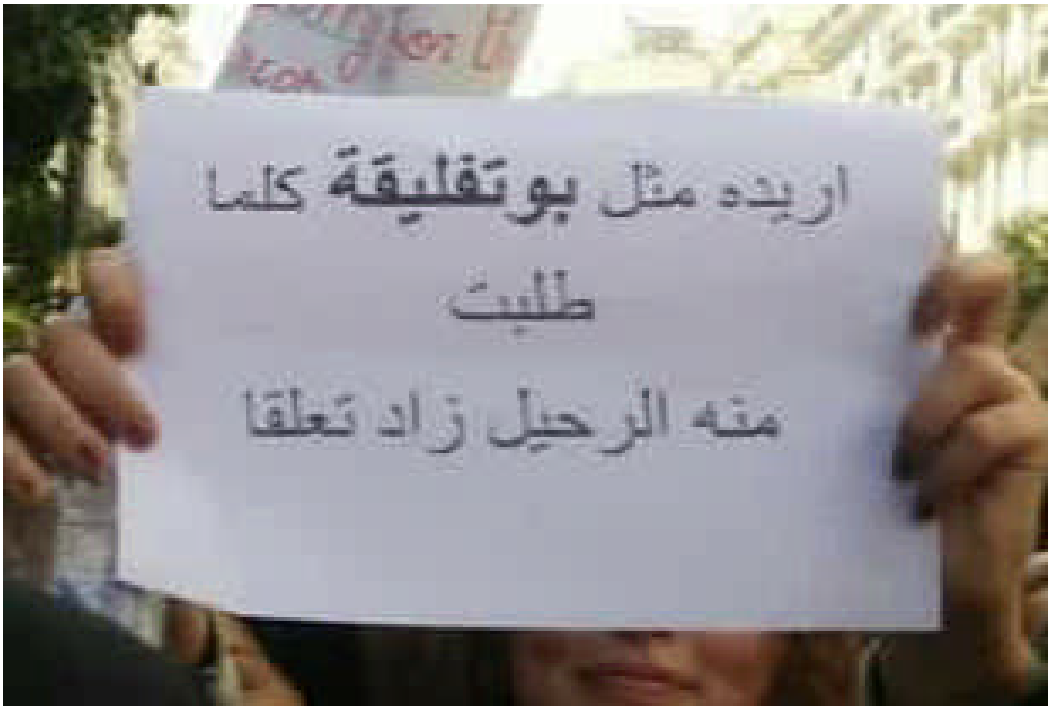
L'expression en arabe dans cette pancarte a été empruntée à une publicité de café (Aroma). Il s'agit d'une chansonnette faisant presque office de slogans permettant l'identification de la marque. La première partie (tous les gens du quartier) a été reprise telle quelle, la seconde par contre (boivent du café Aroma) a été remplacé par « en ont marre de ce gouvernement ». La reprise d'un contenu publicitaire permet de mieux mémoriser le message de la pancarte.

Pancarte 2

Bien qu'il soit une langue étrangère, le français jouit d'une bonne place sur le territoire algérien, pour beaucoup, il est une langue de privilège, ce qui fait qu'elle a su s'installer sur les pancartes. Dans cette pancarte, qui traite de la politique d'émigration en France, le message linguistique contient des jeux de mots : « mi-grands » au lieu de « migrants », les guillemets et la transcription en lettres capitales du terme « luxe », constituent le caractère ironique du message. Le message iconique vient compléter le message linguistique et précise l'identité des « migrants/mi-grands de luxe » en question. Le recours à la langue française est lié, entre autre, à la référence à la France mais aussi à ce que la langue française offre en matière de jeux de

mots qui est un procédé intraduisible. Son usage s'avère donc être motivé par le caractère ou la nature du message, c'est aussi une manière de faire voyager son message au-delà des frontières.

Pancarte 3



Traduction : Je le veux comme Bouteflika plus je le rejette, plus il s'accroche.

La pancarte suivante est brandie par une femme, a première vue dans l'expression « je le veut comme Bouteflika plus je le rejette, plus il s'accroche » celui qu'elle désigne par « il » est l'homme de ces rêves, l'homme idéale, qui s'attache à elle en dépit de tout. Mais en l'interprétant de prés on voit bien que le message comprend une charge ironique, en réalité c'est Bouteflika qui est la cible, car plus le peuple insiste sur son départ, il s'accroche au pouvoir. La construction syntaxique du message de cette pancarte nous rappelle vivement celle du proverbe arabe « La vie est comme de l'eau salée, plus en bois, plus on a soif ».

Si d'autres manifestants ont eu recours à l'arabe institutionnel, ce sont sans doute ces traits naturels dépourvu de facteurs externes et son aspect formel qui s'avère être une motivation de sa sélection.

Pancarte 4

Traduction : On veut un gouvernement pas une mafia, jeu terminé.

L'anglais se retrouve lui aussi dans les pancartes du Hirak, ce sont les jeunes qui semblent y recourir le plus, étant des amateurs de séries et de références culturelles américaines, celle-ci semblent être une véritable source d'inspiration pour leurs massages, c'est aussi un moyen pour la sphère universitaire en instruction anglophone de s'exprimer dans cette langue. Dans la première partie de la pancarte « On veut un gouvernement pas une mafia » l'auteur désigne implicitement les hommes du gouvernement par des corrompues et dangereux les comparant ainsi à la mafia, de ce fait ce n'est que par le changement radical du système en place que s'ouvriront les portes pour un nouveau système droit, intègre et compétant. Quand a la deuxième partie « jeu terminé » montre le refus de compassion ou de consensus avec un peuple décidé à aller de l'avant pour prendre son destin en main.

L'anglais étant première langue internationale est un outil pour attirer l'attention d'outre-mer sur la cause algérienne.

Le phénomène de monolinguisme dans les pancartes, témoigne que l'orientation du peuple vers telle ou telle langue n'est pas par hasard, la réussite du message peut être liée à la langue ou variété de langue utilisé, cela relève donc d'un choix personnel en fonction de la maitrise de chacun. En revanche nous avons remarqué qu'entre le message écrit en derja en

Français ou en arabe institutionnel et en Anglais le contenu du message sémantique est différent.

2. Le bilinguisme et le plurilinguisme

2.1Le bilinguisme

Le mot bilinguisme doit son origine au linguiste français ANTOINE Meillet, nous avons pu constater d'après nos lectures que d'autres linguistes s'y sont intéressés, il a acquis, de ce fait, plusieurs définitions, pour JEAN Dubois il est *« la situation linguistique dans laquelle les sujets parlants sont conduits à utiliser alternativement selon les lieux ou la situation, deux langues différentes, c'est le cas le plus courant du bilinguisme »* (1994 : 66). Etre bilingue, c'est être capable de parler couramment deux langues distinctes, ainsi, le sujet parlant développe cet atout par nécessité et dans différentes situations de communication de la vie quotidienne.

Pour ce qui est de C. Bayllon, il affirme que *« **par le bilinguisme ou plurilinguisme il faut entendre le fait général de toutes les situations qui entrainent un usage, généralement parlé et dans certains cas écrit, de deux ou plusieurs langues par un même individu ou un même groupe** »* (1991 : 146).

A la suite de ces définitions, il est possible de certifier que le bilinguisme renvoie au sujet employant alternativement deux langues dans un cercle social, conséquence de plusieurs paramètres liés à l'individu, à la société ou autres, cependant, le niveau de maitrise des deux langues peut varier d'un individu à l'autre.

Pancarte 5 : Franacais / arabe algérien.

Traduction du segment en arabe : Qu'ils dégagent tous.

Dans la pancarte le message en français souligne que l'union du peuple désigné par « nous » signifie la fin du pouvoir en place désigné par « vous ». Le message en arabe « qu'ils dégagent tous » vient compléter celui en Français, à souligner que c'est l'un des slogans par excellence du Hirak

Pancarte 6 : arabe institutionnel/Anglais.

Traduction : Non au scénario Egyptien en Algérie.

Dans cette pancarte il s'agit d'une traduction littérale, le texte en arabe est reproduit équitablement en anglais. Le mot « scénario » dans le premier énoncé est un emprunt intégré à la langue arabe. L'écriture des deux énoncés c'est fait dans deux couleurs le rouge et le noir, qui sont en réalité celle du drapeau égyptien. La pancarte est signée par le mot « Silmiya » qui veut dire « Pacifique », dans la même ligne à l'extrême droite est mentionnée une date « 14 juin 2019 », qui est la date d'apparition de la pancarte.

1.2 Le plurilinguisme

La situation de plurilinguisme se définit comme étant la coexistence de plusieurs langues dans un même territoire. La requête plurilingue considérée comme un élargissement de compétences langagières chez les personnes, en partant de son milieu culturel il s'étend de la langue maternelle vers celle de la société, ensuite vers celle d'autres groupes sociaux, il ne

disperse pas ces langues en sections, mais s'en saisie plutôt pour bâtir une compétence communicative dans laquelle interagissent ses connaissances et expériences linguistiques.

Les usages plurilingues déterminent donc la vie sociolinguistique des locuteurs de façon alternative. Toutefois, en contexte plurilingue, les compétences engagées par la personne pour communiquer dans une langue ne sont pas seulement combinées, mais on considère qu'il construit un registre langagier, qui rassemble toutes ces capacités dans les langues auxquelles il a accès.

Les pancartes auxquelles nous nous intéresserons désormais sont celles conçues dans deux ou plusieurs langues, elles sont considérables par le nombre de messages qu'elles portent, elles sont écrites en caractères arabes, latins…, la distribution des langues diffèrent d'une pancarte à l'autre. Celles que nous avons sélectionnées varient entre : le français/l'arabe algérien, l'arabe classique/le berbère, et le berbère/le français/l'arabe (classique) ... En voici quelques exemples

Pancarte 7 : français/l'arabe algérien/le berbère/l'arabe institutionnel.

Traduction : Il est temps que tu pars avant que tu deviennes fade.

: Monsieur le Gaid aura vécu celui qui connait ces limites. (Le « Si » ne possède pas d'équivalent en français sa traduction s'est faite approximativement avec le mot « Monsieur »).

Dans la pancarte il y'a trois objets iconique le premier est la figure du chef de l'état majeur le Gaid Sallah, sur sa photo il y'a un panneau de signalisation appartenant au code de la route,

introduit de la sorte il sert à dire on ne veut plus de toi Gaid Sallah, la troisième icone se trouve en double en bas de la pancarte aux deux extrémités, cette fois il s'agit d'une casquette sur laquelle s'affiche le même panneau cité en haut cela signifie non à un gouvernement militaire. La représentation linguistique correspond à quatre phrases cohérente de quatre langues différentes le français, l'arabe institutionnel, le berbère et l'arabe dialectal, qui sont à un degré variable d'équilibre, qui assignent implicitement au Gaid de quitter le pouvoir.

Pancarte 8 : arabe institutionnel/berbère/Français.

Traduction : l'inscription en vert = il n'y a pas.

L'écriture en rouge = non aux élections.

Dans les quatre énoncés qui apparaissent sur la pancarte il s'agit d'un même message repris soit littéralement ce qui est le cas de « Pas de vote » écrit en Français et en arabe ; ou alors, seul le contenu est repris ce qui en est de « non/ulac » qui signifie le refus des élections. Pour ce qui est de la forme l'auteur à opter pour les couleurs du drapeau national algérien le vert le rouge et le blanc, mais aussi a eu recourt au noir (le message en français) sans doute pour faire allusion à la contestation militante.

Nous constatons que dans certaines pancartes la présence d'une langue ou d'une autre se réduit à un mot comme le berbère dans la pancarte (8), ou une expression, le cas de l'arabe algérien dans la pancarte (5) et (7), tandis que d'autres sont équilibrées, particulièrement quand il s'agit de traduction ce qui est le cas de la pancarte (6), et du français/arabe institutionnel dans la pancarte (8), ou à un degré variable d'équilibre entre le berbère/français dans la pancarte (7).

Il est à noter donc que les pancartes bilingues et plurilingues comprennent des formules accoutumées au rituel du Hirak qui est une autre manière pour le peuple d'exprimer sa colère, ce qui leur confère leurs forces c'est la présence de différents messages de différentes langues dans une seule pancarte, dans certaines pancartes on fait appel au jeu de l'équivalence et de la traduction du message vers les autres langues, celles-là sont les plus fréquentes d'ailleurs. Ce plurilinguisme pratiqué dans les pancartes contribue à une facilité de communication et de compréhension, d'abord elles prennent en considération les individus qui ne maitrisent pas une langue, en plus de cette façon le message est valorisé et favorise ainsi sa propagation, c'est-à-dire le choix d'une langue internationale, ce qui est le cas de l'anglais, ce choix n'est pas fortuit, cela vise à atteindre un public plus large et à porter la cause du peuple à une échelle universelle.

3. Les phénomènes résultant du contact des langues

Le contact de langues est une vague qui émerge et gagne du terrain dans un bon nombre de sociétés et communautés linguistiques, toutefois c'est la dynamique plurilingue de notre planète qui exige ce contact constant et actif entre les langues, surtout qu'on vit une époque de mondialisation qui se révèle être inévitable pour la plupart des peuples.

Le contact des langues est une notion qui *« Inclut toute situation dans laquelle une présence simultanée de deux langues affecte le comportement langagier [d'une communauté linguistique ou] d'un individu »* (Moreau Marie-Louise : 1997). Ce concept implique altération et variation linguistique que ce soit sur le plan synchronique ou diachronique, de même que les alliances et les contacts entre les langues ou les variétés d'une même langue peuvent donner naissance à certains phénomènes comme :

3.1 L'alternance codique

L'alternance codique résulte du phénomène de contact de langues. Il se définit comme la pratique selon laquelle un individu ou une communauté utilise deux langues ou variété de langue dans le contexte d'une conversation unique, cela se produit lor ce que le locuteur est activement bilingue et alterne ainsi librement entre deux langues ou plusieurs langues. L'alternance codique dans la conversation est définie par John Gumperz comme :

> « *La juxtaposition à l'intérieur d'un même échange verbal de passage ou de discours appartenant à deux systèmes ou sous-systèmes grammaticaux différents. Le plus souvent l'alternance prend la forme de deux phrases qui se suivent. Comme lors ce qu'un locuteur utilise une seconde langue soit pour réitérer son message soit pour répondre à l'affirmation de quelqu'un d'autre* » (1989 : 57).

Toutefois, on recourt à l'alternance dans des situations de communication informelles (amies, familles…), ou tout simplement pour exprimer des intentions, en revanche, l'alternance peut être aussi le résultat d'une incompétence linguistique, en d'autres termes, quand on ne maitrise pas suffisamment une langue on en recourt à d'autres pour combler une lacune.

Les pancartes que nous avons recueillies incluent deux types d'alternance au niveau intraphrastique et interphrastique, toutefois, notre corpus ne comporte pas de pancartes incluant l'alternance extraphrastique, voici donc quelques exemples :

• **L'alternance intraphrastique :** *« dans laquelle les segments alternés sont les constituant de la même phrase »* (Hamers & Blanc, 1983 : 200). C'est-à-dire l'alternance se fait au cœur d'une même phrase ou d'un énoncé.

Pancarte 9

Traduction : please : s'il vous plait.

Cette pancarte est un peu particuliére elle a la méme forme qu'un tableau, au premier plan apparait un cercuil dans lequelle s'assoit le président Bouteflika, l'arriére plan nous dit qu'il se trouve dans une forét, sur la bordure gauche du cercuil les deux date « 1999-2019 » renvoient a la duréé de son mandat. Pour ce qui est de l'énoncé « Laissez-moi me reposer en paix plizz » la langue dominante est le français,alors que l'alternance se trouve au niveau du mot « please » qui se situe à la fin de la phrase, et qui vient de l'anglais, il est écrit « plizz »,

une simplification de transcription ce qui nous rappel l'orthographe des SMS téléphoniques pour réduire l'espace, ou encore celui employé par les jeunes sur les réseaux sociaux pour gagner du temps. La sillhouette et la tenue jeune du personnage connote avec le mot en anglais « Pliz », étant ceux qui recourent le plus a cette langue, de ce fait on suppose que l'auteur de la pancarte est un jeune.

Pancarte 10

Traduction : Le peuple veut un président pas une puce Mobilis.

La pancarte contient un objet iconique et un message linguistique, le signe « 4+ » est une reprise de la publicité de Mobilis un opérateure téléphonique algérien, auquel on a supprimer le « G » et ajouter le panneau signalitique du coude de la route qui signifie non au prolongement d'un quatriéme mandat, une stratégie du pouvoir pour garder sa place au gouvernement.

Dans l'énocé « Le peuple veut un président pas une puce Mobilis » la langue maitresse est l'arabe classique, l'alternance se trouve au niveau de deux mots le premier est en arabe algérien « Machi », le second est en français « Puce », mais d'après la pacarte celui qui est mis en évidence est le second, son synonyme est « Carte SIM » une carte télephonique qui permet de preserver des informations et d'éfectuer des appels.

• **L'alternance interphrastique :** *« suppose une alternance d'énoncés produit dans des langues différentes »* (Ibtissam Chachou : 2013 : 39). Par l'interphrastique donc est désigné le passage d'une langue a une autre à la lisière d'une phrase ou d'un énoncé.

Pancarte 11

Traduction de la partie en anglais : L'été arrive.

« Summer is comming, libérez Club des Pins » sur cette pancarte, il y a une alternance interphrastique, la première partie est en anglais, alors que la seconde est en français, l'Hashtag a pour but de mettre en relief le mot « arrive », qui fait pression au système afin de quitter le pouvoir, «Club des Pins » est une fondation touristique au bord de la mer située à l'ouest d'Alger. Sur le plan de la forme les couleurs utilisés sont vives, elles apparaissent sur les parasols et les maillots de bain durant la période estivale.

Dans les pancartes que nous avons analysé l'alternance codique intraphrastique se trouve au niveau des deux premières pancartes, en outre dans la dernière pancarte il s'agit d'alternance interphrastique, les langues que nous avons relevées ici sont l'arabe algérien, l'arabe institutionnel, l'Anglais et le Français c'est surtout cette dernière qui domine, alors que nous n'avons trouvé aucune pancarte incluant le berbère en alternance a d'autres langues.

Les confectionneurs de ces pancartes utilisent l'alternance codique comme un moyen pour élaborer des message simples et percutants, riches et créatifs, ayant accès à un choix considérable de langues locales et étrangères qu'ils manient avec leurs formules de

connivences, ce mixage linguistique relève donc de la diversité linguistique mais aussi culturelles des Algériens. Ce que nous avons remarqué est que l'alternance telle qu'elle se présente dans les pancartes ainsi que les langues utilisées se manifestent de la même manière que dans les conversations courantes, ce qui témoigne du caractère informel, populaire et familier de ces productions langagières.

• **L'alternance extraphrastique :** les segments alternés sont des locutions idiomatiques ou des proverbes.

3.2 L'interférence linguistique

L'interférence est l'utilisation des aspects spécifiques d'une langue dans l'usage d'une autre langue, au-delà c'est la migration des systèmes de la langue maternelle vers la langue étrangère qui en est la cause. L'emploi de la langue maternelle depuis un âge précoce par l'apprenant fait qu'il en garde toutes les coutumes langagières de celle-ci, c'est un mode de communication des plus naturels. Donc depuis l'enfance la langue est attachée à la façon de penser du sujet. On peut en conclure que L'interférence qualifie l'un des soucis d'apprentissages dans lesquels l'apprenti déplace des éléments phonétiques, morphosyntaxiques, syntaxiques ou lexicaux de la langue connue à la langue cible.

La seule interférence que nous avons trouvée est dans le message linguistique de la Pancarte 9 (qui se trouve dans la page 40).

« Laissez-moi me reposer en paix please » en observant cette phrase, on voit que l'interférence se trouve dans l'ajout du « me », car en langue française on dit « reposer en paix »

3.3 L'emprunt linguistique

Dans toutes les contrées du monde, il y a de multiples termes qui effectuent et réalisent de fabuleux voyages, engageant avec eux des composants linguistiques, peu distincts, toutefois, non moins puissants, ces « mots voyageurs » ne sont autres que les emprunts.

Le mot emprunt renvoie à des éléments linguistiques qu'une communauté adopte d'une autre communauté, d'autant plus l'emprunt désigne l'expression adopté par la langue d'accueil, ainsi il peut afficher un procédé de développement linguistique en permettant aux langues de conserver leur ardeur, d'évoluer et de s'innover, ce qui n'est pas mauvais mais plutôt nécessaire voire vital, néanmoins, ce procédé est chargé d'attirer des intentions distinctes.

Pancarte 12

Traduction : Le cadre est tombé il reste les clous.

La pancarte affiche un cadre a l'horizentale, auquel on tente d'arracher des clous tordue avec un arrache-clous, en l'interprétant de prés, on constate que celui qui est désigné par le cadre est le président Bouteflika, si il a été sobriqué ainsi c'est par référence a un président absent affaiblie par la maladies, alors cette objet remplace sa présence physique dans les sphéres officielle mais aussi a la tv. Alors que par les clous sont désignés les membres du FLN, qui après la démission de Bouteflika, tentent par tous les moyens d'imposer leurs tyranie au peuple de maniére a maintenir leur place au pouvoir.

Dans la pancarte suivante, il y a un emprunt il s'agit du mot « cadre » emprunté à la langue francaise, il est inséré dans une phrase en arabe algérien. Cepandant, il s'agit d'un emprunt léxicalisé étant donné qu'il se plie à la dérivation car ici il est écrit « el cadre » alors que la forme corréspondant au français est « le cadre », le prolongement de ce mot est dû à son emplacement dans la phrase, il nous parait en quelque sorte accordé aux autres mots de cette phrase. Mais il est à noter que ces emprunts obéissent à des régles d'integration, si « el » est l'équivalent en français de l'article « le », il ne se joint pas automatiquement à la production des mots en arabe algérien, mais utilisé dans le cas des emprunts au français.

3.4 La néologie

La néologie est un aspect récent dans le langage, une façon nouvelle de s'exprimer, ce phénomène est apparent dans toutes les langues vivantes, en inventant de nouveaux termes, la néologie sert à enrichir n'importe quelle langue avec de nouvelles notions. La néologie dans un sens large, est une procédure d'innovation linguistique, l'unité créée s'appelle donc néologisme. La création se fait individuellement et subjectivement par une personne dans une situation spécifique, mais il est difficile de délimiter ce phénomène car il se plie à la volonté du changement selon les circonstances, le temps, les événements, etc. Cependant, grâce à la néologie une langue peut être garnie de termes qui lui manquent.

Pancarte 13

Traduction des mots en arabe : on ne conte pas nous arréter, que dieu te guérisse, Monsieur Bouragaa.

La premiére chose qui attire l'attension dans cette pancarte c'est sa forme, les couleurs varient entre le rouge, le noir, le bleu, le vert, le rose, le gris, le orange et le blanc, certains mots sont écrit avec une seul couleur alors que d'autres dans un mélange de deux ou trois couleurs. L'en téte « Ici c'est Oran », et la seconde partie du texte « On ne compte pas nous arréter, que dieu te guérisse Monsieur Bouragaa » sont entiérement écrit en lettre capitale, quand a la phrase « Qu'il pleuve, qu'il vent, qu'il Tonne » appart les initiales du premier et dernier mot qui sont écrit en majiscule le reste est en miniscule.

Dans cette pancarte, la conception néologique se trouve dans le mot « hirakistes » sémantiquement, ce néologisme est un prolongement du mot Hirak qui désigne la plupart des mouvements de contestation du monde arabe notamment celui de l'Egypte, il a été adopté en Algérie, de ce fait « hirakistes » représente les marcheurs ou les contestataires. Graphiquement la terminaison « istes » nous rappel vivement la terminaison des mots français qui en général caractérise les personnes engagées à une cause ou un mouvement culturel ou artistique comme : marxiste, féministe, populiste... Etc. Pour ce qui est du mot « Allah » il s'agit d'un emprunt intégré à la langue française.

Pancarte 14

Traduction des mots en arabe : La colle qui tient 20 ans.

Sur la pancarte s'affiche un tube de colle, le mot « Nouveau » écrit à l'intérieure du rectangle rouge nous informe qu'il s'agit d'un nouveau produit. En l'interprétant de prés on voit une reprise des identifiants de la célèbre colle Pattex, que ce soit sur le plan de la forme du tube, et des couleurs utilisées : le noir, le jaune, le blanc et le rouge, les énoncés qui s'affichent sur le tube sont les même que ceux qui se trouve au-dessous, « Boutelsika » est un bricolage fait sur le nom Bouteflika, « la colle qui tient 20ans » renvoi a la durée de son mandat. Le recours à l'ironie dans la conception de cette pancarte se voit nettement par la reprise du tube de colle Pattex et le remodelage du nom du président.

Dans cette pancarte la néologie se situe au niveau du terme « Boutelsika », la formation de ce procédé a nécessité le recours à la combinaison de deux mots : Bouteflika (nom du président algérien) et leska (un mot de l'arabe qui veut dire en français colle), à la déformation graphique et morphologique (leska qui donne telsika forgé dans le moule de « teflika ») pour donner naissance à un mot inédit qui s'avère être une nouvelle nomination de Bouteflika.

Les deux pancartes que nous venons d'analyser nous ont permis de relever certaines particularités ainsi que le rôle crucial qu'on joué ces créations lexicales dans le mouvement populaire algérien, principalement utilisées pour énumérer de nouvelles réalités, « hirakistes » qui a connu un grand essor mêmes aux yeux des étrangers, très utilisé pour désigner ce peuple qui manifeste, et « Boutelsika » formé par soif de parodier la réalité et décrire ironiquement le président Bouteflika.

L'agencement de la néologie dans ces pancartes se révèle nettement sur trois langues l'arabe algérien, l'arabe institutionnel, le français ce qui a favorisé la conception de nouvelles unités linguistiques, des unités hybrides dont la présence est très significative.

Conclusion partielle

L'observation de notre corpus nous permet de dire que l'enjeu des pancartes étant la réussite de la communication, et comme nous l'avons fait remarquer plus haut, de nombreuses langues y sont utilisées, nous citons l'arabe algérien, l'arabe institutionnel, le berbère, ainsi que les langues étrangères comme le français et l'anglais, ces différents registres de langues varient en fonction du message émis, à l'exception de certaines pancartes bilingues ou plurilingues ou un seul énoncé se trouve rédigé en plusieurs langues dans le but d'atteindre le plus grand public. En sus du plurilinguisme, les phénomènes d'alternance codique, d'emprunt, et de néologie sont des stratégies linguistiques facilitant la communication.

Chapitre III

Analyse de l'aspect rhétorique des pancartes

Introduction partielle

Dans ce dernier chapitre, nous commencerons par la présentation hiérarchique des axes fortement utilisés dans les pancartes du Hirak à savoir : les procédés de la rhétorique en général, l'humour et l'ironie en particulier. Afin de répondre aux questions de la problématique, notre travail va porter sur une analyse des différents procédés relevés dans notre sélection du corpus, ces derniers peuvent avoir une mise en forme linguistique ou iconique ou bien les deux à la fois.

1. Procédés de la rhétorique

Selon le site https://www.espacefrancais.com/les-figures-de-style/, la rhétorique compte plusieurs procédés que nous citerons et définirons –selon le même site- puis illustrerons à chaque fois par des pancartes contenues dans notre corpus ; chaque pancarte sera décrite sommairement. Nous relèverons par la suite, le procédé en question et démontrerons par l'analyse, en quoi, il s'agit bien dudit procédé.

Le site auquel nous nous référons, distingue deux types de figure : les figures de l'analogie et les figures de l'opposition, chaque type comprend un certain nombre de procédés. Nous commençons notre analyse par les différents procédés d'analogie.

1.1.Les figures de l'analogie

1.1.1. La comparaison

C'est une figure de sens qui permet de rapprocher deux réalités homogènes, elle établit un rapprochement entre deux termes : le comparé (l'élément dont on parle effectivement) et le comparant : ce à quoi on compare, à partir d'un élément qui leurs est en commun. Trois éléments sont nécessaires dans l'énoncé : le comparé, l'outil de comparaison et le comparant, cependant on peut y ajouter le point commun. Nous avons relevé les pancartes suivantes :

Pancarte 01

Chapitre III : Analyse de l'aspect rhétorique des pancartes

La photo a été prise lors du 4e vendredi du Hirak en date du 15 mars 2019 à Alger. La pancarte comporte un message scripto-visuel : un message linguistique en haut et en bas du support et un énoncé iconique représentant une boite de camembert au centre. Il s'agit d'une comparaison d'infériorité induite par l'outil de comparaison : « moins que ». Le comparé ici c'est le CAMEMBERT et le comparant c'est le système corrompu que le peuple veut voir partir. On aurait pu comparer le système au fromage (et pas l'inverse), mais la pancarte a été construite ainsi pour accentuer l'idée de la puanteur du système. Il ne s'agit, évidemment pas de mauvaise odeur effective, mais d'une parodie rappelant les expressions ironiques telles que « ne pas sentir la rose » ou mieux encore, « système pourri ».

Il y a une part d'allégorie dans cette pancarte dans la mesure où le fromage est une représentation concrète et la puanteur du système est une chose abstraite étant donné qu'on ne sent pas cette odeur mais on en a bel et bien vu et vécu les conséquences y résultant. Le message à passer est la **mégestion** des biens de l'Etat, l'immaturité et la mauvaise foi des gouvernants.

Pancarte 02

Le 11 Mars 2019, voyant les oppositions massives de la rue à sa candidature, une information circule : Bouteflika renonce au cinquième mandat et au même temps annule les élections prévues pour le 18 Avril, sans pour autant arrêter une date pour le prochain scrutin. Une mise en scène parmi tant d'autres auxquelles le peuple s'est habitué. Pour exprimer sa colère en dépit de cette ruse inédite, le peuple continue son combat coûte que coûte, les algériens ont réinvesti les rues avec, pour armes, des pancartes ajustées à la nouvelle donne.

Au menu de cette pancarte : « ce n'est pas un match de football, non aux prolongations », entre les algériens et le foot il y a une grande histoire d'amour, au Hirak, ce sport a servi comme un instrument de lutte politique, ainsi dans cette affiche l'auteur a misé sur la comparaison footballistique pour mettre à nu de façon implicite les manœuvres du système, l'expression « non aux prolongations » est transcrite à l'encre rouge pour être mise en valeur, le texte est soutenu par l'image visuelle avec, au-dessus, l'expression « time out »,qui, dans un match de foot, veut dire :arrêt de jeu, dans la pancarte, cela vise les hommes politiques et sous-entend :

« quittez le pouvoir, pas de prolongement du quatrième mandat », comme refus de la stratégie du système pour continuer à garder les rênes du pouvoir, tout en maintenant Bouteflika sans passer par des élections effectives.

1.1.2. La métaphore

La métaphore est une comparaison à laquelle il manque un élément. Elle établit une assimilation entre deux termes, une métaphore peut être annoncée, directe ou filée.

a. **La métaphore annoncée :** Elle est caractérisée par le fait que le comparé et le comparant sont rassemblés dans un même énoncé sans terme de comparaison.
b. **La métaphore directe :** Une métaphore est dite directe quand seul le comparant est exprimé.
c. **La métaphore filée** : Il s'agit d'une suite de métaphores sur le même thème.
d. **Les clichés** : Ce sont les métaphores passées dans le langage courant.

Voici quelques illustrations puisées de notre corpus, où il s'agit de métaphore :

Pancarte 03

Cette pancarte est apparue le 34ᵉvendredi en date du 11 octobre 2019 dans la wilaya d'Oran. On remarque la représentation du vote électoral en présence du système sous forme de paquet de tabac, cela met en relief le caractère nocif du système à la continuité du mouvement populaire.

Il s'agit d'une métaphore annoncée, le comparant est représenté de façon iconique, c'est le tabac, le comparé c'est le système, l'outil de comparaison n'est pas énoncé. Cette pancarte comporte aussi le procédé de l'allégorie étant donné que celle-ci représente le système en le comparant au tabac.
Le but est de faire passer un message aux personnes visées.

e. L'allégorie : elle représente de façon imagée (par des éléments descriptifs ou narratifs) les divers aspects d'une idée, qu'elle rend moins abstraite. La pancarte précédente peut être considérée comme une allégorie, puisqu'elle « matérialise » la nuisance du système en le comparant au tabac.

f. La personnification : elle représente une chose ou une idée sous les traits d'une personne**.**

Pancarte 04

Cette pancarte a été prise le19 mars 2019, lors de la participation des médecins aux manifestations de la révolution du sourire. Suite à la confirmation de l'ancien président de rester au pouvoir au-delà de son quatrième mandat.

Il est question d'une personnification, le dessin est une représentation d'une dent où on remarque que cette dernière est une illustration de la tête de l'ex-président, ajoutant à cela, le message linguistique qui vient compléter le dessin en affirmant le départ définitif d'Abdelaziz Bouteflika.

Le dessin a pour but la dénonciation, il marque la prise de conscience du peuple. Son originalité porte sur la clarté de son sens. Il faut remarquer que l'expression : « ni couronne, ni bridge », bien que les mots la composant fassent partie du jargon des dentistes (la couronne et le bridge sont des prothèses dentaires), ces mots sont employés ironiquement et sous-entendent, que le peuple ne veut ni de la monarchie bouteflikienne qui ne dit pas son nom-pour la couronne-, ni d'un autre président du même système –pour le bridge-.

Pancarte 05

La présente pancarte a été prise à la wilaya de Tizi-Ouzou le 04 octobre 2019. On remarque qu'elle contient plusieurs slogans répétés dans trois langues différentes, on remarque au milieu de la pancarte deux dessins caricaturaux réalistes.

D'une part, il est question du cadre de l'ancien président en place et qui sur le point de tomber. D'autre part, ce cadre est maintenu par une seul vis cette dernière est une personnification accentuée des traits de visage du chef d'Etat-Major.

Donc, la vis est un élément inanimé avec des caractéristiques humaines. L'humour ici raille ce président absent et omniprésent, tandis que la référence aux clous tourne en ridicule ses laudateurs. Le rôle du dessin ici est de provoquer et de donner à réfléchir à l'esprit critique. Son originalité réside dans son degré de vérité.

Pancarte 06

La pancarte ci-dessus correspond à une personnification d'une chaussure en la personne au chef d'Etat-Major, ce dernier est représenté sous forme d'une chaussure militaire « rangers » comportant des caractéristiques humaines à noter les mains et les oreilles. On arrive à reconnaitre la personnalité par deux faits : la chaussure militaire, la lecture de discours et les oreilles bouchées. Le message que dégage cette pancarte est que le chef militaire en question n'écoute pas les revendications du peuple et prononce des discours qui ne correspondent pas aux circonstances. C'est un dessin intelligent, étudié et surtout d'actualité, apparu au 29^{e} vendredi en date du 06 septembre 2019 à Oran.

1.2.Les figures de l'opposition

Ce second type de figures rhétoriques n'établit pas d'analogie entre le comparant et le comparé, il marque au contraire l'opposition entre eux. On y distingue quatre procédés :

1.2.1. L'antithèse

La figure de l'antithèse oppose très fortement deux termes ou deux ensembles de termes. Exemple du slogan « madaniya machi 3askariya », nous pouvons aussi le remarqué dans les pancartes sous le numéro 03 et 05 qui sont déjà analysées dans le chapitre 2, et qui sont de bons exemples pour ce procédé.

1.2.2. L'oxymore

C'est la réunion surprenante dans une même expression de deux termes contradictoires comme « pays riche, peuple pauvre », l'oxymore sert de support éventuel à l'antithèse.

Nous n'avons pas trouvé de pancartes contenant ce procédé.

1.2.3. Le chiasme

Le chiasme, joue sur quatre termes au minimum. Ces termes d'une double formulation y sont inversés AB/B'A'. Comme « vous êtes aujourd'hui ce qu'autrefois je fus ». Selon le site Eure et loir environnement, le procédé fonctionne ici sous la forme : sujet+verbe+c.c de temps/ c.c de temps + sujet+verbe. Nous n'avons pas trouvé de pancartes pour ce procédé.

1.3.Les figures de l'atténuation

Comme leur nom l'indique, ce sont des figures qui tendent à atténuer ou la forme ou le contenu de l'énoncé

1.3.1. La litote

C'est une figure qui exprime le plus de sens, en disant le moins de mot souvent à la forme négative. La litote permet implicitement d'exprimer beaucoup plus qu'il n'est dit. Exemple du slogan : « système dégage » au lieu de : « le peuple veut que le système quitte le pouvoir ». Nous n'avons pas trouvé de pancartes pour illustré ce procédé.

1.3.2. L'euphémisme

L'euphémisme est un procédé qui atténue d'expression, d'une idée ou d'un sentiment, souvent pour en voiler le caractère déplaisant. Par exemple : « il nous a quittés », au lieu de dire « il est mort », ou bien « j'ai deux mots à lui dire » au lieu de dire « j'ai des reproches à lui faire ».Nous n'avons pas trouvé de pancartes contenant ledit procédé.

2. Les procédés de l'humour

Selon LOUDJANI, Imane, et KHOUALDI, Sonia (2016 :14).

2.1.La répétition

Elle se définit comme un « ***procédé consistant à employer plusieurs fois un terme de manière à souligner celui-ci*** » FOREST et CONIO (2004 :352). Cependant, pour BERGSON,

répéter tout simplement un mot n'engendre pas un effet risible, la répétition fait rire lorsqu'elle « *symbolise un certains jeu particulier d'éléments moraux, symbole lui-même d'un jeu tout matériel* » (2012 :55). En fait, la répétition, comme procédé humoristique ne se limite pas uniquement à un mot, ou un personnage, mais elle concerne aussi une situation.

Pancarte 07

C'est une photographie d'un petit enfant qui lève devant lui une pancarte où il y a une représentation iconique d'une main dessinée en filigrane doigts repliés avec l'index et le majeur formant un V.

On remarque la répétition du terme « سلمية », « pacifique », écrit en grand format au centre de la pancarte, et cinq autres « سلمية »en petits caractères, sont ajoutés en arrière-plan. Le dessin de la main renvoie au geste qui est censé mimer le mot victoire ce qui explique pourquoi se référer à la lettre v.

Le but de cette répétition est une représentation d'un trait dans le domaine politique, comme c'est devenu un trait des manifestations d'Algérie actuelles. Ce pacifisme est venu contredire tous ceux qui décrivaient les Algériens de dépolitisée, résignée et atone.

2.2.Le ridicule

Une personne devient ridicule suite à l'adoption d'une certaine disposition particulière dans une société, en effet, le ridicule résulte d'un décalage entre la personne et le contexte moral, religieux ou scientifique. Le ridicule provoque ainsi le rire, « *nous rions toutes les fois que notre attention est détournée sur le physique d'une personne, alors que le moral était en cause* » BERGSON (2012 :87).

Pancarte 08

Cette pancarte est une reprise du titre d'un film western à la sauce algérienne. Elle témoigne d'une créativité et d'un sens aiguisé de l'humour.

Grace à cet humour, les manifestants ont réussi à faire passer leurs messages et à donner à ces bureaucrates un air bête et ridicule comme on peut bien le voir dans la pancarte avec les noms attribué à chacun de ces personnes. Le moyen langagier qui est utilisé pour les tournés en dérision c'est : les appellatifs.

Le but ici est de dénigrer et ridiculiser les personnages dont les têtes ont été placées sur les corps des vrais acteurs du film. C'est une manière que les manifestants utilisent pour réclamer le départ des caciques du régime qui gravitent autour de la présidence algérienne.

2.3.L'exagération et l'absurdité

C'est un autre procédé qui peut exprimer l'humour. Selon BERGSON (ibid. : 95), exagérer c'est « *parler des petites choses comme si elles étaient grandes […] l'exagération est comique quand elle est prolongée et surtout quand elle est ! systématique : c'est alors, en effet,*

qu'elle apparait comme un procédé de transposition ». Toutefois, l'exagération peut être exprimée par l'hyperbole.

Tandis que l'absurdité représente le caractère de ce qui est absurde, le contraire de la raison. BERGSON constate d'ailleurs qu'*« on obtiendra un mot comique en insérant une idée dans un moule de phrase consacrée*» (2012 :87).

Pancarte 09

Cette photo a été prise le 5 mars 2019, lors d'une manifestation à Alger. Dans cette pancarte, on remarque l'ex-président Bouteflika transformé en statue bouddha, sous son trône on voit bien trois membres de l'ancien système à savoir Ali Haddad, Ahmed Ouyahia et le frère du président Saïd Bouteflika signifiant ainsi que c'est eux qui le soulève.

Il y'a une part d'exagération et d'absurdité dans ce dessin renforcé par un jeu de mots transformant ainsi le début du nom de l'ex-président (Boutef) en BOUDDHA. En fait, l'exagération réside dans le fait de faire passer le personnage pour Boudha, qui, rappelons-le est immortel et se réincarne perpétuellement.

2.4.Les jeux de mots

C'est un moyen amusant qui permet de faire passer de l'humour dans un discours « *le jeu de mots nous fait plutôt penser à un laisser-aller du langage, qui obtiendrait un instant sa destination véritable et prétendrait maintenant régler les choses sur lui, au lieu de se régler sur elle* » RICLENS et POURCHOT (2003 :153).

C'est un procédé linguistique qui se fonde sur la ressemblance phonique des mots indépendamment de leur graphie et vise à amuser l'auditoire par l'équivoque qu'il engendre.

Pancarte 10

La pancarte comporte deux éléments. D'une part, le dessin caricatural qui est placé au centre, ce dernier montre le chef d'état-major assis sur un fauteuil sur ses genoux Abdelkader Bensalah ancien président par intérim de la République d'Algérie.
D'autre part, il y a le message linguistique où on remarque un jeu de mots dans le nom de famille détourant ou déformant celui-ci en « IBEN » signifiant ainsi « fils ».
Le but ici dans ce jeu de mots est le rejet qui est bien affirmé par la négation exprimée par le message écrit dans les deux langues à savoir l'arabe et le français en bas de la pancarte.

3. Les procédés de l'ironie

D'après le site cloudfront.net.

3.1.L'antiphrase

C'est une figure de style qui consiste à employer un mot, une locution ou une phrase, dans un sens contraire à sa véritable signification. En effet, elle consiste à exprimer une phrase positive, en sous-entendant son contraire. De plus, le contexte joue un grand rôle, puisque la condition de formation d'une antiphrase reste liée à l'état d'esprit du locuteur et celui-ci doit vouloir exprimer de manière détournée et inverse ce qu'il pense et qui reste dissimulé à son interlocuteur. Pour POUGEOISE, « *l'antiphrase est une […] figure de style qui consiste à employer (le plus souvent par ironie ou par euphémisme) un mot, une expression ou une phrase,*

dans un sens contraire à sa véritable signification : en parlant d'un fripon homme, on peut dire par antiphrase "cet honnête homme.» (2001 :44). Prenons pour exemple cette phrase « quelle générosité » pour souligner la mesquinerie de quelqu'un.

Nous n'avons pas trouvé de pancartes contenant ce procédé.

3.2. L'hyperbole

C'est la principale figure de style de l'exagération et le support essentiel de l'ironie. Elle consiste à exagérer le sens d'une idée ou d'une réalité par répétition d'éléments de même portée. De plus, l'hyperbole peut se compléter avec de nombreuses autres figures comme la métaphore, la comparaison, la métonymie ou encore l'allégorie. Tandis qu'elle s'oppose catégoriquement à la litote. Elle peut magnifier ou rabaisser, dégrader et diminuer une personne, un acte ou un événement, etc.

Pancarte 11

La photo a été prise vendredi 22 mars 2019, lors du rassemblement à la Grande Poste d'Alger. Et comme chaque semaine, les manifestants ont révélé toute leur créativité et leur humour dans leurs messages et slogans appelant système en place à quitter le pouvoir.

Cette pancarte à première vue donne déjà le ton. On voit une femme mettre dans une benne à ordures des membres du clan Bouteflika, qui se compose, entre autres, de l'ancien Premier ministre algérien Ahmed Ouyahia et du leader du syndicat UGTA, Abdelmadjid Sidi Said.

Sur la benne on remarque un message linguistique « non recyclable » accompagné de signe de recyclage cela est une sorte de comparaison des anciens dirigeants à de l'ordure qui ne peut être recyclé. Le message que dégage ce dessin repose sur la nécessité du départ de ce système.

3.3.La litote

C'est une figure de rhétorique qui consiste à déguiser sa pensée de façon à la faire deviner suscitant ainsi chez le récepteur un sens beaucoup plus fort que n'aurait fait la même idée exprimée en toute simplicité. Elle est une figure inverse, qui tend à tout diminuer.

Pancarte 12

L'objet iconique est à l'origine l'acteur Athmane Ariouet dans le film ″ Taxi Clandestin ″, tiré des archives du cinéma algérien, où ce personnage menaçait de frapper le conducteur de taxi qui le conduisait à Alger la veille du mois sacré. Depuis, cette image a été reprise dans différents contextes elle agit comme une photo commentaire, dans cette pancarte elle illustre implicitement le peuple algérien qui s'apprête à chasser le pouvoir.

Le message linguistique « Il ne faut pas que tu rajoutes un mandat », est une reformulation de la célèbre phrase de Ariouet dans le même film cité précédemment « faut pas tekdeb (que tu mentes) », la première partie « faut pas » est gardé tel quelle, alors que la seconde partie « tekdeb » est remplacé par « tzid mandat » ici elle exprime le refus d'un cinquième mandat de Bouteflika, d'ailleurs, l'accent est mis sur « Faut pas », il est écrit en rouge couleur imposante.

L'objet iconique vient renforcer, compléter et préciser la signification du message linguistique, l'association entre les deux permet d'émettre des revendications de façon humoristique.

Le procédé exprime la négation ou le refus en utilisant le terme « faut pas ».

3.4.La parodie

Elle apparaît dans la Poétique d'Aristote, comme une figure ponctuelle. C'est une manifestation d'une habitude fondamentale dans les cultures humaines, qui est de redire et de travestir, forme essentielle du rire. Elle s'inscrit dans un jeu d'appropriation.

Pancarte 13

Dans cette pancarte la créativité est sans limites, elle affiche huit logos et marques de différentes références socioculturelles détournées. La première, est ″Coca-Cola‶une marque de soda populaire originaire de l'Amérique du nord, détourné en ″ El Cadre-Coula. Le cadre est un sobriquet octroyer à Bouteflika, il a fait sa véritable apparition en Algérie le 5 Juillet 2018, lors d'une émission en direct à la télévision dans la place de ″la garde républicaine‶ des authentiques étrangers et algériens, depuis on voit ce cadre partout, il est synonyme d'un président absent.

En ce qui concerne l'énoncé ″ coula ″ réfère à la chute de l'ex président en place.

La deuxième, est ″FILs‶ qui est à l'origine une marque de chaussure Italienne détourné en ″ Filez‶, c'est-à-dire partais quitter le gouvernement.

La troisième, est ″ Tommy Hilfiger‶ l'entreprise américaine de fabrique de vêtements, chaussures, articles d'ameublements, accessoires, et parfums de grande qualité détourné en ″Bouteflika HakFinger‶, cette phrase veut dire ″ Bouteflika tient ce doit‶, en Algérie cela est une insulte.

La quatrième, est la marque ″VOLVO‶ originaire Suédoise, elle se charge de fabrication de voitures, camions, autocars, engins de chantiers, autobus, et des moteurs marins détournés en ″ Voleurs‶.

La cinquième, ″ SAMSUNG‶une marque originaire de la Corée du Sud, particularisé dans la fabrique de téléphones mobiles, électroménager... etc., détourné en ″ Samtine‶un mot de l'arabe algérien écrit en Français qui veut dire ″ embêtant‶.

La sixième, est ″ NUTELLA‶la célèbre marque de pâte à tartiner dont tout le monde raffole créer dans une région Italienne, détourné en ″ nullité‶.

La septième, ″ Kappa‶ une marque Italienne d'équipements sportifs détournés en ″ incapables‶.

La huitième et dernière, ″ Burger King‶une chaine de Fast-Food d'origine américaine, mais qui s'étale dans plusieurs pays du monde, détourné en ″ Burgle King‶sa traduction en Français ″roi du cambriolage‶.

Cette pancarte représente la voix d'un peuple audacieux, qui recourt à l'ironie pour insulter, exacerber sa colère et son d'égout envers cette catégorie de gens qui n'ont aucun projet pour la nation appart la destruction des richesses, les messages sont puissant les mots choisie appartiennent à un registre familier et populaire, exprimé en langues algérienne, en langues étrangères, dans un mélange ou en alternance entre les deux, passés via des marques, des thèmes hors contexte un véritable impacte de la culture, et des médias internationaux.

Pancarte 14

La présente pancarte est un détournement d'un produit consommable et commercial en l'occurrence « le yaourt Activia », le procédé écrit en rouge « cons » est un adjectif péjoratif qui fait allusion aux gouverneurs du pays. Au milieu de la pancarte nous avons un dessin de la carte d'Algérie présentée sous forme de système digestif ce dernier comporte les noms des partis politiques, il y'a une part de personnification dans cette dernière dans le sens ou le système digestif concerne l'être humain. Le réalisateur de cette pancarte met en valeur le Hirak et le nomme de « SILMO (pacifique)-THERAPIE » et le considère comme remède. Ainsi, on remarque l'imitation prise du pot de yaourt.

3.5.Le pastiche

C'est l'imitation minutieuse du style d'un écrivain, d'un auteur ou d'un artiste reproduisant ainsi les formes et les contours de ses phrases.

Pancarte 15

Cette pancarte à l'originalité cocasse et au ton sarcastique, fait partie des nombreuses autres qui ont représentées les anciens membres du système.
Dans cette pancarte on remarque d'une part que les dirigeants algériens sont tournés en dérision, de l'autre le réalisateur de cette dernière cite un extrait d'un des titres engagés du chanteur Amazigh KATEB. En effet, nous pouvons voir en-dessous le portrait de plusieurs alliés de l'ex président en place, affublés d'oreilles et de nez de chien.
L'intérêt de ce procédé ironique et en fait l'acte de critiquer, il est question d'un changement radical.

Conclusion partielle

Ce chapitre a permis de démontrer que la pancarte peut engendrer une signification et une appréhension des messages véhiculés vers le lecteur avec beaucoup plus d'harmonie. Le dessin caricatural considéré comme un moyen d'expression et de communication et ce, grâce à l'analyse des différents procédés (rhétorique, humoristique et ironique).

En effet, nous avons trouvé que l'énoncé linguistique dirige et aide le lecteur pour compléter le sens iconique. Enfin, chaque procédé relevé dans les pancartes véhicule et transmet une signification précise.

Chapitre III : Analyse de l’aspect rhétorique des pancartes

Conclusion Générale

Conclusion Générale

Nous arrivons à l'étape finale de notre travail de recherche où nous tenterons de présenter les principaux résultats obtenus.

Nous avons conçu notre travail de recherche autour d'une question centrale : Comment sont construites les pancartes brandies lors du Hirak ? Pour y répondre, nous avons combiné deux approches, à noter la sociolinguistique et la rhétorique.

D'après l'analyse de notre corpus, nous estimons que cette dernière nous a apporter des réponses à nos questions et interrogations posées dans notre problématique. Ce qui nous a tolérée de revoir nos hypothèses proposées au début de notre travail de recherche.

En premier lieu, notre hypothèse a été confirmée d'après l'analyse de notre corpus. Certaines pancartes du hirak sont écrites dans les trois langues en présences, tandis que d'autres comportent une seuls de ces langues, toutefois, le choix de langues renvoi à un acte personnel comme parfois la langue s'impose lorsqu'il s'agit d'un détournement d'une référence, comme c'est une stratégie où le contestataire a pour objectif de faire passer un message, dénoncer et critiquer.

La deuxième hypothèse, consiste à confirmer si les procédés rhétoriques employés dans lesdites pancartes se manifestent par des moyens linguistiques ou iconiques. Nous avons constaté que ces procédés se manifestent à travers les deux moyens et que ces derniers viennent se compléter et solidifier le message à transmettre.

Nous avons constaté que les pancartes peuvent ne comporter qu'un message linguistique mais elles peuvent aussi être constituées, à la fois, d'un message verbal et d'un message iconique reflétant une pensée, une idée ou une opinion, elle est un outil conçu pour communiquer, informer et dénoncer.

De ce fait, la combinaison de ces deux approches ainsi que le choix du corpus nous ont permis d'apporter une différence par rapport aux études qui ont été faites sur la situation sociolinguistique de l'Algérie et sur les procédés présents dans les pancartes révolutionnaires. Ces approches nous ont permis de dégager les différents éléments de la pancarte pour représenter la réalité.

A travers cette étude, nous sommes arrivées à confirmer que les pancartes du Hirak font preuve d'une part, de beaucoup de créativité langagière qu'elles soient écrites en arabe, en français, en tamazight et en dialecte algérien ; les slogans que comportent ces pancartes sont

aussi variés que réfléchis. Et d'autre part, d'inventivité iconique exprimant ainsi de manière distincte et éclatante une profondeur politique singulière.

Nous avons pu démontrer tout au long de notre travail, qu'il existe une relation de complémentarité dans certaines pancartes entre les énoncés langagiers et les différents procédés que comportent ces pancartes, et la combinaison entre eux, renforce le sens du message qui véhicule une réalité quotidienne.

Nous avons pu voir que les slogans écrits dans différentes langues ainsi que les procédés (rhétoriques, humoristiques et ironiques) illustrés dans les dessins caricaturaux présents dans les pancartes fonctionnent comme un instrument essentiel, qui a permis aux manifestants de construire et d'exprimer leurs opinions.

D'ailleurs, nous avons relevé sept phénomènes sociolinguistiques dans les pancartes analysées : le monolinguisme, le bilinguisme, le plurilinguisme, l'alternance codique, l'interférence linguistique, la néologie, l'emprunt linguistique ; et différents procédés rhétoriques : la comparaison, la métaphore, la personnification, et procédés humoristiques : la répétition, le ridicule, l'exagération et l'absurdité, les jeux de mots ; et enfin, les procédés de l'ironie : l'hyperbole, la parodie, le pastiche, la litote.

Nous pouvons donc dire qu'hormis les phénomènes sociolinguistiques, les différents procédés qui constituent notre corpus se manifestent à la fois dans les éléments linguistiques et iconiques.

Au terme de notre travail de recherche, nous tenons également à préciser qu'il existe une relation entre les slogans et les dessins caricaturaux et les thèmes abordées dans les pancartes. Cette relation est claire du fait que les contestataires présentent leurs refus et leurs revendications d'une manière détournée, plaisante et captivante. Cependant il est à noter que les résultats obtenus ne sont applicables que sur notre corpus

Cette étude peut être une introduction à d'autres études et recherches concernant la créativité langagière et les différents procédés dans la pancarte.

Enfin, nous espérons avoir contribué, modestement, à la recherche scientifique par ce modeste travail, et que nous avons pu apporter quelques éléments de réponse à notre problématique. D'autres approches théoriques, telles que l'onomastique ou la sémiotique ou même la traductologie, offrent une bonne démarche et d'excellents outils d'analyse, des études

dans ce sens seraient intéressantes. Nous espérons que des recherches antérieures viendront approfondir et compléter notre analyse.

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrages

-Amossy, R. (2012), *L'argumentation dans le discours* (Paris : Armand Colin).

- Bayllon.C. (1991), *Sociolinguistique, société, langues et discours,* Paris, Nathan.

-Bergson, H. (2012), *Le rire. Essai sur la signification du comique.* Paris : Quadrige/PUF.

- CHACHOU, I. (2013), *La situation sociolinguistique de l'Algérie,* Paris, L'Harmattan.

- De Saussure, F. (1916), *Cours de linguistique générale,* Paris, Payott.

-Dubois, J &All. (1994), *Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage,* Paris, Larousse.

-Forest, P, et, Conio, G. (2004), *Dictionnaire fondamentale du français littéraire.* Paris : Maxilivre.

-Gumperz, John, J. (1989), *Engager la conversation,* Paris, Edition de minuit.

-Guiziou,D, M-C. *L'implicite dans le discours, Universidad de Las Pulmas de* G.C. (version pdf).

- Grandguillaume, G. (1989), *Arabisation et politique linguistique au Maghreb,* Maisonneuve et Larose, Paris, P.80 et 93.

-Hamers, J & M. Blanc. (1983), *Bilingualité et bilinguisme,* Bruxelles : Pierre Margada.

-Kerbrat- Orecchioni, C. (1998), *L'implicite*, Paris, Armand Colin.

-MAILLET, A. (1921), *L'état actuel des études de changement générales,* reprise dans linguistique historique en linguistique générale, Champion, Paris.

-Moreau, M- L. (1997), *Sociolinguistique concéptes de base*, Bruxelles Margada.

-Noguez, D. (1996), *L'arc- en- ciel des humeurs*. Paris : Editions littérature.

Thèses et mémoires

-AHADDAD, Nacima et ABOURI, Sonia, étude sémio-pragmatique du Discours Humoristique de Mohamed FELLAG : Cas des deux spectacles «Btaeau pour l'Australie et Djurdjurassique Bled », mémoire de master, 2015-2016, Université de Abderrahmane MIRA Bejaïa.

-Béatrice, PRIEGO-VALVERDE, L'humour Dans Les Interactions Conversationnelles : Jeux Et Enjeux, thèse de doctorat, 1999, Université Aix-Marseille.

-LOUDJANI, Imane et KHOUALDI, Sonia, L'humour dans la caricature de Ghilas Ainouche : Etude sémiotique, mémoire de master, 2016-2017, Université de Abderrahmane MIRA Bejaïa.

-LOUNICI, Mourad, Relation Texte-Image Dans La Caricature Editoriale d'Ali Dilem, mémoire de magister, 2009-2010, Université de Mostaganem.

- DIDIO Lucie, Une Approche Sémantico-Sémiotique De L'ironie, thèse de doctorat, Université de Limoges.

-TAIB, Mohamed et HAMIDI, Naouel, La force expressive des caricatures de Ghilas Ainouche : analyse semiolinguistique, mémoire de master, 2017-2018, Université de Abderrahmane MIRA Bejaïa.

-DURAND, Marie-Claire, L'implicite dans le discours, Guiziou*Universidad de Las Pulmas de* G.C

Sitographies

-Akram BELKAID, (2019), https://orientxxi.info/

-DURMARSAIS, (1967), https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00905487/document

-El Watan, 2019, https://www.lemonde.fr/afrique/article/2020/02/19/algerie-les-reseaux-sociaux-caisse-de-resonance-et-memoire-collective-du-hirak_6030077_3212.html?fbclid=IwAR1eJVV3Rq7XX

-Ekkehard Eggs, Rhétorique et argumentation : de l'ironie, *Rhetoric and Argumentation : on Irony*. Consulté le 20/04/2020, http://www.stavrotons.com/caricatures/introduction3.asp

-Jean-Philippe Watbled, L'ironie : quand vouloir dire ne veut pas dire vouloir dire, Université de La Réunion. Consulté le 15/03/2020, https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00905487/document

-Les figures de la rhétorique, consulté le 05/05/2020, https://www.espacefrancais.com/les-figures-de-style/

-Les procédés de l'ironie, version (pdf). Consulté le 20/05/2020, https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/53296bdc4d5f4.pdf&ved=2ahUKEwjnpJCPqNnrAhXQEcAKHTOUCc8QFjAMegQIBBAB&usg=AOvVaw0u126bBfz3FenijUoAnguw

-Le petit Larousse, https://journals.openedition.org/aad/219

-Radio Canada, les pancartes dans le hirak,algérien. Consulté le 15/03/2020. https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fici-radio--canada-ca.cdn.ampproject.org%2Fv%2Fs%2Fici.radio-canada.ca%2Famp%2F1157225%2Falgerie-artistes-etudiants-humour-contestation-cinquieme-mandat%3Famp_js_v%3Da2%26amp_gsa%3D1%26usqp%3Dmq331AQFKAGwASA%253D%26fbclid%3DIwAR3ZdfQc_STG0R2CRKaRrFpwVwxu3tzxXHP9QAzwJeERalMaadf-uM3alxs%23aoh%3D15991487242983%26referrer%3Dhttps%253A%252F%252Fwww.google.com%26amp_tf%3DSource%25C2%25A0%253A%2520%25251%2524s&h=AT2GvrXhZOWPLjsIyDHmzu2UjPD6Nx7uIeGrNpiiHbmEijKLFHPungJv8CaCvhxrIAC_RBNga_JGQPHGmIAd9tWY9i3fsECnG9a5stIgOaQwVMC2rBztIv0v6EqLeBqkafIoEA

-Ruth Amossy and Roselyne Koren, Rhétorique et argumentation: approches croisées, *Current Approaches to Rhetoric and Argumentation.* Consulté le 10/03/2020, https://journals.openedition.org/aad/561?lang=en

-Valérie Robert, Implicite, argumentation directe, argumentation indirecte, manipulation. Consulté le 08/04/2020, https://books.openedition.org/psn/6474

-Zoé Charle, pancarte révolutionnaire. Consulté le 10/04/2020, https://www.cairn.info/revue-mots-2020-1-page-21.htm

-Benazouz. N, Université M. Khider Biskra file:///C:/Users/user/Downloads/Sociolinguistique%20%202me%20LMd(1).pdf

-Rabeh SEBAA , *L'arabisation dans les sciences sociales : le cas Algérien.* ParisL'Armattan, 1996https://arlap.hypotheses.org/7953?fbclid=IwAR1eJVV3Rq7XXHkvPztNMcwC-ELfgZDyfhi2YFRN9molKeL4BZut6SF7bWw

-Khaoula TALEB IBRAHIMI, *les algériens et leurs langues,* El Hikma, 1997, P.216https://journals.openedition.org/anneemaghreb/305?fbclid=IwAR1eJVV3Rq7XXHkvPztNMcwC-ELfgZDyfhi2YFRN9molKeL4BZut6SF7bWw

-Ibtissam,CHACOU,
https://web.facebook.com/HuffPostAlgerie/posts/1201697956664583?_rdc=1&_rdr

-https://books.openedition.org/psn/6474

Annexes

Pancartes de l’analyse sociolinguistique

Pancartes de l’analyse rhétorique