

Les slogans de l'histoire révolutionnaire de la pensée algérienne Hirak ; un laboratoire linguistique des praxèmes en mutation ou en rupture : étude praxématique

The slogans of the revolutionary history of Algerian thought Hirak; a linguistic laboratory of praxemes in mutation or rupture: a praxematic study

Ouadi Nour-El-Houda^{1,*}

¹Université de Blida2 (Algérie), nour01ou@gmail.com/ene.ouadi@univ-blida2.dz

Reçu le : 15/ 09/2023

Accepté le : 05/ 10/2023

Publié le : 20/ 12 / 2023

Résumé:

La société algérienne porte de lourdes responsabilités, notamment, en raison de la corruption de système dépassé. Raison pour laquelle, le peuple algérien est invité à fraterniser pour exiger le départ du pouvoir, dans un dynamisme prometteur connu sous le nom de : le Hirak. Un mouvement de résistance massive et pacifique d'une population mature afin d'exiger le départ de système usé dans la tranquillité. Par conséquent, à travers cette contribution, nous nous efforçons d'interpréter la manière dont le sens se produit dans les slogans révélateurs de la vraie nature du pouvoir, du point de vue de la théorie du sens, qui raconte avec précision la souffrance des Algériens face à la trahison institutionnelle dans notre chère Algérie. En fait, l'analyse des praxèmes, véhiculés par ces slogans, prouve que l'approche praxématique peut, sans aucun doute, interpréter le sens et la signification de ces slogans puisqu'elle nous a permis, à travers l'étude de la liberté linguistique, d'atteindre nos objectifs.

Mots clés: hirak, praxématique, praxème, slogan

Abstract:

The Algerian society bears a heavy responsibility, especially because of the corruption of an outdated system. This is why the Algerian people are invited to fraternize to demand the departure of power in a promising dynamism known as: the Hirak; a massive and peaceful resistance movement of a mature population in order to demand the departure of worn-out system in tranquility.

Therefore, through this contribution, we endeavor to interpret the way meaning occurs in the slogans revealing the true nature of power from the point of view of the theory of meaning, which accurately tell the story of the suffering of Algerians in the face of institutional betrayal in our dear Algeria. In fact, the analysis of the praxemes conveyed by these slogans proves that the praxematic approach can undoubtedly interpret the meaning and significance of these slogans since it has allowed us through the study of linguistic freedom to achieve our objectives.

Keywords: hirak, praxematic, praxemes, slogan.

1. Introduction

Etant donné que le contexte sociolinguistique algérien est un panorama riche en souches linguistiques qui sont des langues en présence sous forme de variétés sociétales et/ou régionales, des enjeux linguistiques et des représentations différenciées qui cohabitent l'une à l'autre, Ces souches linguistiques sont, nullement, loin d'être figées puisqu'elles évoluent en fonction du besoin de l'Homme et des changements sociaux :

La perception de notre environnement, en lien avec notre manière de l'interpréter, de délimiter les objets qui le constituent et de nommer, voire, éventuellement, d'agir sur lui, repose sur notre façon de catégoriser le réel, qu'il soit physique ou symbolique. Aucun sujet, aucun objet, aucun phénomène n'échappe en effet à l'activité classante et désignante des êtres humains. Les ressources et les pratiques langagières font partie de cet environnement, et font elles-mêmes l'objet de catégorisations, tout en contribuant à configurer cet environnement (Wharton & Simonin, 2013, p. 97).

Outre, au moment où la société est mise en scène ; le langage, lui-même, s'ancre pour faire sens dans cette société, il intervient pour la construction de son identité : sa culture, son histoire, son imaginaire...etc. En effet, tous ces facteurs sont projetés sous l'angle de la problématique du sens dit : *la praxématique* ou *la théorie du sens*. Il est question d'un dialogue sur le sens afin de ressortir et comprendre sa propre nature.

Dès le 11 février 2019 : date de la fixation des élections présidentielles, prévues le 18 avril 2019, et la déclaration officielle de l'ex-président algérien Abdelaziz Bouteflika (paix à son âme) pour un cinquième mandat représentait pour les citoyens algérien un objet de colère voire un évènement décisif contre cette réélection. D'ailleurs, l'aspiration d'avoir une république réellement « *démocratique* » a autorisé la création d'une nouvelle histoire en Algérie animée par l'éclatement du mouvement de soulèvement populaire qui a brisé le mur de silence et a domestiqué la peur communément connue sous le nom : « *Hirak* » ; déclenché le 16 février 2019 à Kherrata (Bejaia), le 18 février à Khenchela, le 19 février à Djaafra (Bordj Bou Arreridj) avant d'être étayé sur l'échelle nationale le 22 février 2019. Cette forme conjecturale périodique est lancée avec des slogans phares : « non au cinquième mandat », « yatna7aw ge3 », « silmeya silmeya », « le peuple et l'armée sont frères » ; des slogans illustratifs du contrôle préemptif de l'ouverture de l'espace politique.

Alors, au détriment du rôle de ce mouvement de contestation : Hirak, notre travail se penche sur l'impact des slogans de ce mouvement pacifique d'où, notre analyse se centre sur la question d'un glissement du sens des slogans vers le fil de changement radical afin d'instaurer un État de droit. De ce fait, et *en nous référant à la praxématique, dans quelles mesures les praxèmes véhiculés à travers les slogans du hirak servent-il à décrypter la réalité algérienne ?* A partir de cette question de recherche, nous présumons que : *Le choix des praxèmes des slogans du hirak aiderait et faciliterait la transmission de la réalité algérienne.* L'enjeu qui se perçoit de cette contribution qui fait partie des préoccupations de chaque citoyen algérien est d'étudier l'impact de la circonstance politique sur l'émergence de nouvelles souches linguistiques. Autrement dit, c'est de porter un regard critique sur la nature d'expression et la mise en forme des praxèmes dans les slogans en question.

Pour mener à bien ce type de réflexion et donner un résultat voulu ; celui de départ de la gouvernance du régime dont le but de se débarrasser de toute corruption et trahison et d'exiger le passage d'un état autoritaire vers un état de droit sans transition, nous allons

tenter d'analyser sous l'angle de *la théorie du sens* le contenu des slogans en question. En effet, on est guidé dès le début par le désir de comprendre et d'opérer certains mécanismes de fonctionnement sémantique de la langue française. En ce sens, il s'agit ici, de dévoiler le sens véhiculé par les slogans en question. La nature du corpus nous oriente vers la méthodologie descriptive analytique. La démarche descriptive consiste à décrire les slogans en question. Et celle empirique consiste à décortiquer les types et le sens des praxèmes dans les slogans en question. C'est-à-dire, elle veut questionner le champ sémantique des praxèmes afin de comprendre le sens global : rendre compte des souches linguistiques employées dont le but de repérer les procédés praxématiques utilisés dans leur réalisation.

2. Arrière-plan théorique

2.1 Le Hirak

Le *Hirak*, *tamarrod* ourébellion en français, est un processus révolutionnaire socialiste porteur de beaucoup d'espoir créé par le nationalisme algérien où le dialogue avec la gouvernance est écarté totalement. C'est un mouvement alimenté par un éveil de la conscience et la maturité politique nationale pour réclamer le départ de tout le régime politique en place. Ce mouvement est considéré comme résultat de luttes et d'engagement afin de libérer le citoyen et d'exiger une authentique démocratie.

Ce processus social est à la base d'une série de manifestations contemporaines formées par l'adhésion individuelle libre. Des manifestations purement pacifiques lancées avec une grande ampleur inédite sur tout le territoire national depuis vendredi 22 février 2019 par les compatriotes algériens dans une atmosphère de solidarité afin de s'approprier leur destin à travers l'édification d'une république vraiment démocratique. En effet, dans cette situation-là encore exceptionnelle dans l'histoire de l'Algérie (le pacifisme qu'a vécu l'Algérie au fil des mois en comparaison avec les autres pays du monde), avec des mobilisations populaires successives des marcheurs dit hirakistes « une masse populaire algérienne descendue dans la rue lors d'un soulèvement important pour manifester leur mécontentement et leur révolte contre la fin d'un régime en place depuis 60 ans, et réclamer le changement de tout le système » (Benabid & Kethiri, 2023, p.40). On a instauré des vendredis millionnaires afin de protester contre la perspective du cinquième mandat de l'ex-président: protester le projet de son régime politique dans le cadre d'une transition et de la mise en œuvre de réforme.

Par ailleurs, dans ces marches pacifiques, la surprenante créativité des marcheurs de chaque région donne naissance, chaque vendredi, à une foison phénoménale représentative d'humour et de l'état de leur région, entre autres : slogans, chants, pancartes, banderoles...etc. Dans ce même ordre d'idée, Nianxi note que : « *dès que nous entendons des gens scandent ou crient des slogans dans la rue, nous en ressentons une certaine excitation nerveuse, notre cœur s'emballe, notre pouls s'accélère et le sang se met à couvrir dans nos veines* » (Nianxi, 2008, p.146). Parallèlement, Navarro Dominguez soutient Nianxi, il

avoue : « *en français et en espagnol par le biais de l'anglais, mais le mot remonte au gaélique « slugh- ghairm », qui signifiait, dans l'ancienne Ecosse, le cri de guerre d'un clan avant de commencer un combat* » (Navarro-Dominguez, 2005, p.266). Et Reboul postule que : Une formule concise et frappante, facilement repérable, polémique et le plus souvent anonyme, destinée à faire agir les masses tant par son style que par l'élément d'auto-justification, passionnelle ou rationnelle, qu'elle comporte : comme le pouvoir d'incitation du slogan excède toujours son sens explicite, le terme est plus ou moins péjoratif (Reboul, 1975, p.40).

En ce sens, le slogan est cette courte formule proverbiale, attirante, facile à retenir, véhiculant une charge sémantique persuasive et incitative, le plus souvent implicite instaurée dans les connaissances partagées par une communauté donnée : « *les slogans en tant que mots d'ordre, remplissent une fonction immédiate de mobilisation des individus* » (Carle, 2016, p.03). Outre, ce voisinage et cette succession des mots sous forme d'expressions courtes est considéré comme un excellent moyen de diffusion de messages de masse des différents avis. Donc, il relève de l'expression des opinions des individus dans une communauté, leurs jugements et leurs attitudes qui reflètent leurs penchants idéologiques et/ou politiques. Généralement, il se trouve dans la majorité des cas accompagné d'un logo sous forme d'une image légendée. Son contenu varie en fonction du thème et du message qu'il véhicule : « *ce qui compte le plus n'est pas son sens, mais son impact* » (Reboul, 1975, p.41). A titre d'exemple, les slogans scandés pendant le Hirak se caractérisent par un contexte discursif spécifique de la revendication pour faire agir et réagir un grand ensemble de citoyen.

2.2. La théorie du sens : la praxématique

Partant de l'évidence que les langues sont réellement faites pour être interprétées et mise en œuvre d'un sens. Et comme souligne Calvet : Il existe en effet tout un ensemble d'attitudes, de sentiments des locuteurs face aux langues, aux variétés de langues et à ceux qui les utilisent, qui rendent superficielle l'analyse de la langue comme un simple instrument. On peut aimer ou ne pas aimer un marteau, mais cela ne change rien à la façon dont on plante un clou, alors que les attitudes linguistiques ont des retombées sur le comportement linguistique (Calvet, 2014, p.40).

Alors, il nous convient utile de proclamer que, la problématique du sens est toujours prédominant dans le domaine de la linguistique. Son idée de départ remonte aux années 70 à l'historien, linguiste *Robert Lafont* exactement à Montpellier dans un séminaire d'analyse textuelle concrétisé concrètement dans *Le Travail et La Langue (1978)*. De nos jours, elle est devenue une linguistique de la production du sens. Dans ce même contexte à enjeux, Lafont et Gardes-Madray estiment que : « *il fallait donc dépasser le stade de l'exploration des méthodes existantes et tenter de construire une linguistique qui fut à la fois dynamique, sémantique et matérialiste, une science matérialiste du langage qui vient rencontrer la science du texte* » (Lafont & Gardes-Madray, 1989, p.05). Donc, cette théorie totalisante et matérialiste qui se situe à la croisée des chemins, se veut une analyse de la production

du sens en langage : « au carrefour de la sémiotique, de la sociologie, de la sociolinguistique et de la psychanalyse, Robert Lafont développe une interprétation dynamique des rôles dans l'échange langagier, des représentations et des conflits ». (Lafont, 1990, p. 4). Donc, cette dynamique de la production du sens sert à la compréhension de la dynamique de la parole signifiante à partir de la tension qui existe entre la pulsion communicative des sujets et la stabilisation d'un sens social. Il en résulte que dans la société : Dans une direction qui se rapproche de la sociolinguistique, la praxématique a étudié l'ensemble des représentations qu'une société se donne d'elle-même (ou praxis socioculturelle) en envisageant plus particulièrement la diglossie occitane et en confrontant les discours minorés aux productions de connaissance linguistique (Charaudeau & Maingueneau, 2002, p.461).

Nous verrons dans cette réflexion étudiée l'impact des conditions sociales dans l'innovation linguistique. Donc, il s'agit de dégager l'impact de la praxématique dans la transmission de l'information pendant la crise politique qu'a vécu l'Algérie. Raison pour laquelle nous essayons d'aborder quelques définitions préliminaires dans cette approche tels que : le praxème, le réglage du sens et la signifiante.

2.3. La question de la signifiante

Il s'agit de considérer le discours en général et littéraire en particulier comme une totalité signifiante, se donnant comme premier objet, une grammaire permettant sa propre analyse. Il revient, dans ce cas précis, de faire un va-et-vient incessant sur les dimensions explicite et implicite, connotation et dénotation du discours pour savoir la visée interlocutive ou le sens réel de l'idée exprimée (Gnato, 2019, p.11).

Alors, la notion vague du sens est investie de contenus riches. Il est vraiment délicat de donner une définition précise à cette notion puisqu'elle peut entrer en opposition avec d'autres notions : la signification ; qui bénéficie d'une définition relativement précise (elle est articulée) : « Sens : Sa + Sé < langue. Signification : Sa + Sé + référent < parole » (Zadi-Zaourou, 1994, p.35). Et par conséquent, l'identification de ces deux notions est presque impossible. C'est pourquoi, le linguiste Lafont, dans ces recherches, afin de décrire le sens (potentiel dans l'axe paradigmatique) dans sa production dynamique, a remplacé le terme « signification » par celui de la « signifiante » puisque la signification (signifié+ signifiant ou réalité linguistique + référent ou réalité extralinguistique) intervient non seulement pour décrypter le sens réel mais aussi pour assurer l'intercompréhension entre protagonistes.

Contrairement au sens qui est statisme, la signification est dynamique. C'est un processus par lequel se réalise justement le sens. Elle seule permet le passage de plan de la langue au plan de la parole, la mutation du signe en mot, par un seul saut brusque et qualitatif, le mouvement et l'organisation du flux lexical de l'axe paradigmatique vers l'axe syntagmatique. Et c'est pourquoi la signification s'observe toujours en contexte et en rapport avec les référents (Zadi-Zaourou, 1994, p.42)

Il postule que la signifiante est un « *mouvement par lequel la conscience dans l'actualisation passe d'un niveau de signification à l'autre... nous décrivons ainsi une production : le sens est un produit, la signification un système d'outils de production : la signifiante est la production même* » (Lafont & Gardes-Madray, 1989, p.05). Autrement dit, cette instance invisible est un processus conditionnel du réglage social de la production du sens en langage. Elle : « *renvoie à une productivité toujours à l'œuvre, un champ de possibles sur lequel la signification opère une restriction. Elle est donc, la condition même de la production du sens qui ne peut advenir que dans l'interaction des voix qui la sous-tendent* » (Siblot & Détrie, 2001, p.315). Or, nous verrons ici de trouver les points spécifiques de la signifiante qui orientent la libre expression des citoyens algériens sous forme de slogans pour faire dégager le pouvoir corrompu. Puisque, pendant la création de ce type de slogan, le réglage social du sens est effectivement incarné par la compétence créative individuelle voire la libération des mots par le créateur lui-même de slogan afin de vivre des expériences inédites (le *Hirak* : sorte de révolution purement pacifique) et d'exiger le changement radical du régime usé dans la tranquillité totale.

2.4. Praxème versus signe linguistique

« *Le signe est la notion de la base de toute science du langage* » (Todorov & Ducrot, 1979, p.131). En ce sens, le signe est l'unité de base qui compose la structure de la langue. Cela témoigne que, le signe revêt un aspect polysémique. Son sens vaste difficile à cerner puisqu'il varie en corrélation avec le domaine d'utilisation. Et pour déterminer l'autonomie épistémologique du signe et construire ses conceptions théoriques propres, le père fondateur de la linguistique De Saussure postule que :

Nous appelons signe la combinaison du concept et de l'image acoustique ... nous proposons de conserver le mot signe pour le total, et de remplacer concept et image acoustique respectivement par signifié et signifiant ; ces derniers termes ont l'avantage de marquer l'opposition qui les sépare soit entre eux, soit du total dont ils font partie (De Saussure, 2005, p.74).

Autrement dit, le signe linguistique est conventionnel, renvoie à la conjonction de deux esquisses inséparables voire solidaires ; un contenu sémantique, qui est le *signifié*, et une expression phonique, qui est le *signifiant*.

En revanche, la praxématique récuse la conjonction biunivoque du signe linguistique saussurien pour lui faire substituer le praxème, tout en gardant de celui-ci que sa : « *face signifiante, en répudiant énergiquement l'existence et la prise en compte d'un signifié correspondant qui lui serait congénitalement et indélébilement attaché* » (Tollis, 1991, p.160). Dans un tel contexte à enjeux, nous comprenons que Gardes-Madray et Siblot rejoignent Tollis, ils parlent en effet :

Le praxème est l'unité substituée au signe pour marquer le déplacement de la problématique du sens produit, du résultat vers le procès de production de sens, la signifiante. A partir du couplage entre une forme du langage et une forme du réel

appréhendée de façon pratique, l'outil de production de sens est actualisé en discours selon un réglage social du sens (Siblot & Gardes-Madray, 1986, p.42).

Puisque, pendant le processus de production dynamique du sens, le réglage social du sens obéit à un certain nombre de critères dictés par l'organisation syntaxique des unités du système linguistique en discours. Donc, il en résulte que le sens est actualisé, produit et non déterminé au préalable. Contrairement au praxème, qui reste l'unité pratique de la production du sens. Il se trouve substituer par les théories du sens au signe, qui se limite à la dichotomie saussurienne. Car, le langage violent imposé par ce mouvement de contestation populaire ; reflète le positionnement du créateur vis-à-vis la foi d'avoir une république, vraiment démocratique et sociale. Donc, il reflète la réalité algérienne. De ce fait, il serait judicieux de repérer ce que suggèrent les praxèmes analysés dans les slogans en question en terme de réglage social du sens.

2.5. Le réglage de sens

On appelle réglage du sens tout « opération de type socioculturelle par laquelle la forme phonologique du praxème est appelée à ne produire en discours qu'un sens univoque » (Barbérís, 1989, p.81). En ce sens, sous le prisme de la problématique praxématique ; tout discours relève d'une partie de réglage social. Cette notion du réglage du sens se résume, le plus souvent, dans une contrainte sociale qui donne naissance à la communication tout en recouvrant sa valeur d'usage dit la signifiante sous l'influence de sa valeur d'échange, dit la signification :

Le praxème : unité de production de sens, ne produit ce sens que selon un réglage balisé socialement, nous avons pu appliquer au travail langagier les articulations marxistes de valeur d'échange (réglage permettant la communication), de valeur d'usage, et d'un autre côté de production du sens, de produit circulant, qui est, comme la marchandise du travail vivant cristallisé, une parole aliénée à la valeur abstraite (Siblot & Madray-Lesigne, 1993, p.423).

Alors, le réglage social du sens n'est que la subversion des normes sociales pour leur produire un sens nouveau tout en s'appuyant sur des présupposés socioculturels et individuels.

3. Contexte situationnel de la production de corpus

Le corpus qui sous-tend cette contribution est constitué de six slogans :

- Peuple connecté, Système déconnecté ;
- Pour l'Algérie lazem natrabew ga3 ;
- Au quotidien on jouira de notre liberté d'expression dans ce watan ;
- Cachir me if you can;
- Anti-Chita;
- Vendredire.

Ces slogans sont scandés lors du soulèvement populaire algérien : *le Hirak*. Ils sont produits avec langues différentes, entre autres : l'arabe ou le dialecte algérien, le français et l'anglais, tirés de l'ouvrage : *Vendredire en Algérie : Humour, Chants et Engagement* (Ait Dehmane, 2019, pp.1-151). Un ouvrage qui décortique les plus puissants slogans des manifestations de la révolution populaire algérienne du 22 février 2019. Le tri et le choix de ces slogans ne sont pas aléatoires et font en fonction de notre question posée au départ. Ce choix est motivé par deux considérations. D'une part, la spécificité des expressions représentatives du contexte algérien de ces sept slogans pousse le génie populaire acharné pendant ce soulèvement. D'autre part, la portée discursive des mots employés dans ces sept slogans relève de la Nation, de l'Histoire et de la culture algérienne. Autrement dit, la portée discursive des slogans en question relève de l'identité algérienne, ce qui rend, vraiment, par la suite, ces slogans implantés pleinement de sens et de signification.

Cependant, afin d'atteindre la finalité recherchée au départ, nous adoptons une démarche empirique : « *pour les sociolinguistes, l'ancrage empirique de toute recherche est un précepte fondateur : ils se définissent avant tout par rapport à leur terrain, leurs données* » (Pierozak et al., 2013, p.11). Parallèlement, N'DA rejoint l'idée de Pierozak, il postule que :

Dans l'approche qualitative d'investigation, le chercheur part d'une situation concrète comportant un phénomène particulier qu'il s'agit de comprendre et non de démontrer, de prouver ou de contrôler. Il veut donner sens au phénomène à travers ou au-delà de l'observation, de la description, de l'interprétation et de l'appréciation du contexte et du phénomène tel qu'il se présente. L'intention (but, objectif) de la recherche est de reconnaître, de nommer, de découvrir, de décrire les variables et les relations découvertes, et par-là, de comprendre une réalité humaine ou sociale complexe et mal connue (...). La recherche qualitative recourt à des techniques de recherche qualitatives pour étudier des faits particuliers (études de cas, observation, analyse qualitative de contenu, entretiens semi-structurés ou non-structurés...etc.). Il ne fournit pas d'emblée des données chiffrées. Ses analyses peuvent se borner à être descriptions, des énumérations ou déboucher sur des classifications, sur l'établissement de nouveaux liens entre des variables, sur des comparaisons (N'DA, 2015, p.23).

En sus, la mise en place de cette démarche nous autorise à effectuer une analyse minutieuse des slogans en question tout en nous appuyant sur les éléments théoriques. Autrement dit, cette démarche empirique focalise l'étude sur l'interprétation des praxèmes existants dans les slogans qui contribuent afin de donner des formes inédites chargées de sens.

3. L'analyse praxématique

Slogan n1 : **Peuple connecté, système déconnecté**

Le créateur de ce slogan en tant que citoyen algérien représente la foi, l'aspiration au changement et l'instauration pour sortir de cette crise et de ce danger qui entoure le pays. Il catégorise la réalité algérienne dans son actualisation discursive : *peuple connecté, système déconnecté*. En effet, le préfixe « *dé* » ; est une praxis langagière s'ajoutant à la praxis « *connecté* » pour enrichir et faire évoluer son contenu sémantique : l'humeur d'un peuple débordant de créativité face à un président absent et complètement déconnecté. Par la suite, il postule un réglage du sens tout en comparant entre deux réalités (dont l'une y est celle de la conscience et la maturité de peuple algérien qui est plein d'espoir et qui veut exiger le départ de système usé qui a mis l'Algérie en danger, l'autre, c'est-à-dire le système qui a voulu enterrer le peuple et qui a trahi le pays et le vendu pour des intérêts personnels). Cela implique vraiment une orientation discursive pleine d'une charge sémantique véhiculée par la revendication contre les partis politiques dans leurs globalités. En effet, la valeur interlocutive de ce slogan n'est qu'un signe d'une volonté de créer un changement positif à travers les rébellions populaires purement pacifiques. Donc, le praxème *dé* est un marqueur référentiel de refus de la tutelle française proposée par le régime usé. Il révèle, chez le peuple algérien, que l'Algérie est algérienne et demeure algérienne. Ce praxème est détourné pour donner un autre sens à ce qu'on a déjà ; celui de dire au pouvoir corrompu, ça suffit, y en a marre. Le mur de la peur est brisé actuellement, pas de silence, dégage, on est conscient. C'est le temps du peuple de s'approprier son destin.

Slogan n2 : **Pour l'Algérie lazem natrabew ga3**

Le scripteur choisit ce slogan avec la coexistence de deux codes différents, à savoir le français et l'arabe dialectal algérien afin de frayer le chemin de la citoyenneté pour faire entendre la voix faite de souffrance et de combat sous forme disciplinée, totalement pacifique pour neutraliser la mafia. Donc, la citoyenneté exige un effort commun plein de sagesse et de civisme. Mais aussi, de classer son espoir d'apporter du changement positif et d'avoir une Algérie de droit et du respect des libertés démocratiques. En effet, l'expression *lazem natrabew ga3* tirée de l'arabe dialectal algérien, formée du complexe (*lazem natrabew*) (*lazem* comme obligation et *natrabew* comme verbe) pour désigner littéralement « nous devons tous nous lever » ; témoigne la fidélité, le respect ainsi que la fierté du peuple algérien aux sacrifices de ses *chouhada* (martyrs) de la guerre de libération nationale et l'amour du drapeau algérien. Alors, la coexistence de ces deux codes linguistiques différents dans cette expression : *pour l'Algérie* (français) *lazem natrabew ga3* (arabe algérien) entraîne une articulation syntaxique spécifique. Un procédé d'ancrage avec des marqueurs discursifs référentiels (dialecte arabe algérien) et révélateurs (la maturité et la conscience de peuple algérien) afin de mettre en valeur la constitution de notre pays (identité et la culture algérienne) au sommet et avant toutes les hautes sphères politiques. Bien que, cette articulation syntaxique en tant que procédé significatif : signifie que les

Algériens vénèrent leurs pays et sont fiers de faire partie de l'Algérie jeune, active, intelligente et prometteuse. Cette articulation est expliquée par la complémentarité et la complexité des deux codes linguistiques différents pour régler le sens de ce slogan. En effet, sa productivité signifiante s'avère régie par le rapport qu'entretient le thème (expression française : pour l'Algérie) et son prédicat (expression de l'arabe dialectal algérien : lazem natrabew ga3)

Slogan n3 : Au quotidien, on jouira de notre liberté d'expression dans ce watan

Le réalisateur de ce slogan emploie le praxème watan pour annoncer aux partis complices du pouvoir qu'ils n'ont pas de place dans le changement et ils ne peuvent nullement être les hirondelles du printemps démocratique algérien ainsi que la souveraineté du peuple est indiscutable dans ce moment de se débarrasser de l'ancien système mafieux. Un praxème qui relève de l'arabe classique et qui signifie en français pays. L'usage du nom arabe watan accompagné par son adjectif démonstratif « ce », nous a conduit à un réglage du sens remarqué, notamment, par l'existence du déterminant en français et l'absence de son nom en français (pays) mais avec sa conservation en arabe (watan) donnant une fonction expressive du langage. Alors, le réglage du sens dicté par le remplacement du praxème français (pays) n'est possible qu'en arabe classique qui circule dans les propos des compatriotes algériens (manifestants) pendant ce souffle libérateur ; le hirak. Car, le remplacement du praxème français avec son équivalent en arabe (watan) joue un rôle primordial dans l'ancrage et le réglage du sens. En effet, ce recours exclusif à l'arabe institutionnel comme statut sacré à la norme s'explique par l'objet même du message véhiculé par ce slogan qu'il s'agit d'avoir une révolution civique et pacifique pour l'édification d'une nouvelle république vraiment démocratique et sociale. Le slogan en question est détourné pour signifier que cette extraordinaire ébullition reflète la perfection de la relation entre les Algériens voire, l'union du pays (khawa khawa= frères frères) et la fidélité du peuple au serment donné aux chouhada. Ainsi, pour faire comprendre aux partis politiques que la situation que vécue l'Algérie actuellement n'est pas étrange, elle se rapproche de celle de la société pendant la colonisation. Bien plus, cette fièvre nationale et l'instabilité politique, due majoritairement au pouvoir corrompu et au système mafieux qui protègent les voleurs et les affairistes, ne demeure pas longtemps puisqu'on est dans le pays des martyrs. Donc, cette forme d'expression linguistique de ce créateur permet sémantiquement de mettre en valeur plusieurs éléments significatifs accrocheurs d'une authentique réconciliation nationale dont le but de solliciter les récepteurs d'adhérer les rébellions populaires pacifiques.

Slogan n4 : Cachir me if you can

A l'instar des trois premiers slogans, le slogan « Cachir me if you can » composé du dialecte algérien « *cachir* » et de l'anglais « *me if you can* » n'est qu'un détournement du célèbre film américain de Steven Spielberg sorti en 2002 : *Catch me if you can* et qui désigne en français « arrête-moi si tu peux ».

En effet, le praxème capitalisé en arabe dialectal cachir fait référence à un autre contexte, celui des saucissons algériens à base de bœuf et/ou de volaille qui sont offerts en sandwich aux participants par les organisateurs pendant le meeting de l'ex-président Bouteflika dans les campagnes présidentielles de son quatrième mandat. Bien plus, ce praxème fait référence à un autre effet du sens ; celui de l'allusion au symbole de la corruption d'une frange du peuple qui ont cautionné les élections contre un casse-croute à base du cachir ou chitta (soumission au pouvoir).

Donc, le contexte de cette crise politique nous permet de tirer des informations de l'appréhension perceptive du scripteur du slogan, son positionnement et de son point de vue de cette culture du cachir. Car, ce praxème est employé pour donner un réglage du sens, celui des chayatinas ou les brosseurs du pouvoir (une catégorie des Algériens qui soutiennent l'ex-président algérien et qui fait partie de ses membres du clan : les voleurs du trésor algérien qui tentent de s'évader)

Slogan n5: Anti-Chita

Le créateur de ce slogan « *anti-chita* » essaye, par le biais de cette stratégie, d'explication particulière, de rendre compte que le peuple algérien est destiné à récupérer sa dignité et sa patrie d'une manière pacifique et positive. L'utilisation du praxème « *chita* » de l'arabe dialectal, dans ce contexte de refus des élections d'un pouvoir diabolique et la foi de déterminer un gouvernement de transition avec une nouvelle constitution jeune pour avoir un état civil avec les valeurs du 1^{er} novembre malgré la présence de son équivalent en français « *brosse* » (qui signifie un ustensile de nettoyage), n'offre pas la signification que veut transmettre ce créateur du référent et de la réalité algérienne. En effet, la traduction proposée, ici, n'est pas jugée satisfaisante. Car le praxème *chita*, qui est localement utilisé dans une acception métaphorique pour être détourné à un autre sens qui est la flatterie, signifie en français : acte de faire des compliments excessifs. Donc, l'expression « *anti-chita* » qui désigne « *contre-flatterie* » est employée de cette spontanéité, exprimée en français et arabe dialectal afin de marquer l'impact social de mixage de ces deux praxèmes. Puisque, le praxème *chita* circule dans la parole des Algériens depuis les histoires de la colonisation française pour donner l'existence sociale légale de corruption des gens qui veulent vendre le pays pour des intérêts personnels.

Le créateur de ce slogan choisit ce praxème tiré de l'arabe dialectal, qui s'emploie sous forme d'un nom *chita* afin de classer cette catégorie de personnes traitres. Ce praxème est un signe de corruption dans une société qui souffre de l'émergence de cette catégorie de gens voleurs du trésor public. Outre, à ce rapport à la réalité, figure la représentation d'un réglage du sens qui ne sera possible qu'en arabe dialectal pour prendre toute sa charge sémantique dans ce contexte d'instabilité politique au point remplacer l'équivalent français (flatterie) avec sa connotation probable dans cette aire culturelle à laquelle appartient le praxème *chita* (arabe dialectal)

Slogan n6 : Vendredire

Le slogan *vendredire* est un praxème composé de deux lexèmes français dont le premier est « vendredi » ; renvoie au premier jour du week-end : le jour consacré par les hirakistes aux marches pacifiques depuis le 22 février 2019. Tandis que, le second lexème consiste au verbe du troisième groupe : « dire » qui signifie, dans ce contexte, de fièvre politique, la réfutation et l'insatisfaction de la mauvaise gestion du pays, protester et réclamer nos revendications tout en exigeant le départ immédiat voire inconditionnel du squelette politique, on n'est pas dupe et on demande l'application des articles 7 et 8. Bien plus, ces deux lexèmes partagent une syllabe en commun « d » pour créer un nouveau verbe du troisième groupe : « vendredire ». Un verbe de création algérienne d'un langage identitaire propre au peuple algérien pendant la révolution du sourire, qui signifie révolter dans la rue pacifiquement chaque vendredi pour revendiquer leurs droits et atteindre leurs objectifs (prospérité) : chuter le régime dictatorial pacifiquement puisque l'Algérie est un pays démocratique, indépendante et non pas une mamlaka (monarchie constitutionnelle).

Ce verbe se conjugue avec tous les pronoms personnels, sauf à la deuxième personne du pluriel. Il s'est transformé en « dégagez ». Puisqu'il renvoie aux dirigeants et aux partis politiques du pays.

Je vendredis

Tu vendredis

Il/elle vendredit

Nous vendredisons

Vous dégagez

Ils/elles vendredisent

Alors, le scripteur de ce slogan se permet de décharger le praxème vendredire puisque à la deuxième personne du pluriel vendredisez est inexistant. En effet, ce processus d'actualisation, véhiculé par ce praxème vendredire, qui devient, dégagez à la deuxième personne du pluriel, relève d'un réglage social du sens et d'une variation sémantique, reflète le sentiment linguistique de l'endurance et l'obstination des algériens et la chute inattendue du régime usé.

4. L'interprétation des résultats obtenus

Cette analyse est attrayante puisqu'elle porte diverses significations. En effet, les scripteurs de ces slogans jouent essentiellement sur l'identité perdue et le patriotisme algérien tout en utilisant des praxèmes significatifs, d'où son but primordial est de faire révéler la conscience politique du peuple militant contre les squelettes politiques pour protéger son identité.

En outre, les slogans sont réalisés avec des codes différents. Bien que, l'utilisation de l'arabe institutionnel comme marqueurs référentiels du discours nationaliste (*watan*) pour avoir une sorte de légitimation, convaincue et savoir-faire, une explosion du « *dégasime* ». Ainsi, de faire rapprocher la situation que vécue l'Algérie actuellement à celle de l'époque

colonisée pour créer un bain de solidarité pour une guerre légitime, pacifique et civique. Alors l'utilisation d'un tel praxème nationaliste en langue nationale et officielle du pays (watan) a pour objet primordial la glorification de la nation algérienne.

Toutefois, ces slogans réalisés en français, première langue étrangère et internationale en Algérie témoignent son usage généralisé de la part des hautes sphères politiques. La montée de l'usage correct et soutenu du français avec une dimension solennelle témoigne l'appartenance intellectuelle des scripteurs de ces slogans et leur ouverture sur le monde entier.

Il est utile de proclamer que les praxèmes employés dans ces slogans véhiculent des engagements populaires contre le système usé en Algérie. Ils donnent naissance à des procédés de transgression de normes afin de protéger le pays des voleurs à l'aide d'une bataille politique pacifique pour la libération du pays de pouvoir corrompu. Donc, les thématiques des créateurs sont pertinentes avec les langues qu'ils utilisent et leurs reproductions justifient le choix de celles-ci. Ils se sont donnés une réalité qu'ils refusent de voir à l'instar de leur peuple.

Néanmoins, l'usage de l'arabe dialectal algérien est expliqué par le fait que cette variété linguistique reflète le cri de colère et de contestation des autorités politiques et du régime usé en Algérie. En plus, cette variété constitue en elle-même pour les citoyens algériens la norme d'usage dans un tel type d'évènement puisqu'elle reste la langue parlée et comprise sur tout le territoire national. Ainsi, la fécondation des deux codes linguistiques (l'utilisation du français puis l'arabe algérien pour toucher l'amour de pays chez les âmes de pays des martyrs) se traduit par la naissance d'une guerre de langue que mène l'Algérie contre la France tout en refusant d'être sous sa souveraineté et de lui être subordonné.

Bien qu'il serait pertinent de signaler que chacun de ces praxèmes remplit une signification bien précise qui sert à s'approprier l'espace algérien en ce moment de Hirak à l'aide de cette nouvelle culture de réforme qui s'accroît ces dernières années dans les pays arabes, notamment : l'Égypte, la Tunisie, la Syrie, le Yémen, ...etc. Et cela s'affirme par le marquage de la valorisation de leur identité tout en dépassant les frontières du pouvoir dont le but est de s'imprégner l'identité algérienne et défendre les droits de peuple. Ainsi, les scripteurs de ces slogans expriment leur conscience linguistique envers le réglage de cette multitude de praxèmes lors de cette expérience inattendue (mobilisation populaire pacifique) en fonction : d'une part, des contraintes de communication avec le pouvoir qui a un profond mépris du peuple et d'autre part, le contexte socioculturel qu'a vécu notre bien-aimé l'Algérie pendant cette période de rébellion populaire. Cela autorise, effectivement, de proclamer que les créateurs de ces slogans veulent, à travers leurs répertoires linguistiques teintés souvent d'humour et de colère, de transmettre cette relation à la réalité, au désir du changement et l'édification d'une nouvelle Algérie démocratique.

5. Conclusion

À rappeler que le Hirak est une rébellion populaire pacifique et civique apparait avec puissance le 22 février 2019. Et afin de vivre des vendredis millionnaires avec une maturité politique, plusieurs créateurs ont donné naissance à des slogans significatifs. Après l'analyse praxématique du contenu des slogans en question, nous avons remarqué que l'ancrage social et temporel de ces slogans confirme la conscience politique et la diversité linguistique en Algérie. Bien que, la charge sémantique de ceux-ci partage et explique que le choix de l'arabe dialectal algérien reconforte et accomplit le réglage du sens des praxèmes en fonction des présupposés socioculturels afin de saisir les changements et d'inviter l'ensemble de peuple à fraterniser avec les manifestants et à ne pas les réprimer. Tant que, la langue arabe avec le caractère national, l'arabe dialectal algérien et la langue française n'est qu'une forme de prestige utilisé comme des arguments récurrents qui poussent les manifestants à se mobiliser comme un seul homme pour protéger le pays et faire demeurer l'identité algérienne.

Références

- Ait Dehmane, K. (2019). *Vendredire en Algérie: Humour, Chants et engagement*. Algérie: El Ibriz.
- Barbérís, J.-M. (1989). Concepts de la praxématique. *Langue et praxis*.
- Benabid, F & Kethiri. B. (2023, Janvier). Quand le hirak inspire les néologisme: hirakistes, dédagisme et vendredir(e). *Revue Sciences Humaines*, 34(1), 37-47.
- Calvet, J. L. (2014). *La sociolinguistique*. Paris: Que sais-je?
- Carle, Z. (2016). Les slogans de la révolution égyptienne, épure d'une épopée tue? *Communication*, 2(99), 159-169. <https://www.cairn.info/revue-communications-2016-2-page-159.htm>
- Charaudeau, P & Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris: Seuil.
- De Saussure, F. (2005). *Cours de linguistique générale*. Genève: Arbre d'Or.
- Gardes-Madray, F., & Siblot, P. (1986). Conflit d'identité, les conflits de sens. *Mots. Les langues du politique*, 13, 39-64. doi : <https://doi.org/10.3406/mots.1986.1304>
- Gnato, S. M. (2019). Signifier pour dire, dire pour signifier : Les séminaires du GRS-CL. Cote d'Ivoire: INIDAF, Abidjain.
- Lafont, R & Gardes-Madray, F. (1989). *Introduction à l'analyse textuelle*. Montpellier: Université Paul Valéry.
- Lafont, R. (1990). *Le Dire et Le Faire*. Montpellier: Praxiling.
- Navarro-Dominguez, F. (2005). La rhétorique du slogan: cliché, idéologie et communication. *Bulletin hispanique*, 265-282. https://www.persee.fr/doc/hispa_0007-4640_2005_num_107_1_5231
- N'DA, P. (2012). *Méthodologie de la recherche, de la problématique à la discussion des résultats*. Abidjan: Editions Universitaires de Cote d'Ivoire.
- Nianxi, X. (2008/1). Logique et slogans en politique. *Diogène*.
- Pierozak, I., Razafi, E., Robillard, D. (de)., & Debono, M. (2013). Vers une sociolinguistique française qualitative ? Perspectives historiques critiques sur des

- processus historiques de reconnaissance. *Recherches qualitatives*, 32(1), 107–131.
[http://www.recherchequalitative.qc.ca/revue/edition_reguliere/volume32\(1\).html](http://www.recherchequalitative.qc.ca/revue/edition_reguliere/volume32(1).html)
- Reboul, O. (1975). *Le slogan*. Bruxelles: Complexe.
- Siblot, P & Détrie, C. (2001). *Termes et concepts pour l'analyse du discours, Une approche praxématique*. Paris: Honoré Champion.
- Siblot, P & Madray-Lesigne, F.(1993). *Langage et praxis*. Presses Universitaires de la Méditerranée.
- Todorov, T & Ducrot, O. (1979). *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*. Paris: Seuil.
- Tollis, F. (1991). *La parole et le sens: Le guillaumisme et l'approche contemporaine du langage*. Paris: Armand Colin.
- Wharton, S & Simonin, J. (2013). *Sociolinguistique du contact: Dictionnaire des termes et concepts*. Lyon: ENS.
- Zadi-Zaourou, B. (1994). *Césaire entre deux cultures*. Abidjan, Dakar: NEA(Nouvelles éditions africaines).